

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

BỘ CHỈ SỐ  
VỀ GIỚI TRONG  
TRUYỀN THÔNG

HÀ NỘI 2014

# BỘ CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG



BỘ THÔNG TIN VÀ  
TRUYỀN THÔNG



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Tổ chức Giáo dục,  
Khoa học và Văn hóa  
của Liên Hợp Quốc



# MỤC LỤC

<b>Lời giới thiệu</b>	<b>7</b>
<b>Đối tượng và Thiết kế Bộ chỉ số về Giới trong Truyền thông</b>	<b>9</b>
<b>Loại A: Những hành động tăng cường bình đẳng giới trong các tổ chức truyền thông</b>	<b>13</b>
<b>A1 Cân bằng giới tại cấp ra quyết định</b>	<b>13</b>
<b>A2 Bình đẳng giới tại nơi làm việc và điều kiện làm việc</b>	<b>15</b>
<b>A3 Bình đẳng giới tại các hiệp hội, liên hiệp, câu lạc bộ và tổ chức của các nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác</b>	<b>20</b>
<b>A4 Các tổ chức truyền thông thực hiện các quy định đạo đức và các chính sách bảo đảm bình đẳng giới trong nội dung truyền thông</b>	<b>24</b>
<b>A5 Cân bằng giới trong giáo dục và đào tạo</b>	<b>26</b>
<b>Loại B: Phản ánh về giới trong nội dung truyền thông</b>	<b>31</b>
<b>B1 Phản ánh giới trong tin tức và thời sự</b>	<b>31</b>
<b>B2 Phản ánh giới trong quảng cáo</b>	<b>38</b>
<b>Một số thuật ngữ về giới</b>	<b>41</b>
<b>Kế hoạch Hành động</b>	<b>47</b>
<b>Mẫu báo cáo cho các cơ quan truyền thông</b>	<b>69</b>
<b>Mẫu báo cáo cho các Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo</b>	<b>81</b>
<b>Mẫu báo cáo cho các cơ sở đào tạo về lĩnh vực báo chí, truyền thông</b>	<b>85</b>

## LỜI GIỚI THIỆU

Năm 2012, với sự tham gia đóng góp tích cực của nhiều chuyên gia, nhà báo, các tổ chức báo chí, hiệp hội, câu lạc bộ báo chí, các tổ chức truyền thông trên thế giới, Tổ chức Văn hoá, Khoa học, Giáo dục Liên hiệp quốc (UNESCO) đã ban hành Bộ chỉ số về Giới trong Truyền thông. Tài liệu này thể hiện mối quan tâm và ưu tiên hàng đầu của UNESCO trong lĩnh vực bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ nói chung và phụ nữ hoạt động trong lĩnh vực truyền thông nói riêng. Bộ chỉ số về bình đẳng giới trong quản lý truyền thông và nội dung truyền thông được xây dựng một cách công phu, chi tiết và khoa học; Bộ chỉ số cơ bản bao quát các lĩnh vực, cụ thể hoá bằng những tiêu chí nội dung bình đẳng giới tại cấp ra quyết định cũng như trong tác nghiệp và nội dung truyền thông từ việc sản xuất tin tức, thời sự đến lĩnh vực quảng cáo tại các tổ chức, hiệp hội, câu lạc bộ báo chí truyền thông. Trong Bộ chỉ số này cũng đưa ra những công cụ kiểm chứng tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức giám sát trong quá trình triển khai thực hiện. Có thể khẳng định rằng, Bộ chỉ số cơ bản áp dụng được trong các cơ quan truyền thông của các quốc gia trên thế giới, tạo cơ hội để thực hiện vấn đề bình đẳng giới.

Để Bộ chỉ số này phát huy hiệu quả cao trong quá trình thực hiện tại các cơ quan báo chí truyền thông Việt Nam, chúng tôi đã cố gắng nghiên cứu các văn bản pháp luật về báo chí, các chỉ thị, nghị quyết, chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong lĩnh vực bình đẳng giới để điều chỉnh, cụ thể hoá phù hợp với báo chí truyền thông Việt Nam trên cơ sở tôn trọng những nội dung cơ bản của Bộ chỉ số mà UNESCO ban hành.

Chúng tôi trân trọng cảm ơn đóng góp của UNESCO, Oxfam, của các sở đào tạo báo chí, các cơ quan báo chí truyền thông, đặc biệt Đài Tiếng nói Việt Nam - là đơn vị áp dụng thí điểm Bộ chỉ số này. Cảm ơn UNESCO đã hỗ trợ hiện thực hóa Bộ Chỉ số về Giới trong truyền thông tại Việt Nam. Hy vọng rằng, Bộ chỉ số sau khi được ban hành sẽ được các cơ quan báo chí truyền thông Việt Nam áp dụng phù hợp với thực tiễn công tác bình đẳng giới trong quản lý và nội dung truyền thông Việt Nam và phù hợp với vai trò, tính chất của báo chí Việt Nam - phương tiện thông tin đại chúng thiết yếu của đời sống xã hội, cơ quan ngôn luận của tổ chức Đảng, Nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội - nghề nghiệp và là diễn đàn của nhân dân.

## ĐỐI TƯỢNG VÀ THIẾT KẾ BỘ CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG

Bộ chỉ số về Giới là tập hợp các chỉ số không phải là các quy định<sup>1</sup>, được xây dựng đặc biệt cho truyền thông ở mọi hình thức. Tuy nhiên, Bộ chỉ số cũng phù hợp và hữu ích cho các cơ quan truyền thông, các tổ chức phi chính phủ; các hiệp hội truyền thông, các câu lạc bộ báo chí; các bộ, ngành chủ quản; các học viện và trung tâm nghiên cứu như các trường báo chí, truyền thông và công nghệ, các trường đại học và các cơ sở đào tạo khác. Mục đích của việc xây dựng Bộ chỉ số là đưa ra các tiêu chí cụ thể, tạo điều kiện để các tổ chức truyền thông có thể đánh giá một cách hiệu quả việc thực hiện bình đẳng giới; và khuyến khích các tổ chức truyền thông làm cho các vấn đề bình đẳng giới trở nên công khai và công chúng có thể nhận biết được, cũng như phân tích những chính sách và việc thực hiện những chính sách đó để có hành động cần thiết tạo sự biến chuyển.

Các chỉ số có thể sử dụng như một công cụ để xã hội đánh giá việc thực hiện đó. Nội dung của tài liệu này được bố trí theo cách giải quyết các vấn đề liên quan tới:

- Các yêu cầu chính sách nội bộ cần thiết để đảm bảo bình đẳng giới trong truyền thông;
- Nâng cao năng lực cho các nhà báo;
- Vai trò của các tổ chức/hiệp hội chuyên môn và các cơ sở học thuật.

Các chỉ số về giới tổng hợp này có tính tới việc thu thập các số liệu định lượng và định tính, bao gồm cả những ý kiến và quá trình cần thiết để giám sát bình đẳng giới trong truyền thông.

1. "Chỉ số là một công cụ cung cấp thông tin về hiện trạng và tiến bộ của một trường hợp, quá trình hoặc điều kiện cụ thể. Chúng cho phép tạo ra những kiến thức đơn giản, trực tiếp có thể tiếp cận được về một hiện tượng đặc biệt. Chúng có thể đơn giản hoặc phức tạp, phụ thuộc vào việc chúng là một tập hợp các dữ liệu chuyên biệt và chính xác hoặc là kết quả của một loạt các chỉ số đơn giản được tập hợp lại." - Nghiên cứu đánh giá Tiêu chí Trình độ Năng lực Truyền thông, Báo cáo cuối cùng biên tập bởi EAVI cho Ủy ban Châu Âu, 2009.

Bộ chỉ số được chia thành hai loại có liên quan với nhau, mỗi loại giải quyết các trục chính của giới và truyền thông: Loại A- Các hành động tăng cường bình đẳng giới trong các tổ chức truyền thông (chia làm 5 tiểu nhóm) và Loại B- Phản ánh giới trong nội dung truyền thông (chia làm 2 tiểu nhóm). Mỗi loại được bố trí theo 5 lĩnh vực: Nhóm sử dụng; Đối tượng/Lĩnh vực quan tâm chính; Mục tiêu chiến lược; Các Chỉ số và Phương tiện kiểm chứng.

### ÁP DỤNG BỘ CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG

Việc sử dụng công cụ này trước hết phụ thuộc vào các điều kiện như ngân sách, mục tiêu của các tổ chức truyền thông, hiện trạng bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ tại tổ chức đó và chuyên môn. Khi đã có sự phối hợp của các yếu tố này, cần thiết phải điều chỉnh công cụ để thực hiện. Việc áp dụng các chỉ số đầu tiên có thể là nghiên cứu để tìm ra những thông tin sử dụng làm cơ sở để so sánh khi áp dụng Bộ chỉ số sau này. Các phát hiện này được đưa vào báo cáo hiện trạng hỗ trợ việc ra chính sách và định hướng chiến lược, vạch các mục tiêu có thể đo đếm và thực hiện được, tiến hành giám sát và đánh giá để theo dõi tiến bộ.

Trong trường hợp tiến hành nghiên cứu thì điều cần thiết là phải định ra được quy mô của nghiên cứu. Vì nếu tiến hành một đánh giá tổng hợp, sử dụng tất cả các chỉ số cùng một lúc có thể đòi hỏi đầu tư lớn về thời gian và tiền của. Cũng có thể rất phức tạp khi đánh giá công tác quản lý và chuyên môn của một tổ chức truyền thông không thôi chứ chưa nói tới đánh giá của mỗi tổ chức truyền thông trong cả nước. Chọn được một mẫu chuẩn là rất quan trọng và đòi hỏi phải có hướng dẫn chuyên môn. Ví dụ, không có một quy mô mẫu lý tưởng nào để đánh giá nội dung hoặc khoảng thời gian là bao nhiêu để phân tích thực tế thực hiện. Tuy nhiên, cần phải linh hoạt và nhạy cảm để đảm bảo rằng các mô hình có ý nghĩa không bị bỏ qua do sử dụng thời gian đánh giá quá ngắn hoặc quy mô mẫu quá nhỏ để rút ra đánh giá tổng hợp. Ở cả hai trường hợp thì những thông số này phải luôn luôn rõ ràng để có thể đánh giá được chất lượng của bất cứ phát hiện nào.

Có thể thấy rằng không phải nội dung nào được đưa trên truyền thông cũng có tác động tới khán thính giả. Cũng như vậy, nếu phụ trách phòng tin tức là một phụ nữ, điều đó không nhất thiết có nghĩa là khuôn mẫu giới sẽ tự động giảm xuống. Cần thiết phải tiến hành

nghiên cứu khán thính giả<sup>2</sup> để xác định chắc chắn một nội dung nào đó có thể tác động tới công chúng hay không. Bộ chỉ số không thay thế việc đó.

Điểm cuối cùng cần nhấn mạnh là Bộ chỉ số này là một tài liệu sống động. Các chỉ số tuy rất tổng hợp nhưng không có nghĩa là tất cả. Hy vọng rằng những công cụ này sẽ được các bên liên quan chính sử dụng và các bài học rút ra sẽ là thông tin hữu ích để tiếp tục phát triển của Bộ chỉ số này.

2. Nghiên cứu khán thính giả là một phương pháp nghiên cứu truyền thông được tiến hành với một loại khán thính giả cụ thể nhằm thu thập thông tin về thái độ, quan tâm, sở thích hoặc hành vi liên quan tới các thông điệp họ nhận được từ truyền thông. Nhóm khán thính giả cụ thể này được thành lập dựa trên các đặc điểm như giới, chủng tộc và dân tộc, độ tuổi, học vấn và thu nhập gia đình.

## LOẠI A CÁC HÀNH ĐỘNG TĂNG CƯỜNG BÌNH ĐẲNG GIỚI TRONG CÁC TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG

### A1. Cân bằng giới ở cấp ra quyết định

**Đối tượng thực hiện:** Các tổ chức truyền thông

**Đối tượng, lĩnh vực tác động:** Các cấp ra quyết định trong quản lý truyền thông

**A1.1. Mục tiêu chiến lược:** Đánh giá mức độ cân bằng giới ở cấp ra quyết định trong các tổ chức truyền thông.

#### CÁC CHỈ SỐ:

1. Tỷ lệ phụ nữ tham gia các vị trí lãnh đạo trong các cơ quan truyền thông (tổng biên tập, phó tổng biên tập, trưởng phó phòng ban) so với nam giới và so với tổng số nhân viên nữ của đơn vị.
2. Tỷ lệ phụ nữ trong quy hoạch lãnh đạo các cấp trong cơ quan truyền thông (so với nam giới và so với tổng số nhân viên nữ của đơn vị).
3. Đánh giá và báo cáo định kỳ về các hành động đảm bảo cân bằng giới tại cấp ra quyết định.
4. Các chính sách tạo cơ hội bình đẳng bao gồm các biện pháp thực hiện tổng thể, mục tiêu, thời gian và cơ chế giám sát.
5. Các chính sách tạo cơ hội bình đẳng được xây dựng trong các tổ chức truyền thông với sự hợp tác và đồng thuận của nhân viên.
6. Các biện pháp/chính sách được thông qua để gỡ bỏ các rào cản đối với các cơ hội bình đẳng và tạo điều kiện thuận lợi cho phụ nữ làm việc.

7. Bảo đảm kinh phí để triển khai các chương trình kế hoạch chính sách về bình đẳng giới tại các cơ quan đơn vị.
8. Có chỉ tiêu cụ thể quy định số lượng phụ nữ trong cấp ra quyết định.
9. Có những hành động tích cực và các Ban Vì sự tiến bộ phụ nữ để tăng cường sự hiện diện của phụ nữ trong truyền thông ở tất cả các cấp trong cơ cấu tổ chức.
10. Tỷ lệ các thông báo về công việc được công khai.
11. Thông báo những chính sách về cân bằng giới tại cấp ra quyết định.
12. Hoạt động đánh giá nhận thức về các chính sách tạo các cơ hội bình đẳng.
13. Báo cáo kết quả việc thực hiện các chính sách tạo các cơ hội bình đẳng.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Số liệu thống kê các vị trí lãnh đạo quản lý có tách biệt giới tính, do nội bộ (với công đoàn) hoặc các tổ chức cấp trên xây dựng.
- Các chính sách nội bộ nhằm thúc đẩy bình đẳng giới.
- Phỏng vấn nhân viên.
- Các chứng từ tài chính.
- Các hồ sơ cán bộ liên quan.
- Các chính sách chung, ví dụ như luật lao động.
- Báo cáo kết quả về thực hiện bình đẳng giới.

