

Tel: 84 4 7565929  
[www.cgfed.org.vn](http://www.cgfed.org.vn)



# MEDIA MONITORING ON GENDER IN AGRICULTURE NEWS

**VIETNAM 2015**

## TABLE OF CONTENTS

ACKNOWLEDGEMENTS _____	2
RATIONALE _____	3
MONITORING TOOLS AND MEDIA SOURCES _____	4
CONCEPTS _____	5
FINDINGS _____	6
• Main news topics on agriculture _____	6
• Representation of women and men in agricultural news _____	7
• Occupation of news subjects _____	10
• Roles of the people in the news _____	12
• People who are directly quoted _____	15
• Family status _____	17
• Gender stereotypes, gender issues or human rights in the news _____	17
CONCLUSION _____	22

## ACKNOWLEDGEMENTS

CGFED, an organisation with the mission of promoting gender equality in Vietnam, thanks all the volunteers and students from the Academy of Journalism and Communication for the cooperation and effort made to monitor the media and analyse the results contained in this report.

CGFED expresses our thanks to the World Association for Christian and Communication (WACC) for the financial and technical support to develop the research tools, translate and print the report which based on the scientific and strong methodology of the Global Media Monitoring Project (GMMP) from 1995 to 2015.

CGFED acknowledges the comments from gender experts on the structure and content of the report.

CGFED extends sincere thanks to Oxfam staff in Vietnam for their contribution of a large numbers of articles collected over a long period.

We hope that this monitoring work will supplement the Global Monitoring Media Project 2015 results to provide further insights on the extremely low representation of women in the media. We hope the results can be used as strong evidence for reflection and development of a strategy for change.

## RATIONALE

Despite various international instruments that underline women's human rights as inalienable, systemic and rampant gender inequality persists. It appears in all sectors, across countries and cultures.

The patterns continue in the media. Communication and media have the power to change the world when issues important to women and to men are depicted in a balanced and fair manner. Communication and media can also widen the gender gap when stereotypes and gender-blind news appear every day and shape the minds of people, promoting a world where men are the powerful dominants and pushing back women's human rights efforts, which in turn, retard human development.

This monitoring work is inspired by the Global Media Monitoring Project (GMMP) that takes stock of change over time of disparities in the portrayal and representation of women and men in the world news media. The GMMP is the world's largest and longest media research in the history of gender monitoring with the participation of 114 countries in 2015. Since 1995, the results show persistence of women's relative invisibility and men's centrality in news media content in terms of frequency, focus, voice, occupation and images.

According to the GMMP results in 2015, the percentage of women as sources and subjects in news media content is only 24% in traditional media (newspaper, radio and television) and there has been no change since 2010. This level of underrepresentation is striking in view of the reality that 50% of the world's population is female. The statistic has risen extremely slowly, by only 7% in 20 years. The gap is even wider in some topics, such as in political news with only 16% of subjects and sources who are women.

The status is only marginally better in digital media (internet news and twitter) but still, only 26% of the subjects and sources are women and only 4% of stories challenge gender stereotypes.

Among groups of women, rural women play an important role in agriculture. They are those who feed the world. According to UN Women Watch 2013, women have been facing serious challenges rooted in gender prejudice and discrimination. They have been deprived of access to resources, property and services.

So, how are women depicted in news about agriculture? Is it a true picture of women's contributions? To what extent are women's voices heard? Are their rights upheld and concerns given attention? Those are the questions which the monitoring research intended to answer.

## MONITORING TOOLS AND MEDIA SOURCES

The monitoring team developed the tools and codes for topics related to agriculture by adapting the GMMP tools.

The quantitative data collection instrument contains 18 questions, including: on the topic, scope of the story, sex of source, sex of the journalist, occupation, role and family status of source, whether and how the person appears in images accompanying the story, whether gender stereotypes are clearly challenged and whether reporting evokes gender equality or inequality issues.

The qualitative tool analyses aspects of the narrative, including the story heading, language, images and tone.

The data was analysed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software.

The media sample is comprised of 2010 news articles collected by the staff of Oxfam Vietnam from January to June 2015. The monitoring focused on print and online newspapers. Therefore the results exclude the representation of women and men in other mediums such as television and radio.

The list of newspapers monitored is as follows:

### Printed newspapers

An ninh thủ đô  
Bưu điện  
Công an nhân dân  
Đại biểu nhân dân  
Đại đoàn kết  
Đầu tư  
Diễn đàn doanh nghiệp  
Giáo dục thời đại  
Giao thông  
Hà Nội mới  
Kinh tế đô thị  
Lao động  
Người lao động  
Nhân dân  
Nông nghiệp Việt Nam  
Nông thôn ngày nay  
Pháp luật  
Quân đội nhân dân  
Sài Gòn giải phóng  
Sài Gòn tiếp thị  
Thanh niên

The Saigon Times Daily  
The Saigon Times Weekly  
Thời báo kinh doanh  
Thời báo kinh tế  
Thời báo kinh tế Sài Gòn  
Thời báo ngân hàng  
Thời báo tài chính  
Tiền phong  
Tin tức  
Tuổi trẻ  
Vietnam News

### Online newspapers

Baobinhduong.vn  
Baocantho.vn  
Baochinhphu.vn  
Baodansinh.vn  
Baodatviet.vn  
Baodautu.vn  
Baodientu.chinhphu.vn  
Baodongkhoei.com.vn  
Baodongnai.com.vn

Baohaiquan.vn  
Baohatinh.vn  
Baophapluat.vn  
Baophuyen.com.vn  
Baotintuc.vn  
Baoxaydung.com.vn  
Bizlive.vn  
Bnews.vn  
Cafef.vn  
Cand.com.vn  
Daidoanket.vn  
Dantocmiennui.vn  
Dantri.com.vn  
Danviet.vn  
Doanhnghiepviet.vn  
Doanhnhansaigon.vn  
Giaoduc.net.vn  
Hanoimoi.com.vn  
Infonet.vn  
Khampha.vn  
Kinhdoanh.vnexpress.net  
Kinhntenongthon.com.vn

Kinhtevadubao.vn

Laodong.com.vn

Motthegioi.vn

Ndh.vn

News.zing.vn

Nguoitieudung.com.vn

Nhandan.com.vn

Nhandan.org.vn

Nld.com.vn

Nongnghiep.vn

Petrotimes.vn

Phapluattp.vn

Qdnd.vn

Saigondautu.com.vn

Sggp.org.vn

Stockbiz.vn

Tapchitaichinh.vn

Tgvn.com.vn

Thesaigontimes.vn

Thoibaotaichinhvietnam.vn

Tiasang.com.vn

Tienphong.vn

Tinhnhanhchungkhoan.vn

Toquoc.gov.vn

Ttvn.vn

Tuoitre.vn

Vietnamnet.vn

Vietnamplus.vn

Vinanet.vn

Vneconomy.vn

Voh.com.vn

Vov.vn

Vtc.vn

Vtv.vn

# CONCEPTS

- **Stories that reinforce gender stereotypes**

These are stories and images in which women and men appear in gender stereotyped roles. For examples, women depicted as victims, always in spaces considered as “women’s spaces” such as the kitchen, the field, and uneasy around technology. The stories could depict men as successful entrepreneurs and leaders. Stories reinforcing gender stereotypes may also employ language that disparages women and underestimates the success of women, at the same time as the language praises or defends violent acts by men, or ridicules non-traditional roles of men.

- **Gender-blind stories**

These stories lack gender sensitivity, a diversity of sources and produce a biased perspective. For example, a story on budget-cutting which does not analyse the different consequences for women and men.

- **Stories that challenge gender stereotypes**

Such stories overturn assumptions about femininity and masculinity, in relation to characteristics, realms, abilities and expectations of women and men. For example, stories in which women provide expert interviews on issues characteristically depicted as ‘male domains’ such as national policies, or stories in which men are depicted as carers of young children.

- **Stories focusing on gender equality and inequality issues**

Such stories could have women as the main subjects or tackle topics about by women or gender experts. Other stories may analyse the themes or events in ways that highlight issues of inequality between women and men.

