THỰC TRẠNG VỀ ĐỊNH KIẾN GIỚI TRONG QUẢNG CÁO TRUYỀN HÌNH

Nguyễn Ngọc Hạnh My

Khoa Báo chí – Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

Email: hanhmy2909@gmail.com

Ngày nhận bài: 25/3/2019; ngày hoàn thành phản biện: 28/3/2019; ngày duyệt đăng: 02/7/2019

TÓM TẮT

Giới và bình đẳng giới là một phạm trù xã hội được đề cập nhiều trong những năm qua. Trong thời đại ngày nay, phương tiện truyền thông có sức ảnh hưởng to lớn và rộng khắp đến mọi mặt đời sống xã hội. Trong kỉ nguyên thông tin đó, truyền hình với sức mạnh phổ cập đến đa số công chúng vẫn không giảm đi ưu thế của mình so với các loại hình báo chí khác. Quảng cáo – một lĩnh vực truyền thông nơi phát đi các thông điệp hướng tới mục tiêu giúp doanh nghiệp bán được sản phẩm và từ đó nảy sinh mâu thuẫn trong việc cổ súy cho định kiến giới trong nội dung quảng cáo. Bình đẳng giới sẽ không thành công nếu như định kiến giới vẫn còn tồn tại. Bài viết sẽ phân tích cụ thể các hình thức biểu hiện về định kiến giới trong quảng cáo trên truyền hình và đưa ra những giải pháp để cải thiện tình trạng trên.

Từ khoá: Định kiến giới, Phụ nữ, Quảng cáo

CURRENT SITUATION OF GENDER PREJUDICE AND DISCRIMINATION IN TELEVISION ADVERTISEMENTS

Nguyen Ngoc Hanh My

Faculty of Journalism and Communication, University of Sciences, Hue University

Email: hanhmy2909@gmail.com

ABSTRACT

Gender and gender equality are social issues which have been in the spotlight in recent years. In this day and age, the media has a tremendous influence, extending to the lives of everyone in society. The growing coverage of social networking tools in addition to traditional media has put human society in an information age.

Advertising is a field of communication in which daily and hourly messages are produced and delivered aim at helping businesses sell their products. At the same time, there is an existing conflict in advertising between simultaneously asking for equal rights and promoting gender injustice. One of the biggest barriers is gender prejudice. Gender equality will not be real and achievable if gender stereotypes still exist. This article will specifically analyze the forms of gender discrimination in advertising and provide solutions to improve the situation.

Keywords: Advertisement, Gender discrimination, Women.

Nguyễn Ngọc Hạnh My sinh ngày 29/09/1989 tại Thừa Thiên Huế. Năm 2011, bà tốt nghiệp cử nhân chuyên ngành Báo chí tại trường Đại học Khoa học, Đại học Huế. Năm 2013, bà học Thạc sĩ chuyên ngành Quan hệ công chúng tại Đại học Keimyung – Hàn Quốc. Hiện nay, bà là giảng viên khoa Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế.

Lĩnh vực nghiên cứu: PR, Quan hệ công chúng, Sáng tạo nội dung quảng cáo, Xử lý khủng hoảng truyền thông, Định vị tâm lý khách hàng.