## A2. Bình đẳng giới tại công sở và điều kiện làm việc

**Đối tượng thực hiện:** Các tổ chức truyền thông

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Các điều kiện làm việc

### A2.1. Mục tiêu chiến lược 1: Đối xử bình đẳng và công nhận năng lực của phụ nữ và nam giới tại nơi làm việc.

#### CÁC CHỈ SỐ:

1. Có bộ phận phụ trách công tác bình đẳng giới hoặc (các) cán bộ chuyên trách về bình đẳng giới để giám sát và đánh giá bình đẳng giới tại nơi làm việc.
2. Nhân viên được biết có bộ phận phụ trách về giới và (các) cán bộ chuyên trách giải quyết các vấn đề của cả phụ nữ và nam giới.
3. Có cơ chế giám sát và đánh giá bình đẳng giới tại nơi làm việc.
4. Tỷ lệ nữ và nam làm việc tại các bộ phận trong tổ chức truyền thông (vd: phòng tin và phòng sản xuất chương trình) và tất cả các cấp độ (cấp quản lý cao nhất, trung và thấp).
5. Tổng kết và báo cáo định kỳ về các hoạt động nhằm nâng tỷ lệ phụ nữ làm việc tại phòng tin tức thời sự và các phòng ban chuyên môn.
6. Tỷ lệ nhân viên nam và nữ sản xuất tin tức hoặc đưa tin các chủ đề (vd: thể thao, chính trị và xung đột vũ trang).
7. Tổng kết và báo cáo định kỳ về các hành động tăng cường sự tham gia của phụ nữ (vd: sản xuất và đưa tin bài) vào tất cả các chủ đề tin tức.
8. Các hành động nâng tỷ lệ phụ nữ sản xuất hoặc đưa tin về các chủ đề khác nhau tại những nơi tỷ lệ này còn thấp (vd: có chỉ tiêu).
9. Có các chính sách đảm bảo đối xử bình đẳng liên quan tới điều kiện/môi trường làm việc, lương bổng và cơ hội thăng tiến.



10. Tỷ lệ nữ và nam được đề bạt hàng năm và tăng lương theo các chính sách đã ban hành.
11. Tổng kết và báo cáo định kỳ về lương bổng và tỷ lệ thăng tiến của nữ và nam.
12. Có các điều kiện làm việc và hưởng lợi, kể cả chính sách nghỉ hưu theo quy định của pháp luật lao động.
13. Có các cách thức tuyển dụng công khai và bình đẳng (vd: Ban Giám khảo có số lượng nam nữ ngang nhau, cán bộ chuyên trách giới tham gia vào quá trình/chương trình tuyển dụng của tổ chức truyền thông trong thời điểm nhất định nào đó).
14. Tỷ lệ nhân viên nam và nữ ký hợp đồng bán thời gian.
15. Tỷ lệ nhân viên nam và nữ trong biên chế và hợp đồng dài hạn.
16. Có những thỏa thuận tập thể đảm bảo đối xử bình đẳng giữa nam và nữ.
17. Các chính sách liên quan tới bình đẳng giới tuân thủ các điều khoản của CEDAW<sup>3</sup> như Điều 2, 4, 10, 11, v.v...
18. Có các chính sách nhân lực về giới bao gồm đối xử bình đẳng.
19. Công bố các chính sách nhân lực về giới.
20. Các tổ chức truyền thông tuyên truyền luật pháp về lao động liên quan tới đối xử bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới.
21. Giám sát phân bổ ngân sách cho hoạt động bình đẳng giới.

3. Công ước Xóa bỏ mọi hình thức Phân biệt Đối xử với phụ nữ (CEDAW), được Liên Hợp Quốc thông qua năm 1979, "thường được mô tả là một đạo luật về quyền của phụ nữ. Bao gồm phần mở đầu và 30 điều khoản, Công ước đã định nghĩa những gì tạo nên sự phân biệt đối xử với phụ nữ và đưa ra một chương trình hành động quốc gia chấm dứt sự phân biệt đối xử này"- Tổ chức UN Women 2012 - <http://genic.molisa.gov.vn/docs/VB2009/DetailVBCDDH/tabid/214/DocID/7704/TabModuleSettingsId/490/language/vi-VN/Default.aspx>

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Hồ sơ tổ chức và nhân sự liên quan tới tuyển dụng và mô tả công việc, v.v...
- Đánh giá nội bộ các chính sách, thủ tục, các cơ chế liên quan tới bình đẳng giới.
- Đánh giá của bên ngoài về các chính sách, quy trình, các cơ chế liên quan.
- Khảo sát các nhân viên về điều kiện làm việc.
- Các thỏa thuận tập thể về đối xử bình đẳng.
- Tỷ lệ tăng lương và thăng tiến tách biệt theo giới tính.
- Báo cáo phân tích về bình đẳng giới của các tổ chức truyền thông
- Có các số liệu về nhân viên trong biên chế theo giới tính.
- Có các số liệu về sự tham gia vào các chủ đề tin tức theo giới tính.

## A2.2. Mục tiêu chiến lược 2: Môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Các điều kiện hỗ trợ nhu cầu khác biệt của phụ nữ và nam giới (kể cả các phương tiện giao thông an toàn /hoặc phòng nghỉ sau ca trực đêm cho phụ nữ, phòng vệ sinh riêng biệt cho phụ nữ, các thiết bị an toàn cho phụ nữ tác nghiệp tại các vùng có chiến tranh).
2. Có cơ chế và thực hiện cơ chế phòng tránh, khiếu nại, hỗ trợ và sửa đổi liên quan tới vấn đề lạm dụng tình dục và trù dập tại nơi làm việc.
3. Có những chính sách truyền thông tuân thủ các điều khoản của CEDAW liên quan tới môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới và có những hành động để giải quyết những tồn tại.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Có các điều khoản về an toàn, chống lạm dụng và trù dập trong các thỏa thuận tập thể.
- Thanh tra tại nơi làm việc.
- Có các chính sách/biện pháp chống lạm dụng tình dục và trù dập tại nơi làm việc.
- Có các điều khoản về đạo đức trong các chính sách của tổ chức truyền thông.
- Số lượng các khiếu nại và các vụ giải quyết các khiếu nại thành công.
- Khảo sát nhân viên về môi trường làm việc.
- Đánh giá nội bộ các chính sách, thủ tục và cơ chế liên quan tới an toàn.

### A2.3. Mục tiêu chiến lược 3: Hưởng lương bình đẳng

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Mức lương tương tự giữa nhà báo nữ và nam trong công việc có giá trị như nhau.
2. Thực hiện công ước trả thù lao bình đẳng của ILO<sup>4</sup> (100).
3. Thang lương công khai trong tổ chức truyền thông, sử dụng các tiêu chí như nhau để quyết định mức lương cho nữ và nam.
4. Thanh tra việc trả lương công khai hàng năm.
5. Đánh giá nội bộ định kỳ về lương.
6. Đánh giá của cơ quan chức năng định kỳ về lương.
7. Các điều khoản thỏa thuận với nhân viên/tập thể đảm bảo lương bình đẳng cho nam và nữ.

4. Công ước liên quan tới Thù lao cho Người lao động Nữ và Nam trong Công việc có Giá trị ngang nhau (Ghi chú: ngày có hiệu lực: 23/05/1953)-<http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/conVde.pl?C100>.-<http://nilp.org.vn/Details/id/835/18-Cong-uoc-cua-ILO-da-duoc-Viet-Nam-phe-chuan>

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Hồ sơ tổ chức cán bộ.
- Các điều khoản thỏa thuận tập thể về trả lương như nhau. Đánh giá nội bộ về các chính sách, quy trình và cơ chế liên quan tới trả lương như nhau.
- Đánh giá của cơ quan chức năng về các chính sách, quy trình và cơ chế liên quan tới trả lương như nhau.
- Báo cáo kiểm toán.
- Bảng lương/tỷ lệ bổ nhiệm thăng tiến chia theo giới tính (tỷ lệ giữa nam và nữ).

### A2.4. Mục tiêu chiến lược 4: Cân bằng công việc - cuộc sống

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Có các chế độ làm việc linh hoạt và thực hiện các chế độ đó cho nữ và nam.
2. Thỏa thuận tập thể về các chế độ làm việc linh hoạt.
3. Có chính sách đặc biệt về các chế độ làm việc linh hoạt.
4. Có hồ sơ tổ chức cán bộ về việc thực hiện chế độ làm việc linh hoạt.
5. Bố và mẹ được nghỉ thai sản vẫn hưởng lương trong thời gian quy định cho tất cả nhân viên truyền thông.
6. Có các cơ sở chăm sóc trẻ em có chất lượng cho tất cả nhân viên.
7. Có các điều khoản và chính sách về bố/mẹ nghỉ thai sản, nghỉ chăm sóc con và hỗ trợ cho trẻ em theo quy định.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Hồ sơ cán bộ xin phép nghỉ.
- Chứng từ tài chính.
- Có các điều khoản thỏa thuận tập thể về chế độ nghỉ thai sản cho cả bố và mẹ linh hoạt.
- Đánh giá nội bộ về các chính sách, thủ tục và cơ chế liên quan tới trả lương bình đẳng.
- Đánh giá của cơ quan chức năng về các chính sách, quy trình và cơ chế liên quan tới trả lương bình đẳng.

### A3. Bình đẳng giới trong các hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác

#### **Đối tượng thực hiện:**

*Các hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác.*

#### **Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:**

*Các hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác.*

**A3.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Số lượng và sự tham gia bình đẳng của lãnh đạo nữ vào quá trình ra quyết định trong các tổ chức này.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Có hệ thống và thực hiện hệ thống giám sát, đánh giá số lượng và sự tham gia của phụ nữ vào quá trình ra quyết định ở tất cả các cấp.
2. Có chương trình và thúc đẩy chương trình đào tạo, bồi dưỡng lãnh đạo cho phụ nữ.

3. Có các hệ thống chỉ tiêu về số lượng và sự hiện diện của phụ nữ trong quá trình ra quyết định.
4. Có các hành động quyết liệt tăng số lượng nữ lãnh đạo.
5. Tỷ lệ nữ và nam trong hồ sơ thành viên.
6. Tỷ lệ nữ và nam trong hồ sơ bầu cử.
7. Tỷ lệ nam và nữ làm việc tại các tổ chức này.
8. Tỷ lệ nữ và nam trong các vị trí ra quyết định tại tất cả các cấp.
9. Đánh giá thường niên để khẳng định và báo cáo về sự tham gia của nữ vào công tác lãnh đạo và trong tất cả các hoạt động/chương trình.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Số liệu được phân theo giới tính trong hồ sơ bầu cử.

**A3.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Lồng ghép giới vào tất cả các hoạt động trong các tổ chức này.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Tổ chức các cuộc họp thường xuyên nhằm thúc đẩy bình đẳng giới.
2. Các vấn đề liên quan đến bình đẳng giới đã được lồng ghép trong chương trình kế hoạch, dự án của tổ chức.
3. Các quy định về thực hiện lồng ghép giới vào quá trình xây dựng và triển khai các hoạt động có liên quan tại tổ chức.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Điều lệ.
- Các tài liệu chính sách.
- Các cuộc khảo sát nhận thức của nhân viên về chính sách giới.
- Chứng từ tài chính.
- Đánh giá nội bộ về các chính sách, quy trình và cơ chế liên quan tới lồng ghép giới.
- Đánh giá của cơ quan chức năng về các chính sách, quy trình, cơ chế liên quan tới lồng ghép giới.
- Biên bản/báo cáo của đơn vị phụ trách bình đẳng giới.
- Báo cáo phân tích về bình đẳng giới.

**A3.3. Mục tiêu chiến lược 3:** Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác thúc đẩy bình đẳng giới tại nơi làm việc.

## CÁC CHỈ SỐ

1. Các tổ chức này xây dựng và đưa ra các khuyến nghị thúc đẩy hơn nữa bình đẳng giới (quyết định, lương, nghỉ) tới các nhà quản lý báo chí và các cơ quan chủ quản báo chí.
2. Tiến hành nâng cao nhận thức về bình đẳng giới tại nơi làm việc.
3. Tư vấn và ủng hộ thành viên trong các trường hợp bất bình đẳng giới tại nơi làm việc, cung cấp và chỉ cho họ những cơ chế tự vệ chống phân biệt đối xử hoặc những khó khăn về pháp lý v.v...
4. Tỷ lệ các trường hợp xử lý của các hội, câu lạc bộ liên quan tới bạo lực với phụ nữ.

5. Các khảo sát định kỳ đối với các thành viên về sự hiểu biết về bình đẳng giới tại nơi làm việc.
6. Các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.
7. Tỷ lệ nữ và nam tham gia các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Danh sách tham gia khóa tập huấn (tỷ lệ nữ và nam).
- Báo cáo phân tích giới.
- Các tài liệu về chính sách.
- Hồ sơ tổ chức cán bộ.

**A3.4. Mục tiêu chiến lược 4:** Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác lồng ghép nhận thức về giới vào thực tiễn truyền thông và tiến hành các sáng kiến nâng cao ý thức về giới nhằm tăng cường sự đa dạng trong truyền thông.

## CÁC CHỈ SỐ

1. Đưa vấn đề bình đẳng giới vào các nguyên tắc, quy định của hiệp hội nghề nghiệp.
2. Tổ chức thực hiện những nguyên tắc và quy định này tới các thành viên.
3. Thông qua và tổ chức thực hiện các chính sách, pháp luật quy định về đạo đức nghề nghiệp, sổ tay/cẩm nang nghiệp vụ phản ánh sự cần thiết phải có bình đẳng giới và tôn trọng sự đa dạng trong tác nghiệp truyền thông.
4. Chủ trì, phối hợp tổ chức các chương trình/hội thảo đào tạo bồi dưỡng cho các thành

viên và các nhà báo, khuyến khích lồng ghép nhận thức về giới vào tác nghiệp truyền thông.

5. Danh sách học viên theo giới tính tham gia các cơ hội đào tạo.

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Phỏng vấn lãnh đạo và thành viên của các hiệp hội.
- Báo cáo khảo sát hoặc các văn bản chính sách của tổ chức, quy định về đạo đức nghề nghiệp, sổ tay/cẩm nang nghiệp vụ về giới trong các hiệp hội nhà báo và những người làm truyền thông khác.
- Báo cáo khảo sát, các văn bản của tổ chức hoặc các chương trình đào tạo/hội thảo về giới và tác nghiệp báo chí của các hiệp hội nhà báo và những người làm truyền thông khác.

## A4. Các tổ chức truyền thông thúc đẩy quy tắc đạo đức nghề nghiệp/quy định thực hiện bình đẳng giới trong nội dung truyền thông

**Đối tượng thực hiện:**

*Các tổ chức truyền thông*

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** *Cam kết thực hiện bình đẳng giới của các cơ quan/tổ chức truyền thông trong sản xuất nội dung*

**A4.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí thông qua các chính sách và thực hiện các sáng kiến thúc đẩy các nhà báo, cán bộ, nhân viên kỹ thuật và những người hoạt động sáng

tạo có ý thức về giới và đóng góp vào sản xuất nội dung truyền thông.