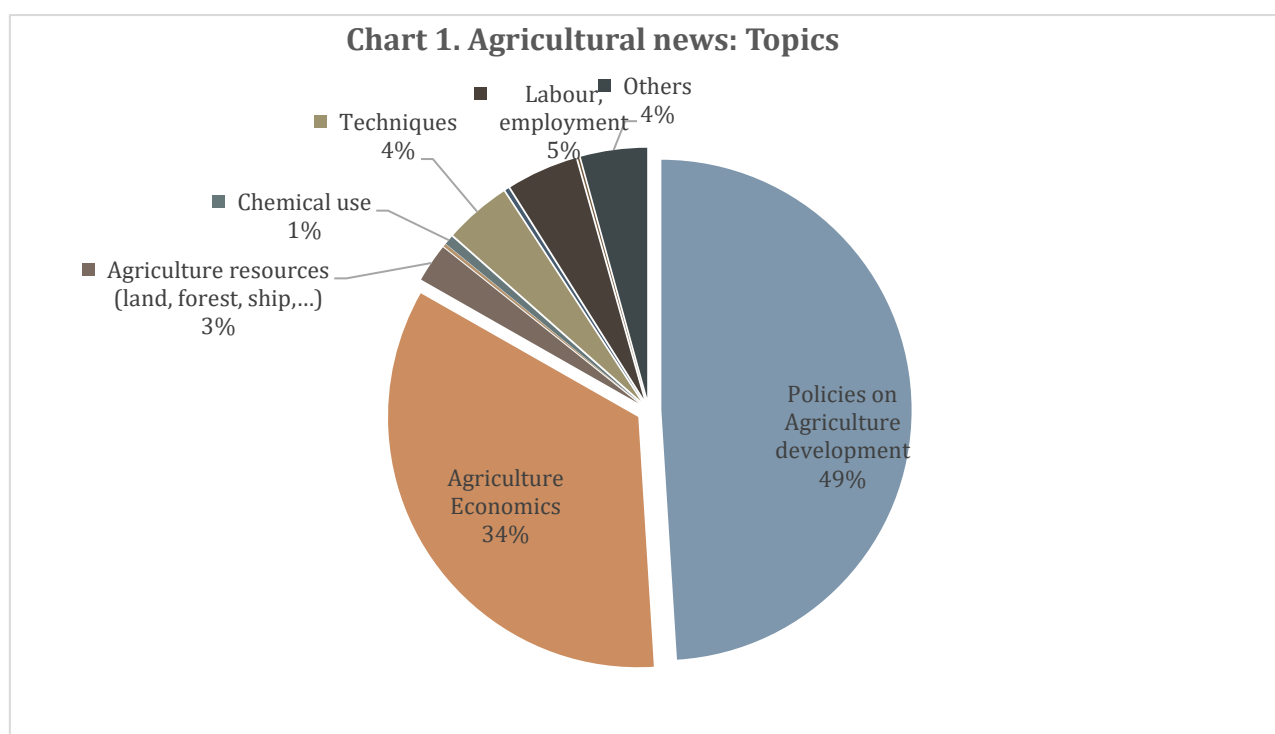
## FINDINGS

2010 articles were monitored, 62.3% in printed newspapers and 37.7% in online newspapers.

Type of media	Amount	Percentage (%)
Printed newspaper	1252	62.3
Online newspapers	758	37.7
<b>Total</b>	<b>2010</b>	<b>100</b>

- MAIN NEWS TOPICS ON AGRICULTURE**

The main topics of the articles are *policies in agriculture* and *economics*. The chart shows the distribution of topics. For example, the article on policy of importing chemicals may be in 'policy' topic or 'chemicals' topic. There are few articles on the topic of chemicals in agriculture while this is a serious issue in Vietnam. Pesticides and herbicides used daily in farming poison people, especially women farmers.



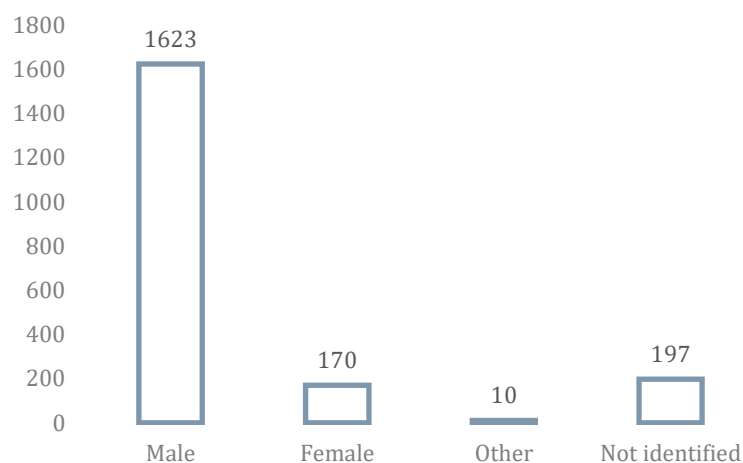


- **REPRESENTATION OF WOMEN AND MEN IN AGRICULTURAL NEWS**

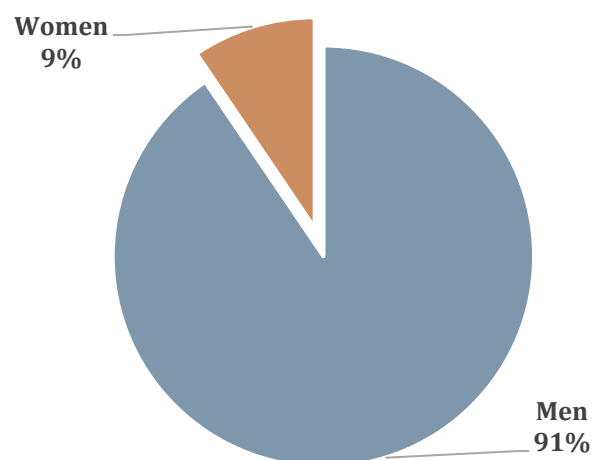
Women or men in the news are identified through the details in the articles such as names, titles, quotes, images, etc.

In the news monitored, men account for 91% of people in the stories, women account for only 9%, or one tenth of the total. While women are 50% of the population and play an important role in agriculture, they are only 9% of those heard or mentioned in news stories on agriculture. The disparity is striking. This figure is much lower than the results of the global media monitoring in 2015 with the world average of 24% female subjects and sources across the news in general, all topics combined.

**Chart 2. People in the news, by sex**



**Chart 3. People in the news, percentage, by sex**



## Case

Newspaper: Rural today (Nong Thon Ngay Nay)

Date: 1<sup>st</sup> September, 2015

Page: 30-31

Title: Vietnam urged to take bold actions ahead of TPP

Summary: The article says that Vietnam's agriculture still has chances to benefit from the Trans-Pacific Partnership (TPP) agreement if it could solve its existing problems.

In articles about policy, there are seven people as news subjects. The people in the three photos are all men. Four quoted people are also men with different occupations.

In reality, when a journalist conducts an interview and develops an article, it is difficult for her to find a female official or leader, especially when they are in higher rank positions due to the rigid power hierarchy. Gender-balance is possible if journalists seek out women as sources as well in order to also overturn gender stereotypes.

# CÁNH CỬA HẸP

Ý KIẾN

## Mọi bước đi phải theo hướng cạnh tranh quốc tế

Tại Hội nghị sơ kết 2 năm triển khai Tái cơ cấu ngành nông nghiệp (13.8), Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải nhận định: Cơ hội đang mở ra cho ngành nông nghiệp rất lớn. Chúng ta phải quyết liệt trong thời điểm này, vì thách thức hội nhập đang tạo ra cuộc cạnh tranh khốc liệt cho nông sản. Nếu chúng ta không đổi mới về mô hình thì sẽ thua ngay trên "sân nhà". Mọi bước đi, mọi quyết định tại cơ sở phải theo hướng cạnh tranh quốc tế, xây dựng các mô hình từ chăn nuôi, trồng trọt đến bảo vệ rừng phải theo hướng truy xuất nguồn gốc, quản lý chất lượng, hạ giá thành sản phẩm để tăng sức cạnh tranh.



## Chuyển hẳn sang sản xuất hàng hoá

Phát biểu tại hội nghị tái cơ cấu ngành nông nghiệp tổ chức mới đây, Bộ trưởng Bộ NPTNT Cao Đức Phát nhấn mạnh: Quá trình đẩy mạnh hội nhập kinh tế đặt ra yêu cầu cấp thiết phải chuyển hẳn nền nông nghiệp sang sản xuất hàng hoá cạnh tranh quốc tế. Hầu hết các sản phẩm làm ra phải có khả năng cạnh tranh cao. Ngay cả những sản phẩm chỉ tiêu dùng trong nước thì vẫn phải có khả năng để đứng vững trước sự cạnh tranh của hàng hoá nhập khẩu. Để đạt hiệu quả cao cần tập trung hơn vào việc nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất thay vì chạy theo số lượng.



## CHUYÊN GIA KINH TẾ BÙI KIẾN THÀNH: Gấp rút tái cấu trúc ngành nông nghiệp

"Một thời gian dài chúng ta chỉ biết sử dụng hàng rào thuế quan để bảo hộ cho nền nông nghiệp. Chúng ta chưa có sự chuẩn bị chu đáo nào khi không còn hàng rào thuế quan này nữa. Việt Nam cần đưa ra hàng rào kỹ thuật để phát huy lợi thế nền nông nghiệp nhiệt đới cũng như về thời gian tiêu dùng của người Việt trong tiêu dùng nông thủy sản để cứu nguy cho ngành này khi chưa quá muộn. Phải gấp rút tái cấu trúc toàn diện để có thể thực đẩy ngành nông nghiệp theo hướng công nghiệp hiện đại".



HÀI QUỲNH (g) (g)

thủy sản Việt Nam cho biết, năm 2013, 40% thủy sản của ta xuất khẩu sang các nước trong khối TPP. Mỹ chiếm hơn 22%, Nhật Bản hơn 17%, nhưng giá trị thủy sản của Việt Nam lại thấp do chủ yếu xuất phát từ quy mô nhỏ và thường bị thị trường quốc tế ép giá. Do đó, khi gia nhập TPP, Việt Nam sẽ có thêm nhiều cơ hội hợp tác với nước ngoài để nâng cao giá trị sản phẩm.

Ông Nguyễn Hữu Dũng - Phó Chủ tịch Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam nhận định: "Doanh nghiệp nước ngoài tìm thấy ở Việt Nam lợi nhuận trong việc nâng cấp năng lực chế biến bằng cách đầu tư vào công nghệ chế biến sâu và tận dụng nguồn nhân lực rẻ, lành nghề của Việt Nam - là cơ hội rất lớn cho họ và cho cả Việt Nam".

