

TRÁCH NHIỆM CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI VIỆC TRUYỀN THÔNG VỀ AN TOÀN VỆ SINH THỰC PHẨM: THỰC TIỄN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Hoàng Lê Thúy Nga

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

Email: hoanglethuynga@gmail.com

TÓM TẮT

Vệ sinh an toàn thực phẩm là vấn đề nóng của xã hội hiện nay. Do vậy, trách nhiệm của báo chí đối với cộng đồng là góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành động của công chúng trong việc tuân thủ quy định về an toàn thực phẩm. Bài viết chỉ ra những đóng góp của báo chí đối với việc phát hiện những sai phạm trong an toàn thực phẩm, cung cấp thông tin về xử lý vi phạm an toàn thực phẩm, tuyên truyền người dân tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm thông qua các thông tin tư vấn, chỉ dẫn, định hướng cho công chúng. Từ đó, bài viết cũng đề xuất một số khuyến nghị về trách nhiệm của báo chí với công tác truyền thông về an toàn thực phẩm như: kịp thời thông tin chính xác; tăng cường thông tin chỉ dẫn; mở rộng mạng lưới cộng tác viên, đường dây nóng để phản ánh biểu hiện vi phạm; phối hợp với các cơ quan chức năng, tăng nhiều chương trình, chuyên mục để tuyên truyền pháp luật về an toàn thực phẩm.

Từ khóa: Trách nhiệm báo chí; Truyền thông an toàn thực phẩm; Vệ sinh an toàn thực phẩm.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thời gian qua, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm (ATTP) nhận được sự quan tâm lớn của người dân, được coi là vấn nạn của quốc gia. Nó trở thành vấn đề "nóng" của toàn xã hội. Vệ sinh an toàn thực phẩm cũng là chủ đề quan trọng trong các kỳ họp của Đảng, Quốc hội. Các ban, ngành đã có nhiều nỗ lực nhưng trước thực trạng khó kiểm soát hiện nay, tình hình an toàn vệ sinh thực phẩm vẫn là thách thức lớn của Đảng, Nhà nước và nhân dân. Chúng ta đang sống trong sự "bao vây" của thực phẩm mất an toàn, thức ăn bẩn. Nhiều người dân tỏ ra nghi ngờ, khó lựa chọn thực phẩm an toàn, kể cả những thực phẩm thiết yếu. Trước thực tế này, báo chí đã phản ánh thực trạng mất an toàn thực phẩm, giúp công chúng nhìn thấy những biểu hiện tiêu cực trong vi phạm ATTP, từ đó hướng dẫn họ cách phòng tránh thực phẩm bẩn. Đồng thời, báo chí tuyên truyền, vận động người dân tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm. Phải nói rằng, với chức năng là phương tiện truyền thông đại chúng thiết yếu, báo chí có sức tác động sâu và rộng đến quần chúng nhân dân, báo chí không chỉ phát huy vai trò của mình mà còn có trách nhiệm trước xã hội khi truyền thông về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm. Trách nhiệm của báo chí đối với việc truyền thông vấn đề này là cung cấp thông tin, phát hiện các biểu hiện

vi phạm, tuyên truyền sâu rộng các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm và hướng dẫn, tư vấn cho mọi người dân sử dụng các thực phẩm an toàn. Cuối cùng, báo chí phải góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi của người dân trong việc tuân thủ các quy định an toàn thực phẩm.

2. TRUYỀN THÔNG VÀ SỰ CẦN THIẾT CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI VIỆC TRUYỀN THÔNG VỀ AN TOÀN VỆ SINH THỰC PHẨM

Truyền thông là hiện tượng xã hội phổ biến, ra đời và phát triển cùng với sự phát triển của xã hội loài người, tác động và liên quan đến mọi cá thể xã hội. Truyền thông là "quá trình liên tục trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm..., chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển cá nhân/nhóm/cộng đồng/xã hội" [1, tr.13]. Về thực chất, truyền thông là quá trình trao đổi, tương tác thông tin với nhau về các vấn đề đời sống cá nhân, nhóm, xã hội, từ đó tăng vốn hiểu biết chung, thay đổi tình hình hoặc thay đổi nhận thức, thái độ, chuyển đổi hành vi của một cá nhân, nhóm hay xã hội nào đó. Kết quả truyền thông không chỉ dừng lại ở "sự hiểu biết lẫn nhau" giữa các thực thể tham gia quá trình truyền thông mà còn tiến tới "sự thay đổi trong hành động và nhận thức".