## CÁC CHỈ SỐ

1. Có văn bản, chính sách về giới trong tác nghiệp báo chí.
2. Có văn bản quy định về đạo đức nghề nghiệp có nội dung về giới.
3. Có các nguồn tài liệu về giới như sổ tay/cẩm nang nghiệp vụ, danh mục các chuyên gia nữ trong các lĩnh vực, danh sách cá nhân hay các cơ quan có thể giúp các nhà báo có được góc nhìn hoặc quan điểm về giới trong các chủ đề khác nhau, v.v..., giúp cho các nhà báo, những người sáng tạo và kỹ thuật tránh phân biệt giới tính và có cách tiếp cận giới trong tác nghiệp báo chí.
4. Phóng viên, biên tập viên có nhận thức và tuân thủ các chính sách và quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
5. Cán bộ quản lý, lãnh đạo cơ quan báo chí, cơ quan chủ quản báo chí có nhận thức và tuân thủ các chính sách và quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
6. Chủ trì tổ chức các chương trình/hội thảo tuyên truyền các chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng nhằm hỗ trợ nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí cho các nhà báo.
7. Giám sát định kỳ các nội dung truyền thông để đánh giá hiệu quả và kết quả của các biện pháp như chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng, sổ tay cẩm nang nghiệp vụ và chương trình đào tạo, hội thảo.
8. Có các cơ chế nội bộ để tiếp nhận khiếu nại hoặc phản biện về những vấn đề bình đẳng giới trong nội dung thông qua ban Thanh tra, ban Bạn nghe đài, ban Bạn đọc, ban Khán/thính giả và đảm bảo công chúng biết về cơ chế này.
9. Tuyên truyền chính sách về giới và báo cáo kết quả thực hiện các vấn đề về giới.

10. Đánh giá việc tuân thủ chính sách về giới trong nội dung truyền thông khi báo cáo kết quả công tác và thực hiện các quy định.
11. Danh sách tham gia các hội thảo theo giới tính.
12. Tăng cường sử dụng các số liệu tách biệt theo giới tính trong các nội dung báo chí.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo khảo sát các văn bản chính sách, quy định về đạo đức, sổ tay cẩm nang nghiệp vụ về giới và sự đa dạng, tác nghiệp báo chí trong các tổ chức truyền thông.
- Báo cáo khảo sát các chương trình, hội thảo đào tạo về giới và sự đa dạng và tác nghiệp báo chí trong các tổ chức truyền thông.
- Đánh giá nhận thức, thái độ của các nhà báo, những người làm truyền thông khác, cán bộ quản lý ở tất cả các cấp về chính sách giới và quá trình thực hiện, cũng như những vấn đề giới trong sản xuất chương trình.

## A5. Cân bằng giới trong giáo dục và đào tạo

**Đối tượng thực hiện:** Các trường đào tạo báo chí, truyền thông, viện đào tạo và các tổ chức phi chính phủ

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Giáo dục và đào tạo, đào tạo suốt đời

**A5.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Nhận thức về bình đẳng giới của các giảng viên, sinh viên báo chí và các sinh viên khác theo học các khóa liên quan tới truyền thông và báo chí (vd: quản lý báo chí, nội dung chương trình, kỹ thuật sản xuất, biên tập và các lĩnh vực kỹ thuật khác kể cả công nghệ thông tin và truyền thông)

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ giảng viên nữ và nam giảng dạy báo chí và các khóa báo chí, truyền thông khác.
2. Tỷ lệ giảng viên nữ và nam là trưởng khoa, giám đốc chương trình và đang giữ vị trí lãnh đạo khác.
3. Các cán bộ, giảng viên của các trường đại học, cao đẳng báo chí được đào tạo lồng ghép nội dung chuyên biệt về giới và lồng ghép giới vào chương trình và bài giảng.
4. Có nội dung chuyên biệt về giải quyết những vấn đề bình đẳng giới và giới được lồng ghép vào chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng về báo chí, truyền thông và các khóa học khác.
5. Vấn đề bình đẳng giới được đưa vào học tập, nghiên cứu, thảo luận và thực hành.
6. Có các khóa về sản xuất các chương trình báo chí điều tra sâu và thảo luận về các vấn đề bình đẳng giới.
7. Các cơ sở đào tạo liên quan tiến hành giám sát, đặc biệt là kết quả học tập của các sinh viên nữ trường báo chí và truyền thông trong và sau khi ra trường.
8. Tỷ lệ phần trăm các thỏa thuận giữa các trường báo chí và các tổ chức truyền thông nhận thực tập sinh và cấp học bổng, trong đó có điều khoản cho sinh viên nữ.
9. Tỷ lệ sinh viên nữ và nam tham dự các khóa đào tạo về giới và trao đổi kinh nghiệm ở các nước khác.
10. Tỷ lệ nữ và nam được tuyển vào các khóa đào tạo bồi dưỡng báo chí và truyền thông.
11. Có hệ thống chỉ tiêu tuyển sinh nữ và nam vào các lĩnh vực khác nhau của báo chí trong các cơ sở đào tạo bồi dưỡng báo chí và truyền thông.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Hồ sơ sinh viên của các trường đại học, cao đẳng.
- Chương trình của các trường đại học, cao đẳng.

- Các khóa chuyên biệt về giới.
- Khảo sát trong sinh viên.
- Báo cáo khảo sát ban đầu.

**A5.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Nâng cao nhận thức về bình đẳng giới và tiếp cận giáo dục và đào tạo kể cả những vấn đề liên quan đến giới cho các nhà báo, những người làm truyền thông và cán bộ truyền thông (nam và nữ).

### CÁC CHỈ SỐ

1. Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về bình đẳng giới cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp kể cả quản lý tại nơi làm việc.
2. Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về phản ánh giới trong nội dung truyền thông cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp kể cả quản lý.
3. Những vấn đề bình đẳng giới được lồng ghép vào tất cả các khóa đào tạo được các tổ chức truyền thông tiến hành hoặc tài trợ.
4. Tỷ lệ giữa nữ và nam trong các khóa đào tạo về giới.
5. Các biện pháp tăng số lượng nữ được tuyển sinh vào các khóa, lớp đào tạo.
6. Các biện pháp tăng số lượng nam được tuyển vào các khóa, lớp đào tạo về giới.
7. Tỷ lệ các khóa đào tạo về giới trên tổng số các khóa được tổ chức.
8. Các tổ chức truyền thông giám sát nghề nghiệp của các học viên báo chí nữ trong và sau khi tham gia các khóa đào tạo.
9. Tỷ lệ nữ được tuyển tham gia vào các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ trên tổng số được tuyển.
10. Các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình bồi dưỡng nâng cao trình độ.

11. Đánh giá và báo cáo về các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ.
12. Có các chương trình đào tạo để phụ nữ được tiếp cận với các công nghệ truyền thông mới.
13. Phân bổ nguồn lực cho các khóa đào tạo liên quan tới tiếp cận và đóng góp của phụ nữ.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Danh sách học viên tham gia đào tạo về truyền thông.
- Đánh giá nội bộ về các khóa đào tạo về bình đẳng giới.
- Đánh giá tác động của các khóa đào tạo đối với nam giới và phụ nữ.
- Đánh giá về tác động của đào tạo tới nội dung tin bài của học viên.
- Các hồ sơ nhân sự liên quan tới các khóa đào tạo và những hoạt động bồi dưỡng nâng cao trình độ kể cả phân bổ ngân sách.
- Hồ sơ sinh viên của trường đại học.

## LOẠI B PHẢN ÁNH VỀ GIỚI TRONG NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

### B1. Tin tức và Thời sự

Có rất nhiều dự án nghiên cứu về sự hiện diện giới trong các nội dung tin tức truyền thông thuần túy trên các bản tin và trong một số trường hợp thì chỉ ở những tin bài trên trang nhất hoặc các các trang tin tổng hợp của các tờ báo hàng ngày hoặc trên các bản tin chính trên phát thanh, truyền hình. Có thể thấy một bức tranh tổng thể hơn bao gồm các hình thức truyền thông tin tức và thời sự (kể cả các tạp chí) và các thể loại báo chí (phóng sự, ý kiến, bình luận/phân tích, chuyên mục, tài liệu v.v...) ở các mục/chương trình khác nhau của truyền thông (kể cả các trang/chương trình chuyên đề về thể thao, kinh doanh, sức khỏe, các vấn đề dân sự/môi trường, v.v...). Theo đó, Bộ chỉ số này có thể được sử dụng đánh giá mức độ nhận thức về giới trong biên tập nội dung tin tức truyền thông liên quan tới một loạt các hình thức và thể loại truyền thông tin tức và thời sự rộng rãi hơn là những bản tin hàng ngày.

**Đối tượng thực hiện:**

*Các tổ chức truyền thông và các nhà báo, người sản xuất chương trình, các hội truyền thông, hội và câu lạc bộ nhà báo, những người làm truyền thông khác, các tổ chức phi chính phủ về truyền thông, đặc biệt là những tổ chức liên quan tới giới và các bộ, các cơ quan thuộc chính phủ.*

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** *Bình đẳng giới trong nội dung tin tức (báo in, phát thanh, truyền hình và báo mạng bởi các tổ chức truyền thông).*



**B1.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Sự hiện diện bình đẳng của phụ nữ và nam giới phản ánh các thành phần của xã hội và những kinh nghiệm, hành động, quan điểm và những mối quan tâm, trên tin tức và thời sự.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ nữ và nam trong tin tức và thời sự (không tính hình ảnh) được lựa chọn ngẫu nhiên trong một tuần.
2. Tỷ lệ nữ và nam được phỏng vấn trực tiếp/hoặc trích dẫn trong tin tức và thời sự để lấy thông tin và /hoặc ý kiến.
3. Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện trong vai trò là 1) Dẫn chương trình; 2) Chuyên gia; 3) Công dân bình thường, tiếng nói của công chúng trong nội dung tin tức và thời sự.
4. Tỷ lệ định hướng sự quan tâm về các vấn đề xã hội của nam và nữ trên tin tức và thời sự kể cả hình ảnh (vd: liên quan tới việc làm chứ không phải là liên quan tới việc nhà, liên quan tới quan hệ xã hội chứ không phải liên quan tới quan hệ gia đình).
5. Tỷ lệ nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự phân chia theo vị trí xã hội (vd: lãnh đạo, doanh nhân, công nhân, nông dân...).
6. Tỷ lệ nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự được phỏng vấn, trích dẫn để lấy thông tin, ý kiến được phân chia theo chủ đề: 1) Chính trị; 2) Kinh tế; 3) Chiến tranh và xung đột; 4) Khoa học và công nghệ; 5) Các chủ đề khác.
7. Tỷ lệ tin bài tập trung, chủ yếu về phụ nữ và các chủ đề đặc biệt mà phụ nữ quan tâm trong tin tức và thời sự (vd: bạo lực liên quan tới giới, quyền của phụ nữ, thành tựu của phụ nữ v.v...).
8. Tỷ lệ thời gian, dung lượng và vị trí (thời gian vàng, hay thời gian cao điểm, trang một hoặc bài chuyên đề) cho các tin bài về phụ nữ để lấy thông tin, ý kiến và tập trung chủ yếu vào phụ nữ hay những vấn đề đặc biệt phù hợp, là quan tâm của phụ nữ trong tin tức và thời sự.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo phân tích có tách biệt theo giới tính đối với các nội dung tin tức và thời sự lấy từ lưu trữ hoặc các nghiên cứu độc lập do các tổ chức khác kể cả các tổ chức phi chính phủ tiến hành.
- Báo cáo giám sát và phân tích theo giới tính nội dung tin tức và thời sự.
- Báo cáo đánh giá phản biện về các nội dung tin tức và thời sự của lãnh đạo, phóng viên, biên tập viên và những người làm truyền thông khác.

**B1.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Xóa bỏ các hình thức khuôn mẫu, tăng cường sự hiện diện và thông tin đa chiều để đạt được sự bình đẳng trong phản ánh về nữ giới và nam giới.

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Sự phản ánh về giới trong nội dung tin tức (báo viết, phát thanh, truyền hình, báo mạng bởi các tổ chức truyền thông)

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ tin bài theo khuôn mẫu giới (diễn giải công khai phân biệt theo giới các đặc điểm và vai trò của phụ nữ và nam giới trong xã hội).
2. Tỷ lệ tin bài theo khuôn mẫu giới (mô tả những đặc điểm truyền thống “nữ tính”/“nam tính” và vai trò của nam/nữ, vì thế làm cho những đặc điểm này trở nên bình thường trong khi lại bỏ qua những đặc tính khác và những chức năng khác của nam giới và nữ giới trong xã hội).
3. Tỷ lệ nữ và nam bị mô tả là nạn nhân (vd: của tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).

4. Tỷ lệ nữ và nam được mô tả là người sống sót (có nghĩa là với minh chứng cho hành động tích cực mặc cho những hoàn cảnh/tình huống khó khăn như tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).
5. Tỷ lệ tin bài có sự hiện diện, phản ánh nam và nữ trên các lĩnh vực (ám chỉ những cố gắng loại bỏ cách thức khuôn mẫu về giới).
6. Tỷ lệ tin bài sử dụng ngôn ngữ phân biệt giới tính của các phóng viên không tính trường hợp trích nguồn (có nghĩa là ám chỉ hoặc phân biệt, định kiến hoặc rập khuôn theo giới tính hoặc theo vai trò giới).

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo giám sát và phân tích chia theo giới tính các nội dung tin tức và thời sự hoặc các nghiên cứu độc lập do các tổ chức khác kể cả tổ chức phi chính phủ tiến hành.
- Báo cáo phân tích có tách biệt theo giới tính đối với các nội dung tin tức và thời sự đã lưu trữ.
- Áp dụng quy tắc đảo ngược hoặc hoán đổi vai trò (để giúp mô tả ý nghĩa của khuôn mẫu).
- Các báo cáo đánh giá phản biện về nội dung thông tin và thời sự của các lãnh đạo, phóng viên, biên tập viên và những người làm truyền thông khác.

**B1.3. Mục tiêu chiến lược 3:** Đưa tin bài về bình đẳng và công bằng giới như một bộ phận quan trọng cấu thành vai trò là người giám sát xã hội của truyền thông.