MAI NGUYỄN

## Dùng bảo hộ chống... bảo hộ

MAI HƯƠNG

Biết trước được hàng nông sản Việt sẽ chịu nhiều thiệt thòi khi tham gia các hiệp định FTA, TPP, các nhà hoạch định chính sách Việt Nam (VN) đã nêu lên các giải pháp ứng phó, trong đó có bài toán bảo hộ sản xuất trong nước.

### Các nước bảo hộ hàng nội

Khi tham gia TPP, VN phải mở cửa thị trường, tức phải loại bỏ 100% dòng thuế (thuế nhập khẩu) đối với các sản phẩm nông nghiệp. Trong khi rào cản kỹ thuật chưa có hoặc không cao, nên từ lâu ngành chăn nuôi đã bị cho là khó khăn nhất, thậm chí nhiều ý kiến bị quan cho rằng, ngành này có thể bị xóa sổ.

Giám đốc một siêu thị cho biết, thịt ngoại giờ là mặt hàng không thể thiếu tại các siêu thị. Ở nhiều siêu thị, lượng thịt bò Úc chiếm đến 50% sản lượng thịt bán ra. VN phải nhập thịt bò là điều có thể hiểu, vì nhu cầu trong nước cao. Trong khi, Úc hay New Zealand đều có giống bò phát triển nhanh, chăn nuôi tập trung quy mô lớn nên giá sản xuất của họ cũng rẻ hơn. PGS-TS Nguyễn Đăng Vang - Chủ tịch Hiệp hội Chăn nuôi VN cho hay: Không chỉ bò mà lợn của ta cũng gặp khó khăn vào TPP. Hiện giá thịt lợn của Mỹ đang thấp hơn của VN tới 40%. Nếu thuế về 0% thì người Mỹ sẽ chiếm lĩnh thị trường thịt lợn của VN ngay. Hiện nay thịt lợn Mỹ chưa vào được tại vì còn bị đánh thuế 20%.

12 quốc gia tham gia TPP được chia làm 3 nhóm theo trình độ chăn nuôi, trong đó Mỹ, Úc, New Zealand là những nước phát triển nhất, có thể mạnh về xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi; tiếp đó là Nhật Bản, Singapore, Malaysia. Còn VN nằm trong nhóm kém phát triển nhất. Chính vì vậy, ngành chăn nuôi sẽ bị đe dọa mạnh bởi hội nhập, khi các dòng thuế nhập khẩu được đưa về 0%.

Trong khi đó, ở cánh cửa ra, hàng nông sản Việt cũng khó có thể bước vào thị trường các quốc gia TPP. Khó khăn lớn nhất hiện nay là các nước TPP đều có xu hướng đàm phán hạn

chế, giữ hào lộ đối với nông sản nội địa (không mở cửa).

### Bảo hộ bằng thuế, hàng rào kỹ thuật...

Cho đến nay, theo Bộ Công Thương, trong các nước tham gia TPP, ba nước có ảnh hưởng nhiều đến ngành nông nghiệp và thị trường nông sản VN là: Úc, New Zealand và Mỹ. VN đã cam kết mở cửa thị trường theo lộ trình nhất định (tùy thuộc từng dòng thuế) cho nông sản đến từ các nước này.

Đây thực sự là một thách thức đối với VN bởi các nước Úc và New Zealand có năng lực cạnh tranh vào hàng cao nhất thế giới ở các sản phẩm ngành chăn nuôi (thịt bò, sữa), quả ổi, ớt, tỏi (táo, cam...). Còn Mỹ có thể mạnh trong các sản phẩm như sữa, thịt bò, thịt gia cầm, thịt lợn. Với mức thuế suất hiện tại, VN cũng đang nhập khá nhiều các mặt hàng này từ Mỹ. Nếu mở cửa, nguy cơ sản phẩm tương tự của VN gặp khó khăn khi cạnh tranh với sản phẩm nhập khẩu từ Mỹ là rất lớn.

Trong khi đó, khả năng tiếp cận thị trường các nước này của nông sản VN hầu như không đáng kể do dung lượng thị trường nhỏ (dân số có nước chỉ khoảng 25 triệu người), các yêu cầu kỹ thuật (rào cản kỹ thuật) cao và

khả năng cạnh tranh nội địa về nông sản của nước họ thuộc loại cao nhất trên thế giới.

Vậy làm sao nông sản Việt có thể vượt qua cánh cửa hẹp này? Chuyên gia thương mại quốc tế Phạm Tấn Thắng cho rằng, VN vẫn phải áp dụng các biện pháp bảo hộ bằng lộ trình

thuế quan, đặc biệt cho những mặt hàng nông sản nhạy cảm như chăn nuôi. Bảo hộ bằng hạn ngạch thuế quan hay bảo hộ bằng các biện pháp kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ... "Từ các thực tế này, phương án tốt hơn cả là để nghị các nước đối tác phát triển trong TPP có cam kết hỗ trợ kỹ thuật theo các hình thức cụ thể, khả thi và hiệu quả để thực hiện các biện pháp này" - ông Thắng nói.

Thông thường, các nước tham gia TPP cho đến nay vẫn được phép đơn phương đưa ra các điều kiện về sinh dịch tễ (hay còn gọi là các hàng rào kỹ thuật) mới hoặc điều chỉnh, từ đó ngăn chặn việc nhập khẩu của nông sản VN vào nước họ. Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh, thực tế chúng ta chỉ có thể đàm phán xoay quanh vấn đề hợp tác để xử lý vướng mắc, một số vấn đề chỉ liên quan tới rút ngắn thời gian xử lý khiếu nại, còn các điều kiện kiểm dịch thì vẫn giữ nguyên, do vậy rất khó cho nông sản Việt xuất khẩu nếu không vượt qua được các rào cản kỹ thuật.

TPP còn đặt ra các điều khoản ảnh hưởng trực tiếp tới sản xuất và triển vọng của hàng nông sản. Ví dụ về việc chặn và buộc trả lại toàn bộ hàng xuất khẩu được làm từ lao động trẻ em, chẳng hạn. Với những làng nghề thủ công và những sản phẩm được làm ra trong quy mô hộ gia đình, với sự tham gia của trẻ em nông thôn, VN sẽ là nhóm đầu tiên phải chịu thiệt thòi.

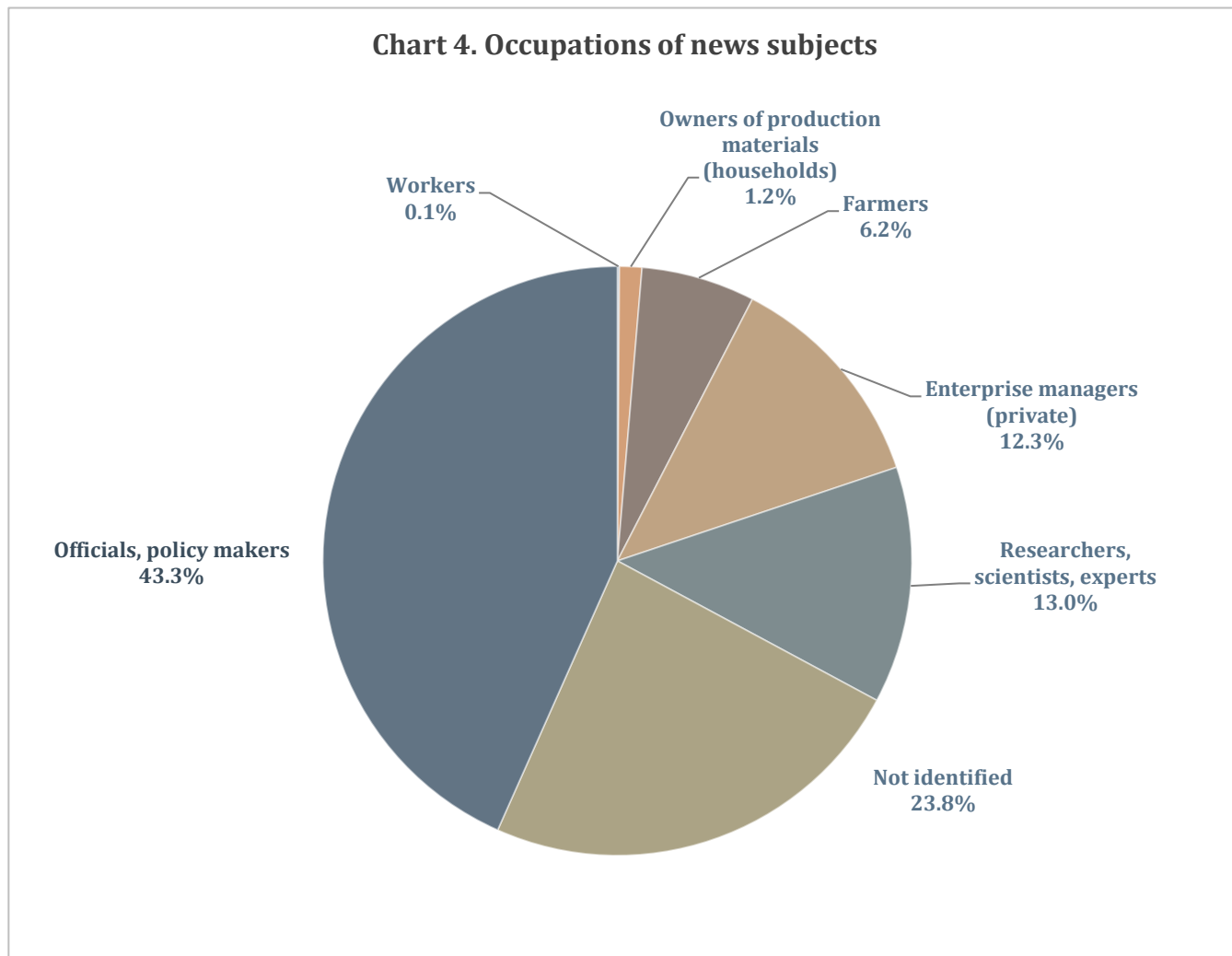
chẩn kỹ thuật) mới hoặc điều chỉnh, từ đó ngăn chặn việc nhập khẩu của nông sản VN vào nước họ. Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Trần Quốc Khánh, thực tế chúng ta chỉ có thể đàm phán xoay quanh vấn đề hợp tác để xử lý vướng mắc, một số vấn đề chỉ liên quan tới rút ngắn thời gian xử lý khiếu nại, còn các điều kiện kiểm dịch thì vẫn giữ nguyên, do vậy rất khó cho nông sản Việt xuất khẩu nếu không vượt qua được các rào cản kỹ thuật.