Báo chí là kênh biểu trưng cho sức mạnh và bản chất của truyền thông đại chúng, là phương tiện truyền thông thiết yếu. Do vậy, nói đến truyền thông đại chúng, trước hết phải nói đến báo chí. Báo chí chiếm ưu thế trong việc hình thành và định hướng dư luận xã hội. Dư luận xã hội là thái độ, phản ứng của cộng đồng trước một sự kiện, hiện tượng nào đó. Vì vậy, dư luận xã hội cũng được coi là hiệu quả tức thì của truyền thông đại chúng. Dư luận xã hội tích cực sẽ dẫn đến các ổn định cho xã hội. Bởi lẽ từ "dư luận xã hội sẽ dần dần dẫn đến các hành vi xã hội rộng lớn, tạo sức ép thúc đẩy, tạo ra những khuôn khổ bắt buộc đối với việc nhận thức và giải quyết các vấn đề về chính trị, kinh tế văn hóa, xã hội. Ở một mức độ nhất định, dư luận xã hội có khả năng lôi kéo, dẫn dắt định hướng vận động các tiến trình xã hội" [4, tr.30].

Với sức tác động nhanh, lan tỏa và đồng loạt, báo chí có vị trí hàng đầu trong việc hình thành và chi phối dư luận xã hội. Sức mạnh của báo chí tác động vào đông đảo quần chúng, lôi kéo, giáo dục, thuyết phục đông đảo quần chúng tham gia giải quyết vấn đề kinh tế, xã hội đặt ra. Đối với truyền thông về an toàn vệ sinh thực phẩm, hiệu ứng và hiệu quả của báo chí có thể tạo ra những biểu hiện khác nhau. Nó có thể là những phản ứng tâm lý, trạng thái tình cảm, có thể là thói quen, cách ứng xử và cuối cùng là sự thay đổi, vận động thực tế trong đời sống xã hội dưới tác động của truyền thông đại chúng. Vì vậy, báo chí được xem là một trong những phương tiện cần thiết và hữu ích cho việc truyền thông về vấn đề ATTP.

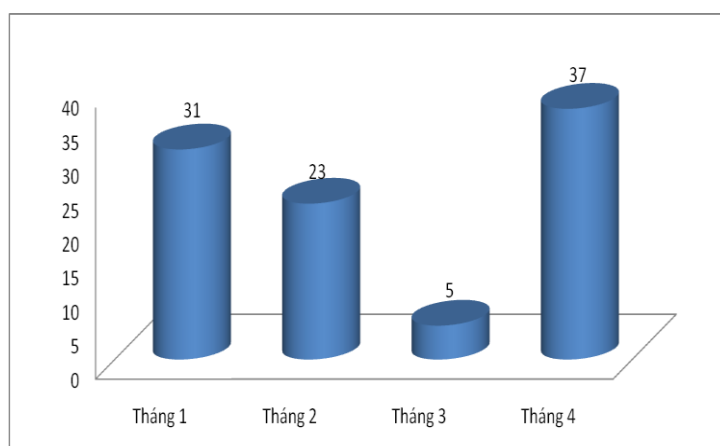
3. MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ TRUYỀN THÔNG AN TOÀN VỆ SINH THỰC PHẨM CỦA BÁO CHÍ VIỆT NAM

Luật An toàn thực phẩm đã được Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 7, thông qua ngày 17 tháng 6 năm 2010 và đã có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011. Luật An toàn thực phẩm đã đi vào đời sống gần 5 năm, nhưng cuộc chiến chống thực phẩm bẩn vẫn còn bế tắc. Trong cuộc chiến này, báo chí là một kênh rất quan trọng, nó trở thành công cụ đắc lực giúp các ngành chức năng tuyên truyền, đấu tranh chống lại tình trạng thực phẩm bẩn đang tràn lan trên thị trường hiện nay.

3.1. Báo chí cung cấp thông tin kịp thời hành vi vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm và phát hiện những biểu hiện tiêu cực trong nuôi trồng, chế biến, vận chuyển, tiêu thụ thực phẩm không đảm bảo an toàn, không đảm bảo chất lượng vệ sinh