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Bình đẳng giới trong nội dung tin tức (báo viết, phát thanh, truyền hình và báo mạng)

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ phần trăm tin bài về các chủ đề về bình đẳng, bất bình đẳng giới (tin bài về các trường hợp đặc biệt về bình đẳng hoặc bất bình đẳng giữa nam và nữ, các chính sách phù hợp, các vấn đề pháp lý, chương trình được thiết lập để bảo vệ và thúc đẩy quyền con người, quyền của phụ nữ và bình đẳng giới).
2. Tỷ lệ tin bài nêu bật khía cạnh bình đẳng, bất bình đẳng giới của các sự kiện và các vấn đề (kể cả chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v...).
3. Tỷ lệ thời lượng, không gian, vị trí (thời gian vàng hoặc cao điểm, trang nhất hoặc chuyên đề) dành cho tin bài nêu bật các vấn đề liên quan tới giới hoặc nêu rõ khía cạnh giới của các sự kiện hoặc vấn đề so với các tin bài khác.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo giám sát và phân tích tách biệt theo giới tính đối với nội dung tin tức và thời sự hiện tại. Báo cáo phân tích có tách biệt theo giới tính đối với các nội dung tin tức và thời sự đã lưu trữ.
- Các báo cáo đánh giá, phản biện về nội dung thông tin và thời sự của các lãnh đạo, phóng viên, biên tập viên và những người làm truyền thông khác.

**B1.4. Mục tiêu chiến lược 4:** Có minh chứng về ý thức giới trong các thể loại báo chí (vd: phóng sự, bình luận, chuyên đề, tài liệu, phỏng vấn, talk show, v.v..) và trên các lĩnh vực khác nhau (chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v..) và các chuyên mục, chuyên trang (vd: trang tin, trang kinh tế, trang thể thao, v.v..).

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Nhận thức về giới trong nội dung tin tức và thời sự.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ các tin bài trên trang nhất hoặc trong bản tin vào các giờ cao điểm, trên trang khác, trong các chuyên mục, trong các tọa đàm, phỏng vấn, chuyên đề, talk show, v.v..).
2. Tỷ lệ tin bài về các vấn đề liên quan tới giới hoặc các khía cạnh giới của các sự kiện, vấn đề trong các chủ đề như chính trị (kể cả đưa tin về bầu cử), kinh tế khoa học và công nghệ, phát triển nông thôn, thể thao, v.v..).
3. Tỷ lệ các tin bài có các số liệu phân chia theo giới về các sự kiện hoặc vấn đề như trên.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo phân tích có tách biệt theo giới tính đối với các nội dung tin tức và thời sự lấy từ lưu trữ hoặc các nghiên cứu độc lập do các tổ chức khác kể cả các tổ chức phi chính phủ tiến hành.
- Báo cáo giám sát và phân tích phân theo giới tính nội dung tin tức và thời sự.
- Báo cáo đánh giá, phản biện các nội dung tin tức và thời sự của lãnh đạo phóng viên, biên tập viên và những người làm truyền thông khác.

**B1.5. Mục tiêu chiến lược 5:** Sự hiểu biết chính xác và tổng thể về bạo lực trên cơ sở giới ở mọi hình thức là sự vi phạm nhân quyền đã được quốc tế công nhận (tham khảo Tuyên bố của Liên Hợp Quốc về xóa bỏ mọi hình thức bạo lực với phụ nữ, 1993).

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** Tin bài về bạo lực trên cơ sở giới.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Sử dụng ngôn ngữ không định kiến, phân biệt giữa hoạt động tình dục có sự đồng thuận và hành động phạm tội, chú ý không đổ lỗi cho nạn nhân trong trường hợp đó.
2. Xác định những người bị ảnh hưởng bởi bạo lực trên cơ sở giới là những nguồn tin do đó khi đưa tin phải có sự đồng ý của họ.
3. Tỷ lệ tin bài xâm phạm quyền riêng tư xúc phạm nhân phẩm của người bị bạo hành về giới và tình dục.
4. Sử dụng các thông tin và con số thống kê để phản ánh bạo lực giới là một vấn đề xã hội hơn là một bi kịch của cá nhân.
5. Đưa các thông tin về các đầu mối liên hệ tại địa phương cho các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ những người bị tác động bởi bạo lực giới.
6. Tỷ lệ thời lượng, trang báo và vị trí của các tin bài về bạo lực giới so với các tin bài khác.

### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo giám sát phân tích phân theo giới tính nội dung tin tức và thời sự.
- Báo cáo đánh giá phản biện các nội dung tin tức và thời sự của lãnh đạo phóng viên, biên tập viên và những người làm truyền thông khác.

- Báo cáo phân tích tách biệt theo giới tính đối với những nội dung tin tức và thời sự đã được lưu trữ.

## B2. Quảng cáo

### Đối tượng thực hiện:

1. Các tổ chức truyền thông
2. Hiệp hội, câu lạc bộ và các tổ chức nhà báo và những người làm truyền thông khác, các tổ chức phi chính phủ.
3. Các trường đại học, cao đẳng báo chí, các trường truyền thông, các viện đào tạo.

**Đối tượng, lĩnh vực quan tâm chính:** *Phản ánh giới trong quảng cáo*

### B2.1. Mục tiêu chiến lược 1: Phản ánh nữ giới và nam giới bình đẳng trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
2. Tỷ lệ nữ và nam thể hiện quảng cáo (giọng nói có quyền lực).
3. Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện rất chủ động chứ không bị động trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
4. Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện với tư cách chuyên gia, cố vấn, người tiêu dùng thạo tin, thông minh, có ý thức, cẩn trọng; người tiêu dùng không thạo tin, cả tin/dễ bị tác động, người chống đỡ.
5. Nghề nghiệp của nữ và nam trong quảng cáo.
6. Xu hướng xã hội của nữ và nam trong quảng cáo (vd: liên quan tới công việc, liên quan

tới việc nhà, liên quan tới gia đình/quan hệ, v.v...).

7. Ngoại hình (kể cả cận cảnh và dáng điệu) của nam và nữ trong quảng cáo được mô tả chủ yếu và những tính cách khác chỉ là thứ yếu hoặc không nói tới.
8. Tỷ lệ nữ và nam trong quảng cáo cho các loại sản phẩm mà các quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc cứ tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: các mặt hàng gia dụng gắn mới nấu ăn và lau dọn, thực phẩm, đồ uống (rượu, không phải rượu), làm vệ sinh và các đồ vệ sinh, các sản phẩm cho trẻ em, các mặt hàng điện tử, ô tô, các thiết bị, dụng cụ thể thao, v.v...).
9. Tỷ lệ nữ và nam trong quảng cáo về các loại dịch vụ, hoạt động khác nhau mà các quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: đi lại và nghỉ ngơi, hiếu khách, giáo dục, sức khỏe, chăm sóc trẻ em, viễn thông, ngân hàng và đầu tư, bất động sản, các sự kiện thể thao).
10. Mô tả tình dục trong quảng cáo một cách phù hợp

#### CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo giám sát và phân tích tách biệt theo giới tính đối với những quảng cáo xuất hiện trong nội dung tin tức thời sự và các sản phẩm truyền thông.

### B2.2. Mục tiêu chiến lược 2: Xác định các kiểu khuôn mẫu giới trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ quảng cáo thể hiện khuôn mẫu rõ nét (quảng cáo nhấn mạnh “nữ tính”, “nam tính” và vai trò nam, nữ làm cho điều này trở nên bình thường).
2. Tỷ lệ quảng cáo có sự phản ánh đa chiều nam và nữ (chỉ ra những nỗ lực chống khuôn mẫu giới và những hình thức phản ánh phân biệt giới tính khác).

## CÁC PHƯƠNG TIỆN KIỂM CHỨNG

- Báo cáo giám sát và phân tích tách biệt theo giới tính đối với những quảng cáo xuất hiện trong nội dung tin tức thời sự và các sản phẩm truyền thông.

## MỘT SỐ THUẬT NGỮ VỀ GIỚI<sup>5</sup>

### GIỚI TÍNH

Khoản 2 Điều 5 Luật Bình đẳng giới năm 2006 quy định: “Giới tính chỉ các đặc điểm sinh học của nam, nữ”.

Ví dụ:

Phụ nữ	Nam giới
Có buồng trứng và mang thai	Mọc râu rậm
Tiết sữa cho con bú	Có tinh hoàn và tinh trùng

### GIỚI

Khoản 2 Điều 5 Luật Bình đẳng giới quy định: “Giới chỉ đặc điểm, vị trí, vai trò của nam và nữ trong tất cả các mối quan hệ xã hội”.

5. Thuật ngữ này có tham khảo tài liệu “Một số thuật ngữ về giới và bình đẳng giới” của TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và Công ty Tư vấn Đầu tư Y tế;

## SỰ KHÁC BIỆT GIỮA GIỚI TÍNH VÀ GIỚI

Giới	Giới tính
Đặc điểm xã hội (vị trí, vai trò, trách nhiệm...) của phụ nữ và nam giới	Đặc điểm sinh học của phụ nữ và nam giới.
Đa dạng (có sự khác nhau giữa các vùng miền, nhóm dân tộc...)	Đồng nhất (có sự giống nhau giữa vùng miền, nhóm dân tộc)
Thay đổi theo thời gian	Không thay đổi theo thời gian

## NHẠY CẢM GIỚI

Nhạy cảm giới là khả năng của cá nhân, tổ chức, chính sách trong việc nhận thức, phản ánh tình trạng bất bình đẳng giới trong tiếp cận và kiểm soát các nguồn lực, cũng như cơ hội của nữ và nam.

## CÂN BẰNG GIỚI

Đây là một khái niệm có ý nghĩa về mặt số học, thể hiện sự cân bằng số lượng giữa nam và nữ giới trong việc tham gia và đại diện

## CÔNG BẰNG GIỚI

Công bằng giới là sự đối xử hợp lý với nam và nữ dựa trên việc thừa nhận các khác biệt giới tính nhằm đảm bảo cho nam và nữ có cơ hội và điều kiện tham gia và hưởng lợi một cách bình đẳng.

Công bằng giới có thể được coi là phương tiện hay biện pháp thực hiện và bình đẳng giới là mục đích cuối cùng.

## BÌNH ĐẲNG GIỚI

Bình đẳng giới là việc nam, nữ có vị trí, vai trò ngang nhau, được tạo điều kiện, cơ hội nhằm phát huy năng lực của mình cho sự phát triển của cộng đồng, của gia đình và thụ hưởng như nhau về thành quả của sự phát triển đó (Luật bình đẳng giới 2006).

## ĐỊNH KIẾN GIỚI

Khoản 4 Điều 5 Luật Bình đẳng giới năm 2006 quy định “định kiến giới là nhận thức, thái độ và đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm, vị trí, vai trò và năng lực của nam và nữ”.

Định kiến giới thường giới hạn ở những gì cộng đồng mong muốn hoặc cho phép nam giới hay phụ nữ thể hiện trong các quan hệ xã hội mà không phản ánh đúng khả năng thực tế của phụ nữ và nam giới. Ví dụ: Phụ nữ làm việc nhà tốt hơn nam giới, nam giới làm lãnh đạo tốt hơn phụ nữ.

Định kiến giới thường gây áp lực cho cả phụ nữ và nam giới, và là nguyên nhân gốc rễ của tình trạng bất bình đẳng nam nữ trong xã hội.

## KHUÔN MẪU GIỚI

Khuôn mẫu giới hay còn gọi là chuẩn mực giới là thuật ngữ dùng để mô tả những hình mẫu giá trị, niềm tin được định sẵn cho phụ nữ và nam giới; hay những quy định về đặc điểm điển hình của phụ nữ và nam giới trong gia đình, cộng đồng và xã hội.

Khuôn mẫu giới được coi là định kiến giới đối với phụ nữ và nam giới. Việc cộng đồng hình thành nên những khuôn mẫu hay chuẩn mực dành riêng cho phụ nữ và nam giới khiến cho cả phụ nữ và nam giới đều cảm thấy áp lực khi luôn phải cố gắng tuân thủ hoặc bị “bó khung” trong những quy định hay chuẩn mực mà cộng đồng mong muốn đối với họ.

## BẠO LỰC TRÊN CƠ SỞ GIỚI

Là hành động - đối với nữ hoặc nam được thực hiện trên cơ sở bất bình đẳng giới – gây tổn

thương hoặc có thể gây tổn thương tới thể chất, tinh thần hoặc tình dục cho đối tượng, bao gồm cả các hành động đe dọa, ép buộc hoặc tự ý tước đoạt quyền tự do của họ, bất kể ở nơi công cộng hay trong cuộc sống riêng tư.

### TRÁCH NHIỆM GIỚI

Hay còn gọi là đáp ứng giới là việc nhận thức được các vấn đề giới, tình trạng bất bình đẳng giới và nguyên nhân dẫn đến tình trạng bất bình đẳng giới, từ đó đưa ra biện pháp tích cực nhằm giải quyết và khắc phục bất bình đẳng trên cơ sở giới. Cần lưu ý rằng, biện pháp được tiến hành có thể đã làm thay đổi hoặc chưa làm thay đổi một cách hiệu quả và lâu dài các nguyên nhân dẫn đến bất bình đẳng giới.

### LỒNG GHÉP GIỚI

Lồng ghép giới là một cách tiếp cận trong đó các khía cạnh giới được xem xét và phân tích kỹ lưỡng để xác định những vấn đề giới hay những khía cạnh bất bình đẳng giới trong một lĩnh vực can thiệp cụ thể, tìm hiểu nguyên nhân gây bất bình đẳng giới và thực hiện các giải pháp cụ thể để giải quyết những vấn đề giới hay khía cạnh bất bình đẳng giới đó.

Lồng ghép giới chính là nhận ra và thừa nhận sự khác biệt giữa phụ nữ và nam giới về nhu cầu, mối quan tâm, khả năng tiếp cận và kiểm soát các nguồn lực, khả năng ra quyết định, khả năng tham gia vào các hoạt động tại trường học, từ đó có biện pháp cụ thể để giải quyết những khác biệt này hướng tới mục tiêu bình đẳng giới.

Lồng ghép giới là biện pháp giúp đạt được bình đẳng giới. Tuy nhiên, bình đẳng giới không thể đạt được nếu chỉ tiến hành lồng ghép giới ở một vài nơi hay một vài lĩnh vực nào đó mà phải tiến hành lồng ghép ở tất cả các lĩnh vực khác nhau và do tất cả các tổ chức xã hội thực hiện chứ không phải là trách nhiệm của riêng cơ quan, tổ chức nào.

Lồng ghép giới là một quy trình liên tục và nhất quán. Đối với các chương trình/dự án, việc lồng ghép giới cần phải được thực hiện trong tất cả các bước như đánh giá nhu cầu, lập kế hoạch can thiệp, triển khai hoạt động, giám sát và đánh giá các hoạt động ... Trong đó, phân tích giới được coi là bước quan trọng trong việc lồng ghép giới.

### PHÂN TÍCH GIỚI

Sử dụng các công cụ nghiên cứu khác nhau nhằm xác định thực trạng, nhu cầu, mối quan tâm, vấn đề ưu tiên và mối tương quan giữa nam và nữ trong một chương trình, dự án, kế hoạch hoặc một văn bản chính sách pháp luật.