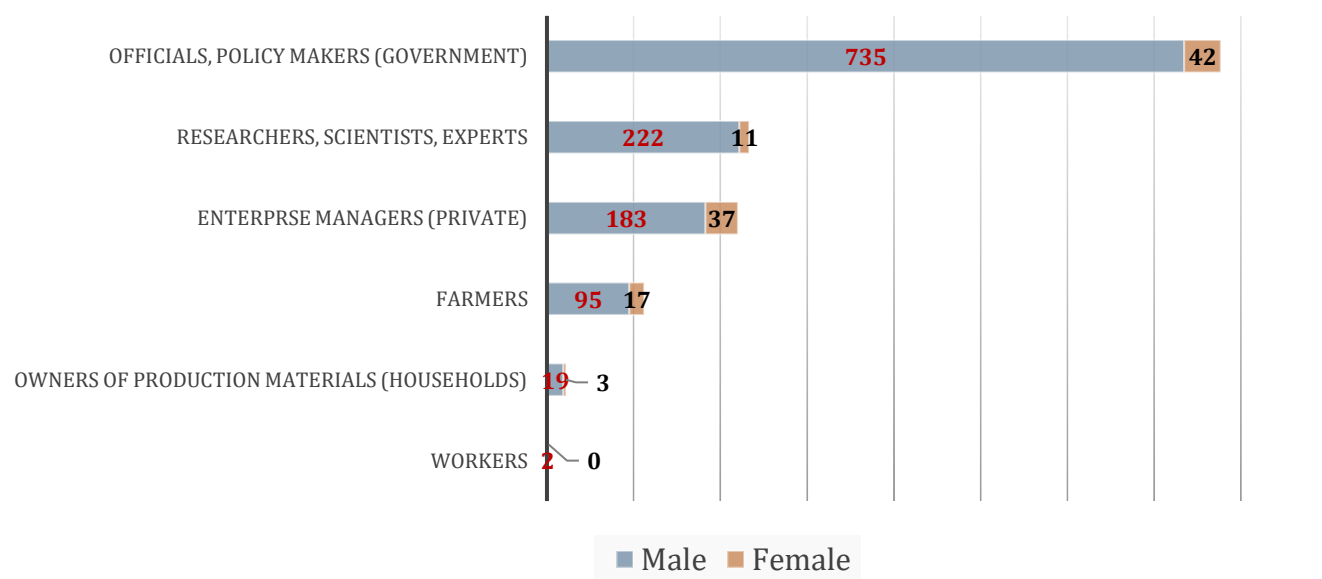
Ban bà Ue do doanh nghiệp ở tỉnh Bắc Ninh nhập về để nuôi lấy thịt. T.L

- **OCCUPATION OF NEWS SUBJECTS**

The main occupations of the news subjects are manager, policy maker, government official, followed by experts, scientists, private or household-business managers, domestic workers and other professions.

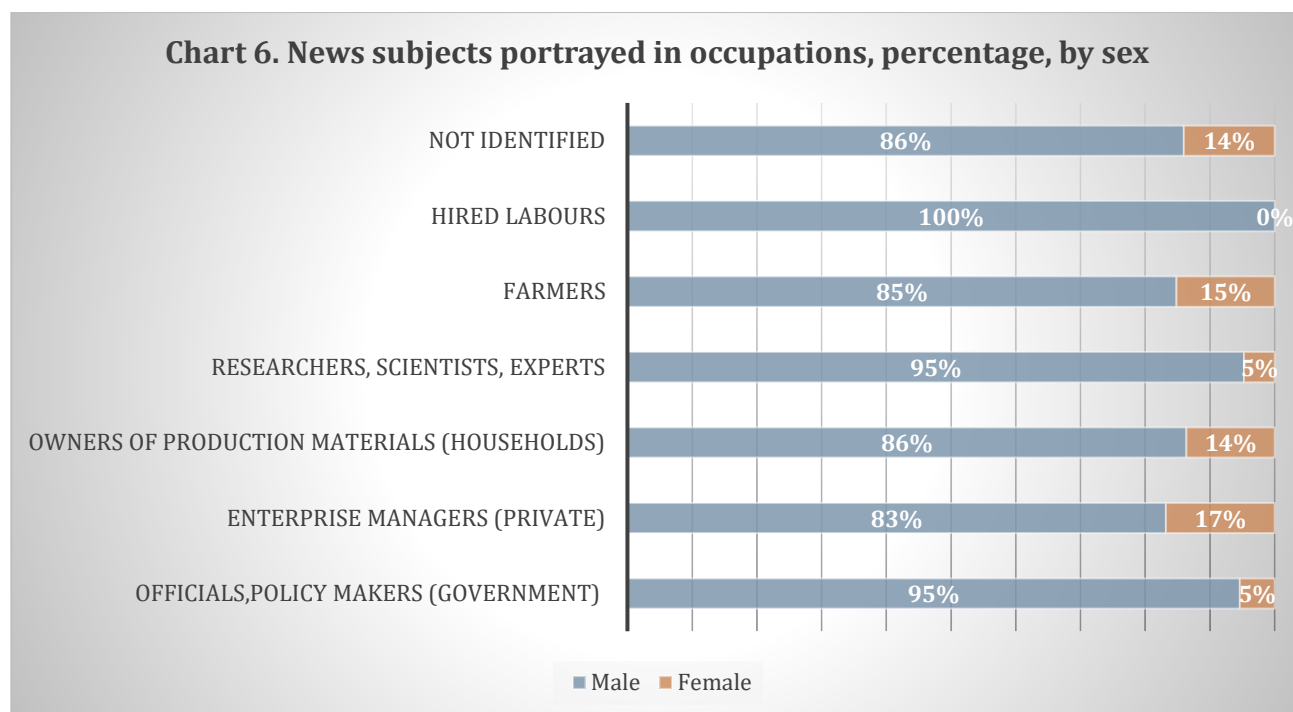


**Chart 5. News subjects portrayed in positions/occupations, by sex**



Men appear in overwhelming numbers in all positions. As news subjects, men appear more in the higher rank positions, such as government officials or policy makers, scientists or managers.

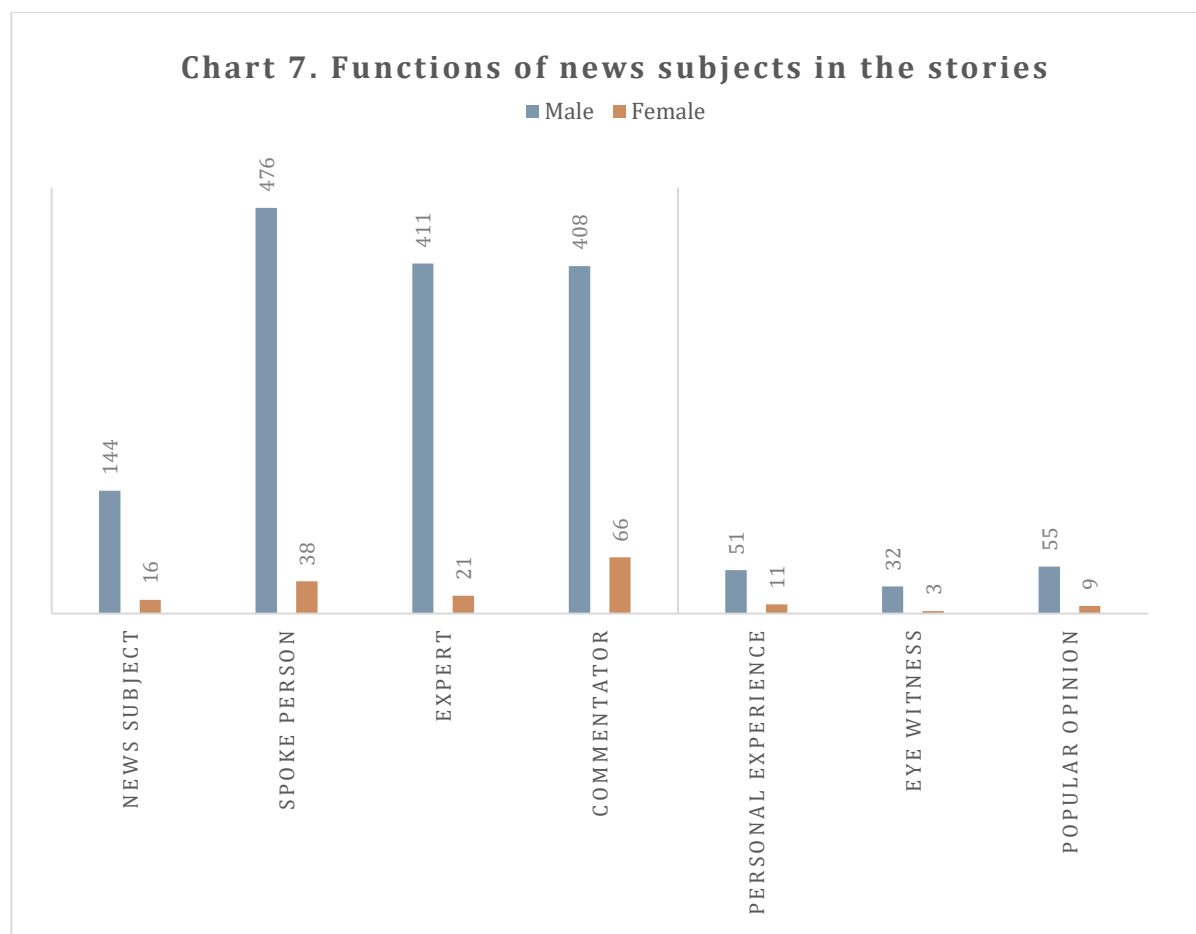
**Chart 6. News subjects portrayed in occupations, percentage, by sex**



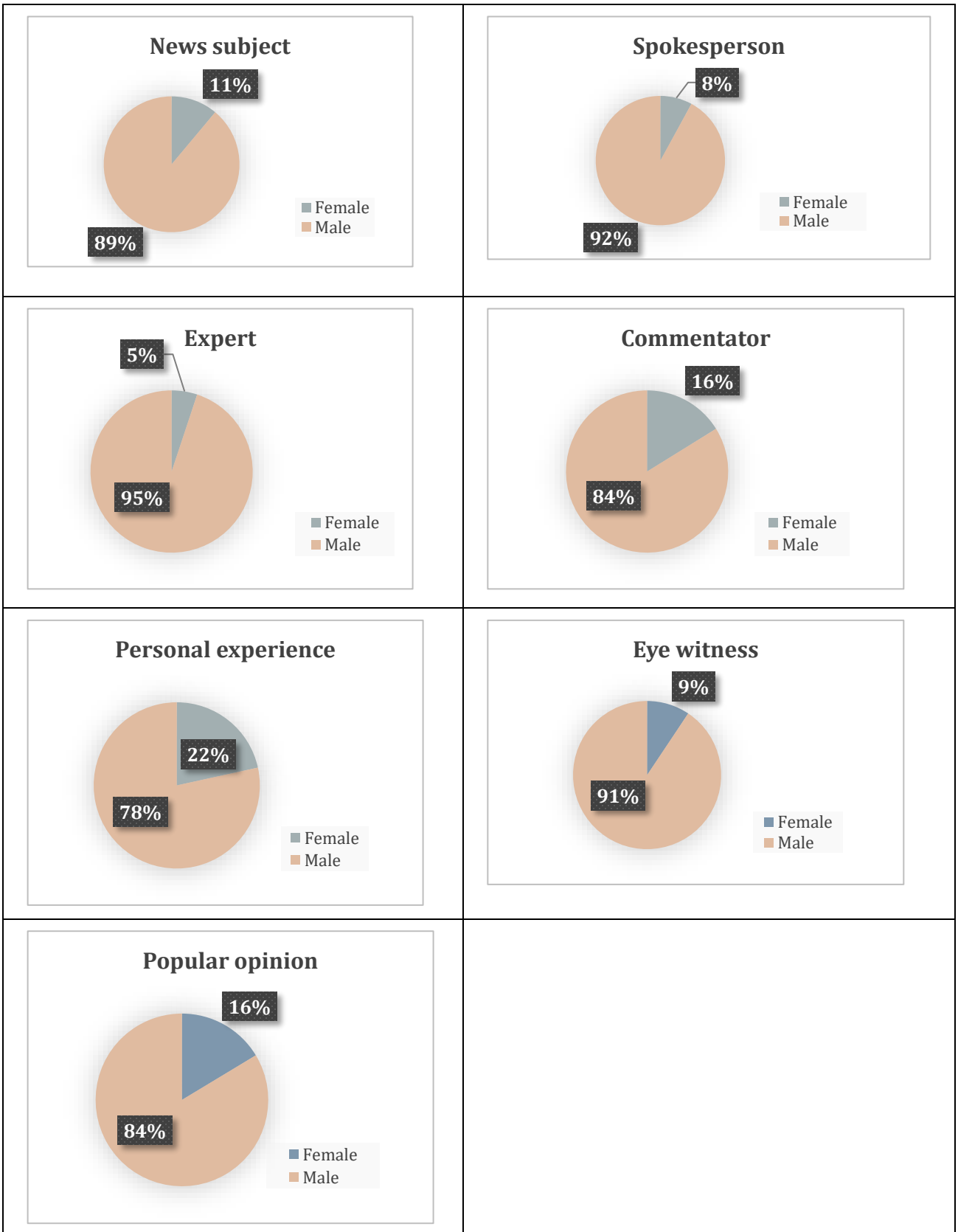
The highest number of women who appear in the news is in the position of enterprise managers (private) with 17%. Meanwhile, in the position of famers, in which the predicted number will be equal between sexes, women are only 15% of persons appearing. Some journalists, communicators gave the argument that they could not interview women because they rarely found women in managerial positions. However, the data of women in the position as farmers is still much lower compared to men while in reality it is confirmed that at least the number of female farmers is equivalent to male farmers, even higher. Therefore, it is clear that the opinions of men are paid much more attention and preferred. This is worse in cases of high-rank decision making where women are nearly invisible in raising their voices.

- **ROLES OF THE PEOPLE IN THE NEWS**

A very important factor when a person appears in the news is her role. In the chart below, men account for majority of people in the news in whatever role they take. Three roles which men take most are spokesperson, expert and commentator. Women appear most as commentators.







In terms of the functions, women account for only 11% in the role of ‘news subject’ or the person that the news are about. The rate is lower in other important functions such as *spokesperson* (8%), *eye witness* (9%) and *expert* (5%).

Women appear the most in the role of *personal experience* (22%) and following by *popular opinion* (16%).

Unsurprisingly, women appear only in roles such as: *commentator*, *personal experience*, *popular opinion*. These are the functions which the voice is less important or less “decisive” than other roles: officials, policy makers, experts. Yet, in reality, women are also the farmers, heads of families and managers of enterprises, yet they are scarcely portrayed in these roles.

Title: Economic Time

Date: June 24, 2015

Page: 10

Title: Large rice field 2015- 2050: Enterprises connect with agriculture collectives.

Brief: Southern Food Company (Vinafood 2) makes plan to join with agriculture collectives to build large rice fields in the period of 2015-2020.

Men usually appear photographed in meeting rooms and offices. In this case, there is a group of people who appear in the field. They are the representatives of enterprises, experts or technicians.

## **Xây dựng Cánh đồng lớn giai đoạn 2015–2020:**

# **Doanh nghiệp liên kết với HTX nông nghiệp**

Từ năm 2012 đến nay, xuất khẩu gạo Việt Nam gặp nhiều khó khăn và sụt giảm cả lượng và giá trị. Năm 2013, xuất khẩu gạo đạt 6,6 triệu tấn, trị giá 2,93 triệu USD. Năm 2014, xuất khẩu 6,3 triệu tấn, trị giá 2,79 tỷ USD. Nguyên nhân thì có nhiều nhưng chủ yếu là do gạo Việt Nam không có thương hiệu, chất lượng lại thấp nên khó tiếp cận các phân khúc thị trường cấp cao. Trong khi đó, phân khúc cấp trung, cấp thấp lại có nhiều nước cạnh tranh, làm giảm giá bán và lợi nhuận.

Nguyễn Huyền



Tham quan Cánh đồng lớn ở Kiên Giang

Ảnh: Nguyễn Huyền

chung, diện tích sản xuất CĐL vụ đông xuân 2014 – 2015 tăng hơn 2,5 lần (11.662 ha) so với cùng kỳ. Riêng PT1 có sự chuyển biến đáng kể, chiếm 20,6% so tổng diện tích hợp đồng (cùng kỳ 5,35%). Tổng sản lượng lúa theo PT3 được 85.600 tấn, đạt 61% so tổng sản lượng thu hoạch; trong đó diện tích theo PT1, PT 2 tỷ lệ mua đạt từ 80 – 90%.