### PHẢN ÁNH GIỚI

Là sự thể hiện vai trò giới, hành vi và các đặc điểm giới

### SỐ LIỆU TÁCH BIỆT THEO GIỚI TÍNH

Là những thông tin định lượng hoặc định tính được tách biệt theo giới tính nam và nữ.

**MẪU KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG****ĐƠN VỊ**

.....

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc****Số:**

....., ngày tháng năm

**KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG THỰC HIỆN BÌNH ĐẲNG GIỚI  
SỬ DỤNG BỘ CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG**

Căn cứ Quyết định số 19/2002/QĐ-TTg ngày 21/01/2002 về Chiến lược quốc gia vì sự tiến bộ của phụ nữ đến năm 2010;

Căn cứ Kế hoạch hành động vì sự tiến bộ phụ nữ của cơ quan/đơn vị truyền thông.

Căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ của Ban Vì sự tiến bộ Phụ nữ của cơ quan (tên cơ quan).

**I. Mục tiêu tổng quát:**

Nâng cao nhận thức và thực hiện bình đẳng giới trong các cơ quan, tổ chức truyền thông nhằm góp phần hoàn thành các mục tiêu về bình đẳng giới trong cơ quan và trong công tác tuyên truyền, tạo điều kiện để nam giới và nữ giới có cơ hội tiếp cận, phát huy vai trò bình đẳng trong mọi lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa-xã hội.

**II. Mục tiêu cụ thể:**



## LOẠI A: CÁC HÀNH ĐỘNG TĂNG CƯỜNG BÌNH ĐẲNG GIỚI TRONG CÁC TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG

### A1. Cân bằng giới ở cấp ra quyết định

**A1.1. Mục tiêu chiến lược:** Đánh giá mức độ cân bằng giới ở cấp ra quyết định trong các tổ chức truyền thông.

#### CÁC CHỈ SỐ:

1. Tỷ lệ (...%) phụ nữ tham gia các vị trí lãnh đạo trong các cơ quan truyền thông (tổng biên tập, phó tổng biên tập, trưởng phó phòng ban) so với nam giới và so với tổng số nhân viên nữ của đơn vị.
2. Tỷ lệ (...%) phụ nữ trong quy hoạch lãnh đạo các cấp trong cơ quan truyền thông (so với nam giới và so với tổng số nhân viên nữ của đơn vị).
3. Đánh giá và báo cáo định kỳ về các hành động đảm bảo cân bằng giới tại cấp ra quyết định.
4. Các chính sách tạo cơ hội bình đẳng bao gồm các biện pháp thực hiện tổng thể, mục tiêu, thời gian và cơ chế giám sát.
5. Các chính sách tạo cơ hội bình đẳng được xây dựng trong các tổ chức truyền thông với sự hợp tác và đồng thuận của nhân viên.
6. Các biện pháp/chính sách được thông qua để gỡ bỏ các rào cản đối với các cơ hội bình đẳng và tạo điều kiện thuận lợi cho phụ nữ làm việc.
7. Bảo đảm kinh phí để triển khai các chương trình kế hoạch chính sách về bình đẳng giới tại các cơ quan đơn vị.

8. Có chỉ tiêu cụ thể quy định số lượng phụ nữ trong cấp ra quyết định.
9. Có những hành động tích cực và các Ban Vì sự tiến bộ phụ nữ để tăng cường sự hiện diện của phụ nữ trong truyền thông ở tất cả các cấp trong cơ cấu tổ chức.
10. Tỷ lệ (...%) các thông báo về công việc được công khai.
11. Thông báo những chính sách về cân bằng giới tại cấp ra quyết định.
12. Hoạt động đánh giá nhận thức về các chính sách tạo các cơ hội bình đẳng.
13. Báo cáo kết quả việc thực hiện các chính sách tạo các cơ hội bình đẳng.

## A2. Bình đẳng giới tại công sở và điều kiện làm việc

### A2.1. Mục tiêu chiến lược 1: Đối xử bình đẳng và công nhận năng lực của phụ nữ và nam giới như nhau tại nơi làm việc.

#### CÁC CHỈ SỐ:

1. Có bộ phận phụ trách công tác bình đẳng giới hoặc (các) cán bộ chuyên trách về bình đẳng giới để giám sát và đánh giá bình đẳng giới tại nơi làm việc.
2. Nhân viên được biết có bộ phận phụ trách về giới và (các) cán bộ chuyên trách giải quyết các vấn đề của cả phụ nữ và nam giới.
3. Có cơ chế giám sát và đánh giá bình đẳng giới tại nơi làm việc.
4. Tỷ lệ (...%) nữ và nam làm việc tại các bộ phận trong tổ chức truyền thông (vd: phòng tin và phòng sản xuất chương trình) và tất cả các cấp độ (cấp quản lý cao nhất, trung và thấp).
5. Tổng kết và báo cáo định kỳ về các hoạt động nhằm tăng tỷ lệ phụ nữ làm việc tại phòng tin tức thời sự và các phòng ban chuyên môn.
6. Tỷ lệ (...%) nhân viên nam và nữ sản xuất tin tức hoặc đưa tin các chủ đề (vd: thể thao,

chính trị và xung đột vũ trang).

7. Tổng kết và báo cáo định kỳ về các hành động tăng cường sự tham gia của phụ nữ (vd: sản xuất và đưa tin bài) vào tất cả các chủ đề tin tức.
8. Các hành động nâng tỷ lệ phụ nữ sản xuất hoặc đưa tin về các chủ đề khác nhau tại những nơi tỷ lệ này còn thấp (vd: có chỉ tiêu).
9. Có các chính sách đảm bảo đối xử bình đẳng liên quan tới điều kiện/môi trường làm việc, lương bổng và cơ hội thăng tiến.
10. Tỷ lệ (...%) nữ và nam được đề bạt hàng năm và tăng lương theo các chính sách đã ban hành.
11. Tổng kết và báo cáo định kỳ về lương bổng và tỷ lệ thăng tiến của nữ và nam.
12. Có các điều kiện làm việc và hưởng lợi như nhau, kể cả chính sách nghỉ hưu theo quy định của pháp luật lao động.
13. Có các cách thức tuyển dụng công khai và bình đẳng (vd: Ban Giám khảo có số lượng nam nữ ngang nhau, cán bộ chuyên trách giới tham gia vào quá trình/chương trình tuyển dụng của tổ chức truyền thông trong thời điểm nhất định nào đó).
14. Tỷ lệ (...%) nhân viên nam và nữ ký hợp đồng bán thời gian.
15. Tỷ lệ (...%) nhân viên nam và nữ trong biên chế và hợp đồng dài hạn.
16. Có những thỏa thuận tập thể đảm bảo đối xử bình đẳng giữa nam và nữ.
17. Các chính sách liên quan tới bình đẳng giới tuân thủ các điều khoản của CEDAW như Điều 2, 4, 10, 11, v.v...
18. Có các chính sách nhân lực về giới bao gồm đối xử bình đẳng.
19. Công bố các chính sách nhân lực về giới.
20. Các tổ chức truyền thông tuyên truyền luật pháp về lao động liên quan tới đối xử bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới.
21. Giám sát phân bổ ngân sách cho hoạt động bình đẳng giới.

## A2.2. Mục tiêu chiến lược 2: Môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Các điều kiện hỗ trợ nhu cầu khác biệt của phụ nữ và nam giới (kể cả các phương tiện giao thông an toàn/hoặc phòng nghỉ sau ca trực đêm cho phụ nữ, phòng vệ sinh riêng biệt cho phụ nữ, các thiết bị an toàn cho phụ nữ tác nghiệp tại các vùng có chiến tranh).
2. Có cơ chế và thực hiện cơ chế phòng tránh, khiếu nại, hỗ trợ và sửa đổi liên quan tới vấn đề lạm dụng tình dục và trù dập tại nơi làm việc.
3. Có những chính sách truyền thông tuân thủ các điều khoản của CEDAW liên quan tới môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới và có những hành động để giải quyết những tồn tại.

## A2.3. Mục tiêu chiến lược 3: Hưởng lương bình đẳng.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Mức lương tương tự giữa nhà báo nữ và nam trong công việc có giá trị như nhau.
2. Thực hiện công ước trả thù lao bình đẳng của ILO (100).
3. Thang lương công khai trong tổ chức truyền thông, sử dụng các tiêu chí như nhau để quyết định mức lương cho nữ và nam.
4. Thanh tra việc trả lương công khai hàng năm.
5. Đánh giá nội bộ định kỳ về lương.
6. Đánh giá của cơ quan chức năng định kỳ về lương.
7. Các điều khoản thỏa thuận với nhân viên/tập thể đảm bảo lương bình đẳng cho nam và nữ.

## A2.4. Mục tiêu chiến lược 4: Cân bằng công việc - cuộc sống

### CÁC CHỈ SỐ

1. Có các chế độ làm việc linh hoạt và thực hiện các chế độ đó cho nữ và nam.
2. Thỏa thuận tập thể về các chế độ làm việc linh hoạt.
3. Có chính sách đặc biệt về các chế độ làm việc linh hoạt.
4. Có hồ sơ tổ chức cán bộ về việc thực hiện chế độ làm việc linh hoạt.
5. Bố và mẹ được nghỉ thai sản vẫn hưởng lương trong thời gian quy định cho tất cả nhân viên truyền thông.
6. Có các cơ sở chăm sóc trẻ em có chất lượng cho tất cả nhân viên.
7. Có các điều khoản và chính sách về bố/mẹ nghỉ thai sản, nghỉ chăm sóc con và hỗ trợ cho trẻ em theo quy định.

## A3. Bình đẳng giới trong các hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo, các tổ chức nghiệp vụ và quản lý khác

### A3.1. Mục tiêu chiến lược 1: Số lượng và sự tham gia bình đẳng của lãnh đạo nữ vào quá trình ra quyết định trong các tổ chức này.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Có hệ thống và thực hiện hệ thống giám sát, đánh giá số lượng và sự tham gia của phụ nữ vào quá trình ra quyết định ở tất cả các cấp.
2. Có chương trình và thúc đẩy chương trình đào tạo, bồi dưỡng lãnh đạo cho phụ nữ.
3. Có các hệ thống chỉ tiêu về số lượng và sự hiện diện của phụ nữ trong quá trình ra quyết định.

4. Có các hành động quyết liệt tăng số lượng nữ lãnh đạo.
5. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong hồ sơ thành viên.
6. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong hồ sơ bầu cử.
7. Tỷ lệ (...%) nam và nữ làm việc tại các tổ chức này.
8. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong các vị trí ra quyết định tại tất cả các cấp.
9. Đánh giá thường niên để khẳng định và báo cáo về sự tham gia của nữ vào công tác lãnh đạo và trong tất cả các hoạt động/chương trình.

**A3.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Lồng ghép giới vào tất cả các hoạt động trong các tổ chức này.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Tổ chức các cuộc họp thường xuyên nhằm thúc đẩy bình đẳng giới.
2. Các vấn đề liên quan đến bình đẳng giới đã được lồng ghép trong chương trình kế hoạch, dự án của tổ chức.
3. Các quy định về thực hiện lồng ghép giới vào quá trình xây dựng và triển khai các hoạt động có liên quan tại tổ chức.

**A3.3. Mục tiêu chiến lược 3:** Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo thúc đẩy bình đẳng giới tại nơi làm việc.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Các tổ chức này xây dựng và đưa ra các khuyến nghị thúc đẩy hơn nữa bình đẳng giới (quyết định, lương, nghỉ) tới các nhà quản lý báo chí và các cơ quan chủ quản báo chí.
2. Tiến hành nâng cao nhận thức về bình đẳng giới tại nơi làm việc.

3. Tư vấn và ủng hộ thành viên trong các trường hợp bất bình đẳng giới tại nơi làm việc, cung cấp và chỉ cho họ những cơ chế tự vệ chống phân biệt đối xử hoặc những khó khăn về pháp lý v.v...
4. Tỷ lệ (...%) các trường hợp xử lý của các hội, câu lạc bộ liên quan tới bạo lực với phụ nữ.
5. Các khảo sát định kỳ đối với các thành viên về sự hiểu biết về bình đẳng giới tại nơi làm việc.
6. Các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.
7. Tỷ lệ (...%) nữ và nam tham gia các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.

**A3.4. Mục tiêu chiến lược 4:** Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo lồng ghép nhận thức về giới vào thực tiễn truyền thông và tiến hành các sáng kiến nâng cao ý thức về giới nhằm tăng cường sự đa dạng trong truyền thông.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Đưa vấn đề bình đẳng giới vào các nguyên tắc, quy định của hiệp hội nghề nghiệp.
2. Tổ chức thực hiện những nguyên tắc và quy định này tới các thành viên.
3. Thông qua và tổ chức thực hiện các chính sách, pháp luật quy định về đạo đức nghề nghiệp, sổ tay, cẩm nang nghiệp vụ phản ánh sự cần thiết phải có bình đẳng giới và tôn trọng sự đa dạng trong tác nghiệp truyền thông.
4. Chủ trì, phối hợp tổ chức các chương trình, hội thảo đào tạo bồi dưỡng cho các thành viên, và các nhà báo, khuyến khích lồng ghép nhận thức về giới vào tác nghiệp truyền thông.
5. Danh sách học viên theo giới tính tham gia các cơ hội đào tạo.

## A4. Các tổ chức truyền thông thúc đẩy quy tắc đạo đức nghề nghiệp/quy định thực hiện bình đẳng giới trong nội dung truyền thông

**A4.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí thông qua các chính sách và thực hiện các sáng kiến thúc đẩy các nhà báo, cán bộ, nhân viên kỹ thuật và những người hoạt động sáng tạo có ý thức về giới và đóng góp vào sản xuất nội dung truyền thông.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Có văn bản, chính sách về giới trong tác nghiệp báo chí.
2. Có văn bản quy định về đạo đức nghề nghiệp có nội dung về giới.
3. Có các nguồn tài liệu về giới như sổ tay/cẩm nang nghiệp vụ, danh mục các chuyên gia nữ trong các lĩnh vực, danh sách cá nhân hay các cơ quan có thể giúp các nhà báo có được góc nhìn hoặc quan điểm về giới trong các chủ đề khác nhau, v.v..., giúp cho các nhà báo, những người sáng tạo và kỹ thuật tránh phân biệt giới tính và có cách tiếp cận giới trong tác nghiệp báo chí.
4. Phóng viên, biên tập viên có nhận thức và tuân thủ các chính sách và quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
5. Cán bộ quản lý, lãnh đạo cơ quan báo chí, cơ quan chủ quản báo chí có nhận thức và tuân thủ các chính sách và quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
6. Chủ trì tổ chức các chương trình, hội thảo tuyên truyền các chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng nhằm hỗ trợ nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí cho các nhà báo.
7. Giám sát định kỳ các nội dung truyền thông để đánh giá hiệu quả và kết quả của các biện pháp như chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng, sổ tay cẩm nang ng

hiệp vụ và chương trình đào tạo, hội thảo.