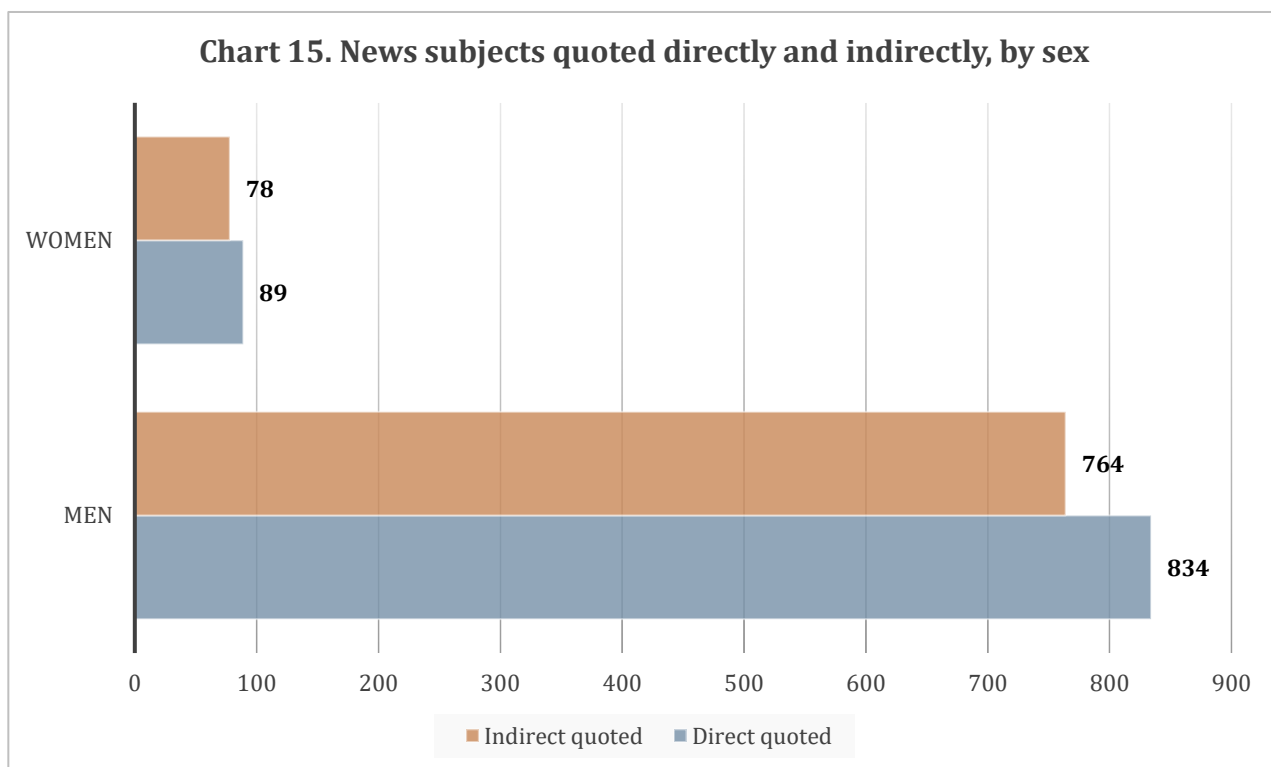
Để tháo gỡ những khó khăn trên, Vinafood 2 đã có phương án liên kết DN với HTX nông nghiệp để xây dựng CĐL, và HTX là tổ chức đại diện nông dân làm cầu nối nông dân với DN để sản xuất lúa theo chuỗi giá trị. Đây là giải pháp quan trọng nhất để củng cố, nâng cao năng lực của các HTX được Chính phủ, CK&ĐK UBND TP HCM



- **PEOPLE WHO ARE DIRECTLY QUOTED**

People in the news are present as subjects of the news, sources or persons interviewed and/or directly or indirectly quoted, or in images accompanying the news article.

In all 2010 articles analysed, there are 1793 quotes, of which 1598 quotes are from men and 167 quotes are from women. However, the number of men or women directly quoted and indirectly quoted are early equal. More or less as many women are quoted directly as indirectly.



# Xây dựng thương hiệu cho nông sản Việt

KHÁNH VŨ

Theo Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), Việt Nam có nhiều mặt hàng nông sản thực phẩm (NSTP) có kim ngạch xuất khẩu chiếm vị trí cao trên thế giới, nhưng điều đáng buồn là chất lượng NSTP xuất khẩu của nước ta không được đánh giá cao, nên giá xuất khẩu luôn ở mức thấp. Sáng 27.10, hội thảo với chủ đề "Xây dựng chiến lược thương hiệu quốc gia cho ngành thực phẩm Việt Nam" do Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với Tổ chức Xúc tiến nhập khẩu từ các nước đang phát triển của Hà Lan (CBI) đã nêu lên thực trạng này.

**Thực phẩm Việt đang bị "bỏ ngó" thương hiệu**

**T**hủ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải - thẳng thắn nhìn nhận: Ngành thực phẩm là một trong những ngành hàng có tiềm năng rất lớn của VN. Các sản phẩm không những đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn xuất khẩu đi nhiều nước trên thế giới. Tuy nhiên công tác xây dựng thương hiệu và quảng bá xuất khẩu còn nhiều hạn chế, lợi nhuận thu về từ xuất khẩu thấp, các sản phẩm thực phẩm Việt chưa có giá trị gia tăng cao và chưa giành được vị trí vững chắc trên thị trường ngoại quốc. Kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2014 đạt hơn 30 tỉ USD, chiếm 20%

tổng kim ngạch xuất khẩu. Vì vậy, việc xây dựng chiến lược thương hiệu ngành thực phẩm là nhiệm vụ cấp thiết hiện nay. Ông Đỗ Kim Lang - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại - Bộ Công Thương cho rằng, việc xây dựng thương hiệu sẽ giúp doanh nghiệp (DN) Việt Nam nâng cao nhận thức và năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, phát triển thương hiệu. Thế nhưng thời gian qua, các DN chưa ý thức được tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu quốc gia nên việc xây dựng thương hiệu gần như bỏ ngó.

Ông Julian Lawson Hill - chuyên gia EU - City CP cho biết: Kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2014 đạt hơn 30 tỉ USD, chiếm 20%



Các chuyên gia tham luận về vấn đề xây dựng thương hiệu quốc gia cho nông sản Việt Nam.

Ảnh: KH.V

thương hiệu cho ngành thực phẩm trong nước, giá tăng nhận thức và công nhận quốc tế về thực phẩm Việt Nam. Việc này sẽ thúc đẩy xuất khẩu và bổ sung giá trị gia tăng vào sản phẩm nông nghiệp có nguồn gốc Việt.

**Dù muốn cũng không được nông với**

Vấn theo ông Julian Lawson Hill: Thách thức lớn là phải giữ được thuộc tính tự nhiên trong sản phẩm và đảm bảo giữ được

đặc tính này khi vận chuyển những thực phẩm chưa chế biến, chẳng hạn như mặt ong - sản phẩm trực tiếp từ thiên

nhiên - với quy trình từ tổ đến chai". "Thương hiệu không chỉ là logo, quảng cáo, truyền thông...., đó chỉ là những "phần nổi của một tảng băng", mà "phần chìm của tảng băng" mới đóng góp giá trị to lớn cho thương hiệu như: Chất lượng sản phẩm, an toàn vệ sinh thực phẩm, các chứng nhận về sản phẩm, quy trình sản xuất và sản xuất bền vững, các giá trị gia tăng của sản phẩm, sự khác biệt của sản phẩm...

Bà Nguyễn Thị Anh Hồng - Phó Chủ tịch Hiệp hội Chè VN cho biết một thực tế, do vướng thương hiệu, nên chè của VN xuất khẩu chỉ ở mức thấp, chỉ

khoảng 300 triệu USD/năm, trong khi đó, nếu xây dựng tốt thương hiệu, cải tiến thêm về chất lượng, giá trị xuất khẩu của chè Việt Nam sẽ cao hơn nhiều. Có những loại chè của Việt Nam ngon không kém nước ngoài, nhưng khâu chế biến, bảo quản, quảng bá chưa đạt yêu cầu, nên chè nước ta phải ngậm ngùi đứng sau một số nước.

Ông Nguyễn Trung Kiên - Phó TGĐ kinh doanh - City CP Tập đoàn NAFoods cho rằng, xây dựng thương hiệu đóng vai trò các kỹ quan trọng trong việc nâng giá trị sản phẩm. Chúng ta gặp khó khăn khi xây

dựng thương hiệu, một phần do thị trường thế giới, nhất là thị trường EU đánh giá về sản phẩm nông nghiệp của chúng ta chưa thực sự công bằng, cho rằng sản phẩm từ Việt Nam có giá trị thấp, do đó trả giá thấp. Mặt khác, một số DN, trong đó phần lớn là DN nhỏ, chưa chú trọng xây dựng thương hiệu, làm ăn kiểu chớp giật mùa vụ gây nên những hệ lụy không hề nhỏ cho các DN làm ăn chân chính.

Dưới góc độ DN, ông Kiên cho rằng: Để xây dựng được thương hiệu quốc gia cho sản phẩm Việt Nam, chúng ta phải tập trung vào 3 vấn đề chính: Các DN phải nỗ lực nâng cao chất lượng sản phẩm, trong đó phải đầu tư nâng cấp công nghệ chế biến. Mặt khác phải kiên trì bám sát mục tiêu, giữ vững chất lượng. Bên cạnh đó, Nhà nước cần hỗ trợ các DN, tạo hành lang pháp lý và xây dựng điển hình của thực phẩm Việt để khẳng định với thế giới. Dù muốn, nhưng chúng ta không thể nóng vội trong vấn đề xây dựng thương hiệu. Hãy nhìn Thái Lan, họ phải mất đến 20 năm để xây dựng được thương hiệu quốc gia, thì chúng ta không thể vội vàng và làm ẩu.