8. Có các cơ chế nội bộ để tiếp nhận khiếu nại hoặc phản biện về những vấn đề bình đẳng giới trong nội dung thông qua ban Thanh tra, ban Bạn nghe đài, ban Bạn đọc, ban Khán/thính giả và đảm bảo để công chúng được biết về cơ chế này.
9. Tuyên truyền chính sách về giới và báo cáo kết quả thực hiện các vấn đề về giới.
10. Đánh giá việc tuân thủ chính sách về giới trong nội dung truyền thông khi báo cáo kết quả công tác và thực hiện các quy định.
11. Danh sách tham gia các hội thảo theo giới tính.
12. Tăng cường sử dụng các số liệu tách biệt theo giới tính trong các nội dung báo chí.

## A5. Cân bằng giới trong giáo dục và đào tạo

**A5.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Nhận thức về bình đẳng giới của các giảng viên, sinh viên báo chí và các sinh viên khác theo học các khóa liên quan tới truyền thông và báo chí (vd: quản lý báo chí, nội dung chương trình, kỹ thuật sản xuất, biên tập và các lĩnh vực kỹ thuật khác kể cả công nghệ thông tin và truyền thông).

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ (...%) giảng viên nữ và nam giảng dạy báo chí và các khóa báo chí, truyền thông khác.
2. Tỷ lệ (...%) giảng viên nữ và nam là trưởng khoa, giám đốc chương trình và đang giữ vị trí lãnh đạo khác.
3. Các cán bộ, giảng viên của các trường đại học, cao đẳng báo chí được đào tạo lồng ghép nội dung chuyên biệt về giới và lồng ghép giới vào chương trình và bài giảng.

4. Có nội dung chuyên biệt về giải quyết những vấn đề bình đẳng giới và giới được lồng ghép vào chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng về báo chí, truyền thông và các khóa học khác.
5. Vấn đề bình đẳng giới được đưa vào học tập, nghiên cứu, thảo luận và thực hành.
6. Có các khóa về sản xuất các chương trình báo chí điều tra sâu và thảo luận về các vấn đề bình đẳng giới.
7. Các cơ sở đào tạo liên quan tiến hành giám sát, đặc biệt là kết quả học tập của các sinh viên nữ trường báo chí và truyền thông trong và sau khi ra trường.
8. Tỷ lệ (...%) các thỏa thuận giữa các trường báo chí và các tổ chức truyền thông nhận thực tập sinh và cấp học bổng, trong đó có điều khoản cho sinh viên nữ.
9. Tỷ lệ (...%) sinh viên nữ và nam tham dự các khóa đào tạo về giới và trao đổi kinh nghiệm ở các nước khác.
10. Tỷ lệ (...%) nữ và nam được tuyển vào các khóa đào tạo bồi dưỡng báo chí và truyền thông.
11. Có hệ thống chỉ tiêu tuyển sinh nữ và nam vào các lĩnh vực khác nhau của báo chí trong các cơ sở đào tạo bồi dưỡng báo chí và truyền thông.

**A5.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Nâng cao nhận thức về bình đẳng giới và tiếp cận giáo dục và đào tạo kể cả những vấn đề liên quan đến giới cho các nhà báo, những người làm truyền thông và cán bộ truyền thông (nam và nữ).

### CÁC CHỈ SỐ

1. Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về bình đẳng giới cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp kể cả quản lý tại nơi làm việc.
2. Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về phản ánh giới trong nội dung

truyền thông cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp kể cả quản lý.

3. Những vấn đề bình đẳng giới được lồng ghép vào tất cả các khóa đào tạo được các tổ chức truyền thông tiến hành hoặc tài trợ.
4. Tỷ lệ (...%) giữa nữ và nam trong các khóa đào tạo về giới.
5. Các biện pháp tăng số lượng nữ được tuyển sinh vào các khóa, lớp đào tạo.
6. Các biện pháp tăng số lượng nam được tuyển vào các khóa, lớp đào tạo về giới.
7. Tỷ lệ (...%) các khóa đào tạo về giới trên tổng số các khóa được tổ chức.
8. Các tổ chức truyền thông giám sát nghề nghiệp của các học viên báo chí nữ trong và sau khi tham gia các khóa đào tạo.
9. Tỷ lệ (...%) nữ được tuyển tham gia vào các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ trên tổng số được tuyển.
10. Các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình bồi dưỡng nâng cao trình độ.
11. Đánh giá và báo cáo về các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ.
12. Có các chương trình đào tạo để phụ nữ được tiếp cận với các công nghệ truyền thông mới.
13. Phân bổ nguồn lực cho các khóa đào tạo liên quan tới tiếp cận và đóng góp của phụ nữ.

## LOẠI B: PHẢN ÁNH VỀ GIỚI TRONG NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

### B1. Tin tức và Thời sự

**B1.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Sự hiện diện bình đẳng của phụ nữ và nam giới phản ánh các thành phần của xã hội và những kinh nghiệm, hành động, quan điểm và những mối quan tâm, trên tin tức và thời sự.

#### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong tin tức và thời sự (không tính hình ảnh) được lựa chọn ngẫu nhiên trong một tuần.
2. Tỷ lệ (...%) nữ và nam được phỏng vấn trực tiếp/hoặc trích dẫn trong tin tức và thời sự để lấy thông tin và /hoặc ý kiến.
3. Tỷ lệ (...%) nữ và nam xuất hiện trong vai trò là 1) Dẫn chương trình; 2) Chuyên gia; 3) Công dân bình thường, tiếng nói của công chúng trong nội dung tin tức và thời sự.
4. Tỷ lệ (...%) định hướng sự quan tâm về các vấn đề xã hội của nam và nữ trên tin tức và thời sự kể cả hình ảnh (vd: liên quan tới việc làm chứ không phải là liên quan tới việc nhà, liên quan tới quan hệ xã hội chứ không phải liên quan tới quan hệ gia đình).
5. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự phân chia theo vị trí xã hội (vd: lãnh đạo, doanh nhân, công nhân, nông dân...).
6. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự được phỏng vấn, trích dẫn để lấy thông tin, ý kiến được phân chia theo chủ đề: 1) Chính trị; 2) Kinh tế; 3) Chiến tranh và xung đột; 4) Khoa học và công nghệ; 5) Các chủ đề khác.
7. Tỷ lệ (...%) tin bài tập trung, chủ yếu về phụ nữ và các chủ đề đặc biệt mà phụ nữ quan

tâm trong tin tức và thời sự (vd: bạo lực liên quan tới giới, quyền của phụ nữ, thành tựu của phụ nữ v.v...).

- Tỷ lệ (...%) thời gian, dung lượng và vị trí (thời gian vàng, hay thời gian cao điểm, trang một hoặc bài chuyên đề) cho các tin bài về phụ nữ để lấy thông tin, ý kiến và tập trung chủ yếu vào phụ nữ hay những vấn đề đặc biệt phù hợp, là quan tâm của phụ nữ trong tin tức và thời sự.

**B1.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Xóa bỏ các hình thức khuôn mẫu, tăng cường sự hiện diện và thông tin đa chiều để đạt được sự bình đẳng trong phản ánh về nữ giới và nam giới.

### CÁC CHỈ SỐ

- Tỷ lệ (...%) tin bài theo khuôn mẫu giới (diễn giải công khai phân biệt theo giới các đặc điểm và vai trò của phụ nữ và nam giới trong xã hội).
- Tỷ lệ (...%) tin bài theo khuôn mẫu giới (mô tả những đặc điểm truyền thống “nữ tính”/“nam tính” và vai trò của nam/nữ, vì thế làm cho những đặc điểm này trở nên bình thường trong khi lại bỏ qua những đặc tính khác và những chức năng khác của nam giới và nữ giới trong xã hội).
- Tỷ lệ (...%) nữ và nam bị mô tả là nạn nhân (vd: của tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).
- Tỷ lệ (...%) nữ và nam được mô tả là người sống sót (có nghĩa là với minh chứng cho hành động tích cực mặc cho những hoàn cảnh/tình huống khó khăn như tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).
- Tỷ lệ (...%) tin bài có sự hiện diện, phản ánh nam và nữ trên các lĩnh vực (ám chỉ những cố gắng loại bỏ cách thức khuôn mẫu về giới).
- Tỷ lệ (...%) tin bài sử dụng ngôn ngữ phân biệt giới tính của các phóng viên không tính trường hợp trích nguồn (có nghĩa là ám chỉ hoặc phân biệt, định kiến hoặc rập khuôn

theo giới tính hoặc theo vai trò giới).

**B1.3. Mục tiêu chiến lược 3:** Đưa tin bài về bình đẳng và công bằng giới như một bộ phận quan trọng cấu thành vai trò là người giám sát xã hội của truyền thông.

### CÁC CHỈ SỐ

- Tỷ lệ (...%) tin bài về các chủ đề về bình đẳng, bất bình đẳng giới (tin bài về các trường hợp đặc biệt về bình đẳng hoặc bất bình đẳng giữa nam và nữ, các chính sách phù hợp, các vấn đề pháp lý, chương trình được thiết lập để bảo vệ và thúc đẩy quyền con người, quyền của phụ nữ và bình đẳng giới).
- Tỷ lệ (...%) tin bài nêu bật khía cạnh bình đẳng, bất bình đẳng giới của các sự kiện và các vấn đề (kể cả chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v...).
- Tỷ lệ (...%) thời lượng, không gian, vị trí (thời gian vàng hoặc cao điểm, trang nhất hoặc chuyên đề) dành cho tin bài nêu bật các vấn đề liên quan tới giới hoặc nêu rõ khía cạnh giới của các sự kiện hoặc vấn đề so với các tin bài khác.

**B1.4. Mục tiêu chiến lược 4:** Có minh chứng về ý thức giới trong các thể loại báo chí (vd: phóng sự, bình luận, chuyên đề, tài liệu, phỏng vấn, talk show, v.v...) và trên các lĩnh vực khác nhau (chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v...) và các chuyên mục, chuyên trang (vd: trang tin, trang kinh tế, trang thể thao, v.v...).



## CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ (...%) các tin bài trên trang nhất hoặc trong bản tin vào các giờ cao điểm, trên trang khác, trong các chuyên mục, trong các tọa đàm, phỏng vấn, chuyên đề, talk show, v.v...).
2. Tỷ lệ (...%) tin bài về các vấn đề liên quan tới giới hoặc các khía cạnh giới của các sự kiện, vấn đề trong các chủ đề như chính trị (kể cả đưa tin về bầu cử), kinh tế khoa học và công nghệ, phát triển nông thôn, thể thao, v.v...).
3. Tỷ lệ (...%) các tin bài có các số liệu phân chia theo giới về các sự kiện hoặc vấn đề như trên.

**B1.5. Mục tiêu chiến lược 5:** Sự hiểu biết chính xác và tổng thể về bạo lực trên cơ sở giới ở mọi hình thức là sự vi phạm nhân quyền đã được quốc tế công nhận (tham khảo Tuyên bố của Liên Hợp Quốc về xóa bỏ mọi hình thức bạo lực với phụ nữ, 1993).

## CÁC CHỈ SỐ

1. Sử dụng ngôn ngữ không định kiến, phân biệt giữa hoạt động tình dục có sự đồng thuận và hành động phạm tội, chú ý không đổ lỗi cho nạn nhân trong trường hợp đó.
2. Xác định những người bị ảnh hưởng bởi bạo lực trên cơ sở giới là những nguồn tin do đó khi đưa tin phải có sự đồng ý của họ.
3. Tỷ lệ tin bài xâm phạm quyền riêng tư xúc phạm nhân phẩm của người bị bạo hành về giới và tình dục.
4. Sử dụng các thông tin và con số thống kê để phản ánh bạo lực giới là một vấn đề xã hội hơn là một bi kịch của cá nhân.
5. Đưa các thông tin về các đầu mối liên hệ tại địa phương cho các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ những người bị tác động bởi bạo lực giới.

6. Tỷ lệ thời lượng, trang báo và vị trí của các tin bài về bạo lực giới so với các tin bài khác.

## B2. Quảng cáo

**B2.1. Mục tiêu chiến lược 1:** Phản ánh nữ giới và nam giới bình đẳng trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông.

## CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ (...%) nữ và nam xuất hiện trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
2. Tỷ lệ (...%) nữ và nam thể hiện quảng cáo (giọng nói có quyền lực).
3. Tỷ lệ (...%) nữ và nam xuất hiện rất chủ động chứ không bị động trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
4. Tỷ lệ (...%) nữ và nam xuất hiện với tư cách chuyên gia, cố vấn, người tiêu dùng thạo tin, thông minh, có ý thức, cẩn trọng; người tiêu dùng không thạo tin, cả tin/dễ bị tác động, người chống đỡ.
5. Nghề nghiệp của nữ và nam trong quảng cáo.
6. Xu hướng xã hội của nữ và nam trong quảng cáo (vd: liên quan tới công việc, liên quan tới việc nhà, liên quan tới gia đình/quan hệ, v.v...).
7. Ngoại hình (kể cả cận cảnh và dáng điệu) của nam và nữ trong quảng cáo được mô tả chủ yếu và những tính cách khác chỉ là thứ yếu hoặc không nói tới.
8. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong quảng cáo cho các loại sản phẩm mà các quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc cứ tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: các mặt hàng gia dụng gắn mới nấu ăn và lau dọn, thực phẩm, đồ uống (rượu, không phải rượu), làm vệ sinh và các đồ vệ sinh, các sản phẩm cho trẻ em, các mặt hàng điện tử, ô tô, các thiết bị, dụng cụ thể thao, v.v...).
9. Tỷ lệ (...%) nữ và nam trong quảng cáo về các loại dịch vụ, hoạt động khác nhau mà các

quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: đi lại và nghỉ ngơi, hiếu khách, giáo dục, sức khỏe, chăm sóc trẻ em, viễn thông, ngân hàng và đầu tư, bất động sản, các sự kiện thể thao).

10. Mô tả tình dục trong quảng cáo một cách phù hợp.

**B2.2. Mục tiêu chiến lược 2:** Xác định các kiểu khuôn mẫu giới trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông.

### CÁC CHỈ SỐ

1. Tỷ lệ (...%) quảng cáo thể hiện khuôn mẫu rõ nét (quảng cáo nhấn mạnh “nữ tính”, “nam tính” và vai trò nam, nữ làm cho điều này trở nên bình thường).
2. Tỷ lệ (...%) quảng cáo có sự phản ánh đa chiều nam và nữ (chỉ ra những nỗ lực chống khuôn mẫu giới và những hình thức phản ánh phân biệt giới tính khác).

### III. Tổ chức thực hiện:

Để thực hiện tốt nhiệm vụ, mục tiêu của Kế hoạch hành động, lãnh đạo các cơ quan truyền thông phối hợp với Ban Nữ công và Ban Vì sự tiến bộ phụ nữ triển khai kế hoạch này.

1. Tuyên truyền, phổ biến về chủ trương, đường lối, chính sách chung của Đảng, Nhà nước và Chính phủ về bình đẳng giới, kế hoạch quốc gia, kế hoạch của Ban Vì sự tiến bộ của phụ nữ của đơn vị và Bộ chỉ số về Giới cho truyền thông.
2. Vận động hưởng ứng và tích cực tham gia thực hiện chủ trương, đường lối, chính sách chung của Đảng, Nhà nước và Chính phủ về bình đẳng giới, kế hoạch quốc gia, kế hoạch của Ban Vì sự tiến bộ của phụ nữ của đơn vị và Bộ chỉ số về Giới cho truyền thông.
3. Hàng năm, lãnh đạo các cơ quan truyền thông chỉ đạo các bộ phận lồng ghép Bộ chỉ số vào công tác tổ chức và tuyên truyền.

5. Tổ chức các lớp nâng cao nhận thức và tập huấn nghiệp vụ; tổng kết công tác thực hiện Bộ chỉ số về Giới trong các cơ quan truyền thông.
6. Chế độ báo cáo: hàng năm, các đơn vị tổng kết báo cáo việc thực hiện và kết quả hoạt động về bình đẳng giới, sử dụng Bộ chỉ số về Giới cho cơ quan cấp trên.

LÃNH ĐẠO CƠ QUAN  
(Ký và đóng dấu)

**MẪU BÁO CÁO CHO CÁC CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG****ĐƠN VỊ**

.....

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc****Số:**

....., ngày tháng năm

**BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN  
CÁC CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG  
(Dành cho các cơ quan/tổ chức truyền thông)****I. Kết quả thực hiện các chỉ số đánh giá giới tại các cơ quan truyền thông****1. Đánh giá mức độ cân bằng giới trong cấp ra quyết định**

- Kết quả cụ thể về tỷ lệ phụ nữ tham gia các vị trí lãnh đạo (tổng biên tập, phó tổng biên tập, trưởng, phó phòng ban; tỷ lệ phụ nữ trong quy hoạch các cấp lãnh đạo). Cung cấp số liệu thống kê các vị trí lãnh đạo quản lý có phân chia giới tính.
- Nêu các chính sách và các biện pháp thực hiện các chính sách nhằm tạo cơ hội bình đẳng giữa nam giới và phụ nữ (chính sách tuyển dụng công khai, chính sách về đào tạo, quy hoạch, bổ nhiệm cán bộ nữ, quy định về chỉ tiêu/số lượng cụ thể phụ nữ tham gia lãnh đạo...).
- Những hành động tích cực của Ban VSTBPN để tăng cường sự tham gia của phụ nữ

trong các cơ quan truyền thông ở tất cả các cấp.

- Việc đảm bảo kinh phí để triển khai các chương trình/kế hoạch/chính sách về bình đẳng giới tại đơn vị.
- Báo cáo kết quả thực hiện các chính sách tạo cơ hội bình đẳng tại đơn vị

## 2. Đánh giá thực hiện bình đẳng giới tại công sở và điều kiện làm việc

### 2.1. Đối xử bình đẳng và công nhận năng lực của phụ nữ và nam giới như nhau tại nơi làm việc

- Báo cáo các số liệu về: Tỷ lệ nam và nữ làm việc tại các đơn vị của cơ quan, bao gồm cả các vị trí lãnh đạo; tỷ lệ cán bộ nữ, nam được bổ nhiệm vào các vị trí lãnh đạo và tăng lương hàng năm; tỷ lệ nhân viên nam và nữ ký hợp đồng bán thời gian, hợp đồng biên chế; tỷ lệ nhân viên nữ và nam sản xuất và đưa tin về các chủ đề tin tức.
- Các giải pháp/hành động cụ thể của đơn vị nhằm nâng tỷ lệ phụ nữ tham gia sản xuất hoặc đưa tin về các chủ đề.
- Việc phân công bộ phận phụ trách giới hoặc cán bộ chuyên trách lồng ghép giới để tăng cường công tác tham mưu và đánh giá việc thực hiện bình đẳng giới tại đơn vị.
- Việc xây dựng và thực hiện các chính sách đảm bảo đối xử bình đẳng giữa nam và nữ/gỡ bỏ các rào cản tới các cơ hội bình đẳng về tuyển dụng, điều kiện/môi trường làm việc, lương bổng và cơ hội thăng tiến (cần đánh giá, so sánh với các điều khoản quy định tại các điều 2, 4, 10, 11 của Công ước CEDAW).
- Việc tuyên truyền cho cán bộ, công chức, nhân viên về pháp luật liên quan tới đối xử bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới.
- Cơ chế giám sát phân bổ ngân sách cho hoạt động bình đẳng giới.
- Việc tổng kết, đánh giá và báo cáo định kỳ về tăng cường sự tham gia của phụ nữ vào quá trình sản xuất các chủ đề tin tức.

### 2.2. Môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới

- Việc xây dựng và thực hiện các quy định, chính sách nhằm đảm bảo môi trường làm việc an toàn có tính đến nhu cầu khác biệt của phụ nữ và nam giới (kể cả các phương tiện giao thông an toàn /hoặc phòng nghỉ sau ca trực đêm cho phụ nữ, phòng vệ sinh riêng biệt cho phụ nữ, các thiết bị an toàn cho phụ nữ tác nghiệp tại các vùng có chiến tranh).
- Việc xây dựng cơ chế và thực hiện cơ chế phòng tránh, khiếu nại, hỗ trợ và sửa đổi liên quan tới vấn đề lạm dụng tình dục và trù dập tại nơi làm việc.
- Kết quả thực hiện công tác truyền thông tuân thủ các điều khoản của CEDAW liên quan tới môi trường làm việc an toàn cho phụ nữ và nam giới và những hành động để giải quyết những tồn tại.

### 2.3. Hưởng lương ngang nhau

- Báo cáo về việc thực hiện mức lương ngang nhau giữa nhà báo nữ và nam trong công việc có giá trị như nhau (Các điều khoản thỏa thuận với nhân viên/tập thể đảm bảo lương bình đẳng cho nam và nữ; công khai thang bảng lương, sử dụng các tiêu chí như nhau để quyết định mức lương cho nữ và nam, các đánh giá nội bộ định kỳ về trả lương).
- Việc tuân thủ công ước số 100 của ILO về trả thù lao như nhau.

### 2.4. Cân bằng công việc và cuộc sống

- Báo cáo về chế độ làm việc linh hoạt cho nữ và nam: Có chính sách đặc biệt hay thỏa thuận tập thể về các chế độ làm việc linh hoạt.
- Việc thực hiện các điều khoản và chính sách về bố/mẹ nghỉ thai sản, nghỉ chăm sóc con và hỗ trợ cho trẻ em theo quy định.

## II. Thúc đẩy quy tắc đạo đức nghề nghiệp/quy định thực hiện bình đẳng giới trong nội dung truyền thông, nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí

- Văn bản, chính sách về giới trong tác nghiệp báo chí.
- Văn bản quy định về đạo đức có nội dung về giới.
- Các nguồn tài liệu về giới như sổ tay, cẩm nang nghiệp vụ, danh mục các chuyên gia nữ trong các lĩnh vực, danh sách cá nhân hay các cơ quan có thể giúp các nhà báo có được góc nhìn hoặc quan điểm về giới trong các chủ đề khác nhau, v.v..., giúp cho các nhà báo, những người sáng tạo và kỹ thuật tránh phân biệt giới tính và có cách tiếp cận giới trong tác nghiệp báo chí.
- Phóng viên, biên tập viên có nhận thức và chấp nhận chính sách giới, sự đa dạng, chấp nhận quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
- Cán bộ quản lý, lãnh đạo cơ quan báo chí, cơ quan chủ quản báo chí có nhận thức và chấp nhận chính sách giới, sự đa dạng, chấp nhận quy định đạo đức về giới và sự đa dạng.
- Chủ trì tổ chức các chương trình, hội thảo tuyên truyền các chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng hỗ trợ nâng cao nhận thức về giới trong tác nghiệp báo chí cho các nhà báo.
- Giám sát thường xuyên định kỳ các nội dung truyền thông để đánh giá hiệu quả và kết quả của các biện pháp như chính sách, quy định đạo đức về giới và sự đa dạng, sổ tay cẩm nang nghiệp vụ và chương trình đào tạo, hội thảo.
- Có các cơ chế nội bộ để tiếp nhận khiếu nại hoặc phản biện về những vấn đề bình đẳng giới trong nội dung thông qua ban Thanh tra, ban Bận nghe đài, ban Bận đọc, ban Khán/thính giả và đảm bảo để công chúng được biết về cơ chế này.
- Tuyên truyền chính sách giới và báo cáo thường kỳ cho công chúng việc giải quyết các khiếu nại và kết quả thực hiện các vấn đề về giới.

- Việc tuân thủ chính sách về giới trong nội dung truyền thông được xem xét khi đánh giá kết quả công tác và các quy định thực hiện.
- Danh sách tham gia các hội thảo theo giới tính.
- Tăng cường sử dụng các số liệu tách biệt theo giới tính trong các nội dung báo chí.

## III. Nâng cao nhận thức về bình đẳng giới và tiếp cận giáo dục và đào tạo kể cả những vấn đề liên quan đến giới cho các nhà báo, những người làm truyền thông (nam và nữ).

- Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về bình đẳng giới cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp, kể cả cán bộ quản lý.
- Có chương trình đào tạo bắt buộc và thường xuyên về phản ánh giới trong nội dung truyền thông cho tất cả các nhà báo và những người làm truyền thông tại tất cả các cấp kể cả cán bộ quản lý.
- Nội dung bình đẳng giới được lồng ghép vào tất cả các khóa đào tạo được các tổ chức truyền thông tiến hành hoặc tài trợ.
- Các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình bồi dưỡng nâng cao trình độ.
- Đánh giá và báo cáo về các biện pháp tăng tỷ lệ phụ nữ được tham gia các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ.
- Có các chương trình đào tạo để phụ nữ được tiếp cận với các công nghệ truyền thông mới.
- Phân bổ nguồn lực cho các khóa đào tạo liên quan tới tiếp cận và đóng góp của phụ nữ.
- Nội dung bình đẳng giới được lồng ghép vào tất cả các khóa đào tạo được các tổ

chức truyền thông tiến hành hoặc tài trợ.

## IV. Phản ánh giới trong nội dung truyền thông

**1. Bình đẳng giới trong nội dung tin tức (báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng):** Sự hiện diện bình đẳng của phụ nữ và nam giới phản ánh các thành phần của xã hội và những kinh nghiệm, hành động, quan điểm và những mối quan tâm, trên tin tức và thời sự.

Báo cáo cần phản ánh được các nội dung và số liệu thống kê cụ thể sau:

- Tỷ lệ nữ và nam trong tin tức và thời sự (không tính hình ảnh) được lựa chọn ngẫu nhiên trong một tuần.
- Tỷ lệ nữ và nam được phỏng vấn trực tiếp/hoặc trích dẫn trong tin tức và thời sự để lấy thông tin.
- Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện trong vai trò là 1) Dẫn chương trình; 2) Chuyên gia; 3) Công dân bình thường, tiếng nói của công chúng trong nội dung tin tức và thời sự;
- Tỷ lệ định hướng sự quan tâm về các vấn đề xã hội của nam và nữ trên tin tức và thời sự kể cả hình ảnh (vd: liên quan tới việc làm chứ không phải là liên quan tới việc nhà, liên quan tới quan hệ xã hội chứ không phải liên quan tới quan hệ gia đình).
- Tỷ lệ nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự phân chia theo vị trí xã hội (vd: lãnh đạo, doanh nhân, công nhân, nông dân...).
- Tỷ lệ nữ và nam trong nội dung tin tức và thời sự được phỏng vấn, trích dẫn để lấy thông tin, ý kiến được phân chia theo chủ đề: 1) Chính trị; 2) Kinh tế; 3) Chiến tranh và xung đột; 4) Khoa học và công nghệ; 5) Các chủ đề khác.
- Tỷ lệ tin bài tập trung, chủ yếu về phụ nữ và các chủ đề đặc biệt mà phụ nữ quan tâm trong tin tức và thời sự (vd: bạo lực liên quan tới giới, quyền của phụ nữ, thành tựu của phụ nữ v.v...).

- Tỷ lệ (...%) thời gian, dung lượng và vị trí (thời gian vàng, hay thời gian cao điểm, trang một hoặc bài chuyên đề) cho các tin bài về phụ nữ để lấy thông tin, ý kiến và tập trung chủ yếu vào phụ nữ hay những vấn đề đặc biệt phù hợp, là quan tâm của phụ nữ trong tin tức và thời sự.

**2. Xóa bỏ các hình thức khuôn mẫu, tăng cường sự hiện diện và thông tin đa chiều để đạt được sự bình đẳng trong phản ánh về nữ giới và nam giới.**

Báo cáo cần phản ánh được các nội dung và số liệu cụ thể sau:

- Tỷ lệ tin bài theo khuôn mẫu (diễn giải công khai phân biệt theo giới tính các đặc điểm và vai trò của phụ nữ và nam giới trong xã hội).
- Tỷ lệ tin bài theo khuôn mẫu (mô tả những đặc điểm truyền thống “nữ tính”/“nam tính” và vai trò của nam/nữ, vì thế làm cho những đặc điểm này trở nên bình thường trong khi lại bỏ qua những đặc tính khác và những chức năng khác của nam giới và nữ giới trong xã hội).
- Tỷ lệ nữ và nam bị mô tả là nạn nhân (vd: của tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).
- Tỷ lệ nữ và nam được mô tả là người sống sót (có nghĩa là với mình chứng cho hành động tích cực mặc cho những hoàn cảnh/tình huống khó khăn như tội ác, bạo lực, xung đột, thảm họa, nghèo đói, v.v...).
- Tỷ lệ tin bài có dự hiện diện, phản ánh nam và nữ trên các lĩnh vực (ám chỉ những cố gắng loại bỏ cách thức khuôn mẫu về giới).
- Tỷ lệ tin bài sử dụng ngôn ngữ phân biệt giới tính của các phóng viên không tính trường hợp trích nguồn (có nghĩa là ám chỉ hoặc phân biệt, định kiến hoặc rập khuôn theo giới tính hoặc theo vai trò giới).

### 3. Đưa tin bài về bình đẳng và công bằng giới như một bộ phận quan trọng cấu thành vai trò là người giám sát xã hội của truyền thông.