## Case

Newspaper: Labour (Lao Dong)

Date: October 28, 2015

Title: Building brand name for Vietnamese agro-products

Summary: Vietnam has many agricultural products. However, the quality of the agro-products is low, which results in low export prices.

The people who are quoted directly and indirectly:

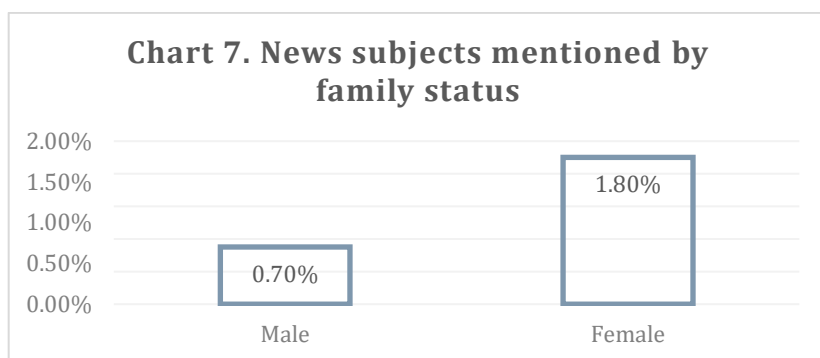
- Mr. Do Thang Hai, Vice prime minister of Ministry of Industry and Trade (directly)
- Mr. Do Kim Lang: Deputy head of Trading promotion department, Ministry of Industry and Trade (indirectly)
- Mr. Julian Lawson Hill, expert on branding of EU (directly)
- Mr. Nguyen Trung Kien, Vice Director of Business department of NA Food company (indirectly)
- Ms. Nguyen Thi Anh Hong, Vice chairperson of Tea association of Vietnam (indirectly)

Although there is a woman appearing in the news and quoted, she is only one among five people. The higher the position of the person, the more likely their opinions are quoted directly.

This article has a photo with a balanced representation of men and women

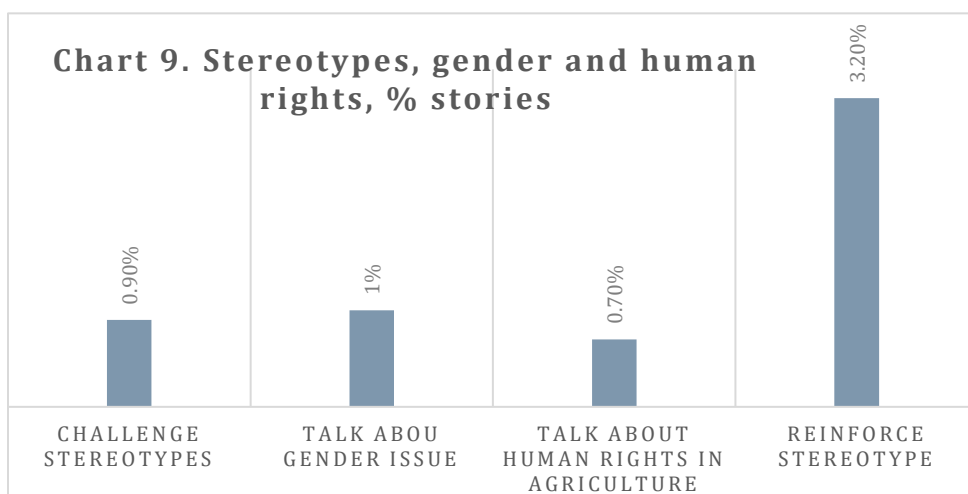
- **FAMILY STATUS**

Gender stereotyped stories will often mention the family status of a woman even when this is not relevant to the story, such as a story on management or finance. The family status was mentioned for 1.8% of the women in the news monitored, compared to only 0.7% of the men. In other words, mentions of women's family status was 2.6 times higher than men's.



- **GENDER STEREOTYPES, GENDER ISSUES OR HUMAN RIGHTS IN THE NEWS**

The number of news articles referencing gender equality issues, human rights in agriculture or challenging gender stereotypes is low. The number of news which reinforce gender stereotypes is 3 times higher than number of news which challenge such stereotypes.







Article: People's Delegates (Dai Bieu Nhan Dan)

Date: August, 2015

Page: 4

Title: Household Economics of rural families:

There is a gap.

This article discusses employment and land. It brings data on the gap between the poor and rich, as well as differences in literacy between women and men as heads of household. It is not totally adequate but still give us the gender disaggregated data which should be encouraged.

## KINH TẾ HỘ GIA ĐÌNH NÔNG THÔN

# Còn nhiều cách biệt

### THANH THỦY

Mặc dù đời sống của các hộ gia đình ở nông thôn đã được cải thiện nhờ tăng trưởng kinh tế, nhưng sự phát triển giữa các vùng vẫn chưa đồng đều. Trong đó, việc làm và đất đai đang là những vấn đề nóng. Đây là những nội dung đáng chú ý trong Báo cáo đặc điểm kinh tế nông thôn Việt Nam: kết quả điều tra hộ gia đình nông thôn năm 2014 tại 12 tỉnh do Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) công bố ngày 26.8 tại Hà Nội.

#### Cơ hội việc làm bị thu hẹp

Phó viện trưởng CIEM Nguyễn Thị Tuệ Anh nêu rõ, trong những năm qua, các chính sách phát triển kinh tế nói chung và chuyển dịch vùng nông thôn nói riêng đã đem lại những kết quả thiết thực. Mặc dù nông nghiệp có đóng góp tích cực vào GDP nhưng tốc độ tăng trưởng của khu vực này thấp hơn so với các khu vực khác của nền kinh tế. Trong cơ cấu kinh tế, đóng góp của nông nghiệp vào GDP đã giảm đi đáng kể, từ 46% (1988) xuống còn 18,1% (2014). Tuy vậy, cơ cấu lao động lại có sự dịch chuyển chậm hơn nhiều, tỷ trọng lao động nông nghiệp trong tổng lực lượng lao động xã hội giảm từ 70% xuống còn 46% trong cùng kỳ. Thu nhập bình quân của khu vực nông thôn khoảng 50% thu nhập ở thành thị (1,5 triệu đồng/tháng). Chính thu nhập của những hộ gia đình phụ thuộc vào nông nghiệp còn thấp đang là thách thức đối với các nhà hoạch định chính sách của Việt Nam.

Theo Trưởng ban Chính sách phát triển nông thôn CIEM Lưu Đức Khải, thời gian qua, chúng ta đã đạt được những thành tựu lớn trong giảm nghèo. Những tính ở đồng bằng, có kinh tế phát triển hơn thì tỷ lệ giảm nghèo sẽ tốt hơn. Trên thực tế, vẫn có khoảng cách lớn giữa các hộ gia đình giàu hơn, người Kinh, nam giới là chủ hộ, so với các hộ gia đình nghèo hơn, người dân tộc thiểu số, nữ giới là chủ hộ. Sự chênh lệch này thể hiện ở trình độ học vấn, trình độ khoa học kỹ thuật, thu nhập, việc làm...

Theo đó, ở gia đình có chủ hộ là nữ giới, tỷ lệ không biết đọc và viết chiếm 12,7%, trong khi tỷ lệ này ở gia đình có chủ hộ là nam giới chiếm 7,6%; tỷ lệ không bằng cấp trình độ chuyên môn kỹ thuật lần lượt là 82,5% và 69,3%. Tỷ lệ hộ giàu nhất không có bằng cấp là 61,9%, trong khi tỷ lệ này ở hộ nghèo nhất là 88%. Tỷ lệ học nghề ngắn hạn với hộ giàu nhất là 18,7%, còn hộ nghèo nhất là 8,9%. Còn với học nghề dài hạn, hộ giàu nhất chỉ có 3,1% và hộ nghèo

nhất là 0,3%... Như vậy, rõ ràng trong vấn đề lựa chọn nghề nghiệp, việc làm, việc học nghề ngắn hạn đang được ưu tiên. Những con số trên cũng chứng tỏ, nếu tiếp tục chính sách như hiện nay thì sẽ không thể bảo đảm các hộ nghèo triển miến thoát nghèo bền vững mà phải có cơ chế đặc biệt với nhóm hộ nghèo này. Khoảng cách về trình độ chuyên môn kỹ thuật và học vấn rất lớn giữa người giàu và người nghèo, do vậy không chỉ hỗ trợ người dân về mặt kinh tế mà phải nâng cao trình độ để họ có cơ hội tự thoát nghèo.

Về vấn đề việc làm, ở nông thôn, tỷ lệ không làm việc do đi học vẫn chiếm chủ yếu với 69,1% và quá già, nghỉ hưu là 18,2%. Tuy nhiên, đáng chú ý là có 1,7% không thể tìm được việc (năm 2012 là 0,8%). Điều này được lý giải do suy thoái kinh tế thời gian qua đã ảnh hưởng đến hoạt động của nhiều doanh nghiệp, ngay cả ở các đô thị cũng không tạo được nguồn cung về lao động. Việc phát triển kinh tế hộ gia đình thông qua thành lập các doanh



nh nghiệp cũng được coi là một trong những nguồn tạo công ăn việc làm cho người dân nông thôn. Tuy nhiên hiện nay, tổng số hộ có doanh nghiệp chỉ chiếm 25,2%, đa phần là doanh nghiệp nhỏ, trụ sở đặt tại nhà (56%) và sử dụng bình quân 2,3 lao động.

#### Chưa quan tâm đến sổ đỏ

Đất đai trong sản xuất nông nghiệp được đánh giá đặc biệt quan trọng, bởi đó là sinh kế của người dân. Trong giai đoạn 2012 - 2014, một số quy định quan trọng về đất đai, đặc biệt là đất nông nghiệp, đã được ban hành như Nghị định số 42/2012 về quản lý, sử dụng đất trồng lúa, Luật Đất đai sửa đổi năm 2013 cũng như các văn bản hướng dẫn thi hành Luật. Hiện nay, dù chính sách dần dần đổi mới đã được triển khai, song theo Báo cáo, vẫn còn sự manh mún, nhỏ lẻ, gây khó khăn cho sản xuất nông nghiệp theo quy mô lớn. Theo Phó viện trưởng Viện Phát triển bền vững vùng, Viện Hàn lâm Khoa học và Xã hội Việt Nam Lê Anh Vũ, một trong những nguyên

nhân của tình trạng này là do tâm lý nông dân muốn giữ đất, dù nhiều khi, việc giữ đất này chỉ để đất hoang.

Ông Lưu Đức Khải thừa nhận, mặc dù giấy chứng nhận quyền sử dụng đất (sổ đỏ) trực tiếp tác động đến việc đầu tư về đất cũng như thanh khoản của đất trên thị trường vốn do giấy chứng nhận này có thể được dùng để vay vốn, được người dân rất hào hứng. Hiện nay việc đăng ký và cấp giấy chứng nhận này đã được cải thiện nhưng không nhiều ở hầu hết các tỉnh được điều tra. Thậm chí, ở Điện Biên, sự thay đổi không đáng kể. Cũng theo ông Khải, hiện nay vẫn có một tỷ lệ nhất định người dân chưa nhận sổ đỏ mà với việc cấp sổ đỏ. Khoảng 7,5% đất đã có giấy chứng nhận nhưng người dân chưa đến nhận, trong đó có 5% người dân không biết sổ đỏ là gì (!) Do đó, "công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật liên quan đến đất đai và quyền lợi của người sử dụng đất cần phải được những cơ quan có trách nhiệm quan tâm đúng mức", ông Khải nhấn mạnh. ■

# Nông nghiệp là nguyên nhân gây phát thải khí nhà kính

■ MAI ANH

Khí nhà kính hiện được coi là nguyên nhân chủ yếu làm tăng nhiệt độ toàn cầu, gây nên hiện tượng biến đổi khí hậu. Ở Việt Nam, nông nghiệp chiếm 43,1% tổng phát thải khí nhà kính.

**C**ác hoạt động nông nghiệp như canh tác lúa, sử dụng đất nông nghiệp, quản lý chất thải chăn nuôi, xử lý phụ phẩm nông nghiệp... là những nguồn chủ yếu gây phát thải khí nhà kính.

Việc đốt rơm rạ đã làm giảm lượng phân hữu cơ, dẫn tới phải tăng mức sử dụng phân hóa học. Theo thống kê năm 1980, lượng phân hóa học



Đốt rơm rạ sinh ra các khí độc, ảnh hưởng trực tiếp, nghiêm trọng đến môi trường, sức khỏe người dân.

Newspaper: Post (Buu Dien)

Date: July 20, 2015

Page: 14

Title: Agriculture is the cause of greenhouse gases emission

Brief: Greenhouse gases are considered as the main cause for global warming.

Although this photo may be taken as expressing reality of greenhouse gas emission, the composition unconsciously links the negative act to women. This is in contrast to the tendency to portray men in a positive light, such as in the case below from Lao Dong newspaper. The photo shows a man operating heavy machinery, understood as modernity and technology.



# “Ông lớn” TPP có thực sự đáng sợ với ngành chăn nuôi?

**KHÁNH VŨ**

Nhật Bản, ASEAN - Australia và New Zealand, ASEAN - Ấn Độ, năm 2023 với Nhật Bản, 2026 với Chile và với FPP đến tận năm 2028 thuế suất mới về 0%. Như vậy, các DN có 13 năm để tái cơ cấu, thay đổi công nghệ, nâng cao chất lượng chuỗi giá trị sản phẩm. Hay nói như Trưởng đoàn đàm phán TPP của VN - Thứ trưởng Bộ Công thương Trần Quốc Khánh: “TPP là hiệp định cấp cao nhất với cam kết xoá bỏ thuế quan về 0% nhưng có lộ trình với Việt Nam. Ngành chăn nuôi có ít nhất 10 năm (kể từ 2015 - PV) để chuẩn bị trước khi sức ép của cuộc chơi mới thực sự tác động”.

Trong “quãng thời gian vàng” đó, các chuyên gia hàng đầu ngành chăn nuôi đều chung nhận định với TS. Đoàn Xuân Trúc: Chúng ta phải nhanh chóng tái cơ cấu, tổ chức lại sản xuất và hạ giá thành các sản phẩm thịt, trứng, sữa; kể cả các sản phẩm có lợi thế như chuối.



Cần trở thành người nông dân hiện đại với sự trợ giúp của máy móc thiết bị cơ khí.

Ảnh: HÀI NGUYỄN

Newspaper: Labour (lao Dong)

Date: October 17, 2015

Page: 9

Title: “Big guy” TPP is really scared for husbandry?

## CONCLUSION

Monitoring the gender dimensions of agricultural news produces findings that are similar to those of the Global Media Monitoring Project. We see the imbalance of women and men in communication which in turn reinforces gender stereotypes, gender prejudice and does not tell the truth about the real contributions of women in development, including agriculture.

More importantly, women's right to raise their voices in agriculture is not upheld and their voices are invisible in policies and laws. Gender is cross cutting issue, but there are few articles on agriculture that have a gender lens or shed light on gender differences in needs and on women's human rights.

Article 5 in the International Convention on Elimination of All forms of Discrimination against women (CEDAW) signed by 189 countries underlines the obligation of States to use all methods to abolish all gender stereotypes. The news articles in general and the news on agriculture in particular do not take seriously the need for accountability to their audiences, or their responsibility to promote transparency, democracy and an environment that enables citizens' enjoyment of their freedom of expression.

In this monitoring, the quantitative data show clear imbalances:

- Women are only 9% of the people in news related to agriculture, while men are 91% of subjects and sources.
- When people appear in the news, men are overwhelmingly depicted as the people in the occupations: They are 95% of government officials and policy makers, 95% of researchers and experts, and 85% of farmers.
- In terms of the role in the news, women appear 11% as news subject, 8% as spokesperson, 9% as eye witness and only 5% as expert. Women are most present (22%) as persons speaking on the basis of personal experience and 16% of popular opinion providers.
- Of those who are directly quoted, women are 9.5% compared to 90.5% of men.
- When women are present, they are 2.6 times more likely to be described in terms of their family status, although the absolute number is not so high with 0.7% for men and 1.8% for women.
- 3.2% of the articles reinforce gender stereotypes.

Qualitative analysis is necessary to understand how gender stereotypes play out in the reporting, as follows:

- Many titles of the articles do not correspond with the actual story content and some further channel gender stereotypes. For example, an article titled gender equality in employment while the content actually underlines the responsibility of women for family happiness.



- Language and images used still depict stereotypes about women and men with attributes such as women as persons who stay at home, on the field and do light work, and men as persons associated with modernity, loyalty, innovation, and machines.
- Many articles are gender blind: They do not have a gender analysis, they do not mention the different needs or concerns of women and men, for instance gender-differentiated challenges facing women and men on important issues such as land or water resources, employment, especially when discussing macro level policy issues such as the Trans Pacific Partnership (TPP) and global economic integration.

If media is the “mirror” of the world, then it is a distorted mirror. It is not honest when it does not reflect the face of half of the world – women. Besides, because communicators in general carry this prejudice, they unconsciously engrave the stereotypes and make the mirror even more distorted. How the issues impact women differently is not told, women’s right to have their voices heard is not respected, and the contributions of women in agriculture and ecology are not acknowledged.

In Vietnam, women account for 60% of labourers.<sup>1</sup> If women can access equally the resources in agriculture, productivity in farms owned by women may increase 20-30% and agriculture yields in developing countries will be increased 2.5-4%.<sup>2</sup> If women are untied from discrimination then women working in agriculture can contribute to global food security. Therefore, the role of gender sensitive media is very important in promoting development, in ensuring women’s human rights as affirmed in the CEDAW convention, in the Constitution and in the law on gender equality of Vietnam.

The picture of gender in agriculture is one part of the larger image of media which depicts the role, voice and decision-making space for women and men in every aspect of life. It also expresses the real power of the world which is in the hands of men. How the world functions is informed by patriarchy, or the ideology of men’s dominance and the subordination of women. In order to ensure that the voices of half of the world’s population are heard, a strategy for gender-sensitive media and communication practice should be developed, which can then contribute to reaching Goal 5 (on gender equality) of the 2015 UN Sustainable Development Goals.

---

<sup>1</sup> Informatic Centre for Agriculture and Rural Development (ICARD), 2012

<sup>2</sup> Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO), 2011. *The state of food and agriculture 2010-2011*