Báo cáo cần thể hiện được các nội dung và số liệu thống kê như sau:

- Tỷ lệ tin bài về các chủ đề về bình đẳng, bất bình đẳng giới (tin bài về các trường hợp đặc biệt về bình đẳng hoặc bất bình đẳng giữa nam và nữ, các chính sách phù hợp, các vấn đề pháp lý, chương trình được thiết lập để bảo vệ và thúc đẩy quyền con người, quyền của phụ nữ và bình đẳng giới).
- Tỷ lệ tin bài nêu bật khía cạnh bình đẳng, bất bình đẳng giới của các sự kiện và các vấn đề (kể cả chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v...).
- Tỷ lệ thời lượng, không gian, vị trí (thời gian vàng hoặc cao điểm, trang nhất hoặc chuyên đề) dành cho tin bài nêu bật các vấn đề liên quan tới giới hoặc nêu rõ khía cạnh giới của các sự kiện hoặc vấn đề so với các tin bài khác.

### 4. Ý thức giới trong các thể loại báo chí (vd: phóng sự, bình luận, chuyên đề, tài liệu, phỏng vấn, talk show, v.v...) và trên các lĩnh vực khác nhau (chính trị, kinh tế, chiến tranh và xung đột, tội ác, bạo lực, nghèo đói, khoa học và công nghệ, thể thao, v.v...) và các chuyên mục, chuyên trang (vd: trang tin, trang kinh tế, trang thể thao, v.v...).

Báo cáo cần thể hiện được các nội dung và số liệu thống kê như sau:

- Tỷ lệ các tin bài trên trang nhất hoặc trong bản tin vào các giờ cao điểm, trên trang khác, trong các chuyên mục, trong các tọa đàm, phỏng vấn, chuyên đề, talk show, v.v...).
- Tỷ lệ tin bài về các vấn đề liên quan tới giới hoặc các khía cạnh giới của các sự kiện, vấn đề trong các chủ đề như chính trị (kể cả đưa tin về bầu cử), kinh tế khoa học và

công nghệ, phát triển nông thôn, thể thao, v.v...).

- Tỷ lệ các tin bài có các số liệu phân chia theo giới về các sự kiện hoặc vấn đề như trên.

### 5. Sự hiểu biết và phản ánh về bạo lực trên cơ sở giới trên các sản phẩm truyền thông.

Đánh giá việc phản ánh về bạo lực giới trên các sản phẩm truyền thông, gồm:

- Sử dụng ngôn ngữ không thiên kiến, phân biệt giữa hoạt động tình dục có sự đồng tình và hành động phạm tội, cần trọng không cáo buộc nạn nhân về tội đó.
- Xác định những người bị ảnh hưởng bởi bạo lực trên cơ sở giới là những nguồn tin do đó khi đưa tin phải có sự đồng ý của họ.
- Tỷ lệ tin bài xâm phạm quyền riêng tư xúc phạm nhân phẩm của người bị bạo hành về giới và tình dục.
- Sử dụng các thông tin và số liệu thống kê để phản ánh bạo lực giới là một vấn đề xã hội hơn là một bi kịch của cá nhân.
- Đưa các thông tin về các đầu mối liên hệ tại địa phương cho các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ những người bị tác động bởi bạo lực giới.
- Tỷ lệ thời lượng, trang báo và vị trí của các tin bài về bạo lực giới so với các tin bài khác.

### 6. Phản ánh nữ giới và nam giới bình đẳng trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông.

Báo cáo cần thể hiện được các nội dung và số liệu thống kê như sau:

- Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
- Tỷ lệ nữ và nam thể hiện quảng cáo (giọng nói có quyền lực).
- Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện rất chủ động chứ không bị động trong quảng cáo (giọng nói và hình ảnh).
- Tỷ lệ nữ và nam xuất hiện với tư cách chuyên gia, cố vấn, người tiêu dùng thạo tin, thông minh, có ý thức, cẩn trọng; người tiêu dùng không thạo tin, cả tin/dễ bị tác động, người chống đỡ.
- Nghề nghiệp của nữ và nam trong quảng cáo.
- Xu hướng xã hội của nữ và nam trong quảng cáo (vd: liên quan tới công việc, liên quan tới việc nhà, liên quan tới gia đình/quan hệ, v.v...).
- Ngoại hình (kể cả cận cảnh và dáng điệu) của nam và nữ trong quảng cáo được mô tả chủ yếu và những tính cách khác chỉ là thứ yếu hoặc không nói tới.
- Tỷ lệ nữ và nam trong quảng cáo cho các loại sản phẩm mà các quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc cứ tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: các mặt hàng gia dụng gắn với nấu ăn và lau dọn, thực phẩm, đồ uống (rượu, không phải rượu), làm vệ sinh và các đồ vệ sinh, các sản phẩm cho trẻ em, các mặt hàng điện tử, ô tô, các thiết bị, dụng cụ thể thao, v.v...).
- Tỷ lệ nữ và nam trong quảng cáo về các loại dịch vụ, hoạt động khác nhau mà các quảng cáo này cứ rập khuôn hoặc tự nhiên áp đặt những vai trò giới (vd: đi lại và nghỉ ngơi, hiếu khách, giáo dục, sức khỏe, chăm sóc trẻ em, viễn thông, ngân hàng và đầu tư, bất động sản, các sự kiện thể thao).
- Mô tả tình dục trong quảng cáo một cách phù hợp.

## 7. Xác định các kiểu khuôn mẫu giới trong các thông điệp quảng cáo trên truyền thông.

- Tỷ lệ quảng cáo thể hiện khuôn mẫu rõ nét (quảng cáo nhấn mạnh “nữ tính”, “nam

tính” và vai trò nam, nữ làm cho điều này trở nên bình thường).

- Tỷ lệ quảng cáo có sự phản ánh đa chiều nam và nữ (chỉ ra những nỗ lực chống khuôn mẫu giới và những hình thức phản ánh phân biệt giới tính khác).

## III. Đánh giá chung

1. Những kết quả tích đạt được
2. Khó khăn, thách thức và nguyên nhân

## IV. Những kiến nghị, đề xuất

LÃNH ĐẠO CƠ QUAN  
(Ký và đóng dấu)



**MẪU BÁO CÁO CHO CÁC HIỆP HỘI, CÂU LẠC BỘ VÀ TỔ CHỨC NHÀ BÁO**

**ĐƠN VỊ**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**Số:**

**....., ngày tháng năm**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN  
CÁC CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG  
(Dành cho các Hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo)**

**I. Kết quả thực hiện bình đẳng giới tại hiệp hội, câu lạc bộ và tổ chức nhà báo**

**1. Sự tham gia bình đẳng của phụ nữ vào quá trình ra quyết định tại hiệp hội, câu lạc bộ, tổ chức nhà báo.**

- Báo cáo các số liệu về: tỷ lệ nam và nữ tham gia thành viên; tỷ lệ nữ và nam trong hồ sơ bầu cử; tỷ lệ nam và nữ làm việc tại tổ chức; tỷ lệ nữ và nam trong các vị trí ra quyết định.
- Việc xây dựng và thực hiện các chương trình nhằm tăng tỷ lệ phụ nữ tham gia lãnh đạo tại tổ chức như: xây dựng hệ thống chỉ tiêu về số lượng và sự hiện diện của phụ nữ trong quá trình ra quyết định; các chương trình đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng lãnh đạo cho phụ nữ; các biện pháp nhằm tăng số lượng nữ lãnh đạo; có hệ thống và

thực hiện hệ thống giám sát, đánh giá số lượng và sự tham gia của phụ nữ vào quá trình ra quyết định.

- Việc thực hiện đánh giá thường niên để khẳng định và báo cáo về sự tham gia của nữ vào công tác lãnh đạo và trong tất cả các hoạt động/chương trình.

## 2. Việc thực hiện lồng ghép giới vào các hoạt động của tổ chức.

- Các quy định về thực hiện lồng ghép giới vào quá trình xây dựng và triển khai các hoạt động có liên quan tại tổ chức
- Các vấn đề liên quan đến bình đẳng giới đã được lồng ghép trong chương trình kế hoạch, dự án của tổ chức.
- Các cuộc họp, hội nghị, hội thảo nhằm thúc đẩy bình đẳng giới.

## 3. Việc thúc đẩy bình đẳng giới tại nơi làm việc của tổ chức.

- Báo cáo kết quả triển khai các hoạt động nhằm thúc đẩy thực hiện bình đẳng giới tại nơi làm việc của tổ chức: Các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới; Tỷ lệ nữ và nam tham gia các hội nghị tập huấn bồi dưỡng nâng cao nhận thức về bình đẳng giới; việc xây dựng và đưa ra các khuyến nghị thúc đẩy hơn nữa bình đẳng giới (quyết định, lương, nghỉ) tới các nhà quản lý báo chí và các cơ quan chủ quản báo chí; các cuộc khảo sát định kỳ các thành viên về sự hiểu biết về bình đẳng giới tại nơi làm việc.
- Các hoạt động tư vấn và ủng hộ thành viên trong các trường hợp bất bình đẳng giới tại nơi làm việc, cung cấp và chỉ cho họ những cơ chế tự vệ chống phân biệt đối xử hoặc những khó khăn về pháp lý ...; các trường hợp xử lý của hội, câu lạc bộ liên quan tới bạo lực với phụ nữ.

## 4. Lồng ghép nhận thức về giới vào thực tiễn truyền thông và tiến hành các sáng kiến nâng cao ý thức về giới nhằm tăng cường sự đa dạng trong truyền thông.

- Đưa bình đẳng giới vào các nguyên tắc, quy định của hiệp hội nghề nghiệp.
- Thúc đẩy những nguyên tắc và quy định giá trị này trong các thành viên.
- Thông qua và thúc đẩy thực hiện các chính sách, pháp luật quy định về đạo đức nghề nghiệp, sổ tay, cẩm nang nghiệp vụ phản ánh sự cần thiết phải có bình đẳng giới và tôn trọng sự đa dạng trong tác nghiệp truyền thông.
- Chủ trì, phối hợp tổ chức các chương trình, hội thảo đào tạo bồi dưỡng cho các thành viên, và các nhà báo, khuyến khích lồng ghép nhận thức về giới vào tác nghiệp truyền thông.

## II. Đánh giá chung

1. Những kết quả tích đạt được
2. Khó khăn, thách thức và nguyên nhân

## III. Những kiến nghị, đề xuất

LÃNH ĐẠO CƠ QUAN  
(Ký và đóng dấu)

**MẪU BÁO CÁO CHO CÁC CƠ SỞ ĐÀO TẠO VỀ LĨNH VỰC BÁO CHÍ, TRUYỀN THÔNG**

**ĐƠN VỊ**  
.....  
**Số:** ....., ngày tháng năm

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN**  
**CÁC CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG**  
(Dành cho các cơ sở đào tạo về lĩnh vực báo chí, truyền thông)

**I. Kết quả thực hiện bình đẳng giới**

**1. Nhận thức về bình đẳng giới của các giảng viên, sinh viên báo chí và các sinh viên khác theo học các khóa liên quan tới truyền thông và báo chí**

Báo cáo các số liệu cụ thể giảng viên gồm:

- Tỷ lệ giảng viên nữ và nam giảng dạy báo chí và các khóa báo chí, truyền thông khác;
- Tỷ lệ giảng viên nữ và nam là trưởng khoa, giám đốc chương trình và đang giữ vị trí lãnh đạo khác.
- Các giáo sư của các trường đại học, cao đẳng báo chí được đào tạo lồng ghép nội dung chuyên biệt về giới và lồng ghép giới vào chương trình và bài giảng.

- Có nội dung chuyên biệt về giải quyết những vấn đề bình đẳng giới và giới được lồng ghép vào chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng về báo chí, truyền thông và các khóa học khác.
- Vấn đề bình đẳng giới được đưa vào học tập, nghiên cứu, thảo luận và thực hành.
- Có các khóa về sản xuất các chương trình báo chí điều tra sâu và thảo luận về các vấn đề bình đẳng giới.
- Các hoạt động/chương trình dành cho sinh viên nữ.
- Việc tiến hành giám sát, đặc biệt là kết quả học tập của các sinh viên nữ trong trường báo chí trong khi học tập và sau khi ra trường.
- Tỷ lệ các thỏa thuận giữa cơ quan đào tạo báo chí và các tổ chức truyền thông nhận thực tập sinh và cấp học bổng, trong đó có điều khoản cho sinh viên nữ.
- Tỷ lệ sinh viên nữ và nam tham dự các khóa đào tạo về giới và trao đổi kinh nghiệm ở các nước khác.
- Tỷ lệ nữ và nam tuyển vào các khóa chính quy trong các lĩnh vực báo chí và truyền thông tại trường đại học và viện đào tạo báo chí.
- Có hệ thống chỉ tiêu cho tuyển sinh nữ và nam vào các lĩnh vực khác nhau của báo chí tại cơ quan đào tạo báo chí chuyên ngành.

## 2. Nâng cao nhận thức về bình đẳng giới và tiếp cận giáo dục và đào tạo kể cả những vấn đề liên quan đến giới cho các nhà báo, những người làm truyền thông và cán bộ truyền thông (nam và nữ).

Báo cáo về các số liệu cụ thể như:

- Tỷ lệ giữa nữ và nam trong các khóa đào tạo về giới; Tỷ lệ các khóa đào tạo về giới trên tổng số các khóa được tổ chức; Tỷ lệ nữ được tuyển tham gia vào các chương trình đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ trên tổng số được tuyển.

- Các biện pháp tăng số lượng nữ được tuyển sinh vào các khóa, lớp đào tạo.
- Các biện pháp tăng số lượng nam được tuyển vào các khóa, lớp đào tạo về giới.
- Các tổ chức truyền thông giám sát nghề nghiệp của các học viên báo chí nữ trong và sau khi tham gia các khóa đào tạo.

## II. Đánh giá chung

1. Những kết quả tích đạt được
2. Khó khăn, thách thức và nguyên nhân

## III. Những kiến nghị, đề xuất

LÃNH ĐẠO CƠ QUAN  
(Ký và đóng dấu)

# BỘ CHỈ SỐ VỀ GIỚI TRONG TRUYỀN THÔNG

**CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG:** CỤC BÁO CHÍ

**CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN:** TRUNG TÂM BỒI DƯỠNG KỸ NĂNG NGHIỆP VỤ  
BÁO CHÍ (CỤC BÁO CHÍ-BỘ TTTT)

**THIẾT KẾ:** DƯƠNG ANH PHƯƠNG

.....  
In 2000 cuốn. Khổ 18cm x 20cm. Giấy phép xuất bản số 41/GP-CXBIPH ngày 26 tháng 9 năm 2014 của Cục Xuất bản, In và Phát hành. In xong và nộp lưu chiểu tháng 10/2014. In tại Công ty in VũVy.