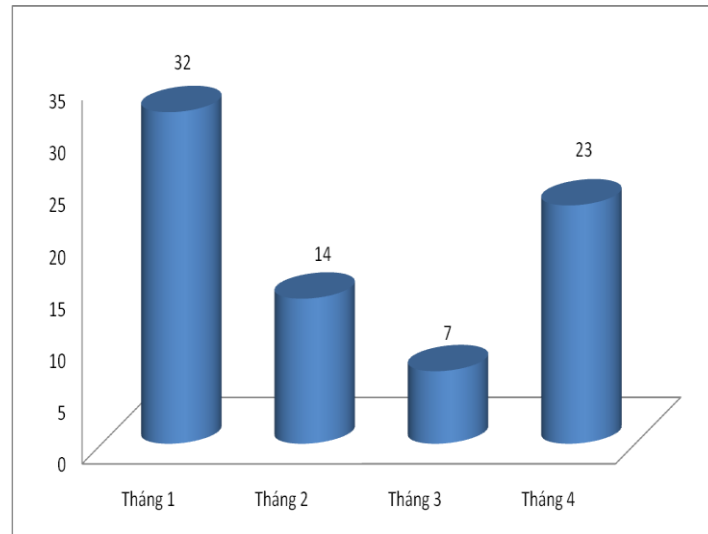
Những tháng đầu năm 2016 đã có hàng loạt vụ kinh doanh, tiêu thụ thực phẩm bẩn bị phanh phui, khiến dư luận phẫn nộ. Đa số là việc chế biến thực phẩm không đảm bảo vệ sinh, sử dụng hóa chất độc hại để chế biến thực phẩm, sử dụng chất cấm quá mức cho phép trong chăn nuôi... Hành vi vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm đang diễn ra khắp cả nước, với nhiều thủ thuật tinh vi để đánh lừa người tiêu dùng và sự kiểm tra của cơ quan chức năng. Mặc dù cơ quan chức năng đã nhiều lần ngăn chặn và xử lý nhiều vụ vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm, nhưng tình trạng vi phạm luật vẫn còn đang diễn ra phức tạp. Dư luận vô cùng bức xúc và hoang mang. Báo chí đã giúp cho công chúng nhìn thấy rõ các hành vi vi phạm, thấy rõ hậu quả của việc sử dụng thực phẩm bẩn.

Tính từ đầu năm 2016 đến nay, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm được phản ánh nhiều trên các báo, đặc biệt trong dịp Tết Nguyên đán Bính Thân 2016 và tháng *An toàn vệ sinh thực phẩm*. Khảo sát, thống kê báo *Thanh Niên* và *Vietnamnet* từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2016, chúng tôi nhận thấy số lượng tin, bài viết về vấn đề này là rất phổ biến. Dưới đây là các biểu đồ thống kê về tin, bài phản ánh về ATTP trên 2 tờ báo.



Biểu đồ 1. Số lượng tin, bài phản ánh về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm trên báo Thanh Niên từ 1/2016 đến tháng 4/2016

(Nguồn: Khảo sát trên báo Thanh Niên từ tháng 1/2016 đến 4/2016)



Biểu đồ 2. Số lượng tin, bài phản ánh về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm trên báo Vietnamnet từ 1/2016 đến tháng 4/2016

(Nguồn: Khảo sát trên báo Vietnamnet từ 1/2016 đến tháng 4/2016)

Từ 2 biểu đồ trên cho thấy tháng 1 và tháng 4 là các tháng mà báo *Thanh Niên* và báo *Vietnamnet* có số lượng tin, bài viết về chủ đề an toàn thực phẩm khá nhiều so với các tháng còn lại. Trường hợp báo *Thanh Niên* ở 4 tháng đầu năm 2016, trong 96 tin, bài phản ánh các đề tài về an toàn thực phẩm, tháng 1 có 31 tin, bài (chiếm 29,7%), tháng 4 có 34 tin, bài (35,5%). Ở báo *Vietnamnet* có 32 tin, bài được đăng ở tháng 1 (chiếm 24,3%), 23 tin, bài đăng ở tháng 4 (chiếm 17,4%). Bởi lẽ, trước Tết nhu cầu tiêu dùng tăng mạnh, đây cũng là thời gian nảy sinh nhiều biểu hiện tiêu cực trong sản xuất, chế biến, nuôi trồng, vận chuyển... các thực phẩm mất an toàn, không đảm bảo vệ sinh. Tháng 4 là tháng *An toàn thực phẩm* nên các tờ báo phải có nhiệm vụ trong việc phản ánh, tuyên truyền mọi vấn đề về ATTP. Qua theo dõi và khảo sát tờ báo *Thanh Niên* và *Vietnamnet*, chúng tôi thường xuyên bắt gặp các đề tài nóng về an toàn thực phẩm. Hàng loạt vụ phù phép, buôn bán, tiêu thụ thực phẩm bẩn bị phanh phui, trở thành nỗi ám ảnh đối với người dân. Người tiêu dùng hoang mang về thực phẩm bẩn từ khâu chăn nuôi, chế biến, bảo quản đến tiêu thụ, thậm chí đến bàn ăn của người dân. Đó là tình trạng nhiều loại rau, củ, quả cho đến lúa gạo bị tồn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, hàm lượng nitrat... ở mức đáng ngại, sử dụng chất cấm trong chăn nuôi, trộn hóa chất, hóa phẩm, phụ gia vào thức ăn, nước uống, đồ uống giải khát "bẩn", quy trình sản xuất không bảo đảm an toàn... Đặc biệt vào thời điểm trước Tết và tháng *An toàn vệ sinh thực phẩm*, hầu hết các báo đưa tin về thực phẩm bẩn, rau, măng chua, cá, thịt... đều bị "tắm" thuốc, chất tạo nạc. Đề tài về gia súc, gia cầm bẩn được phản ánh rất nhiều trên các trang báo. Phần lớn là những thông tin về bắt giữ gia súc không được kiểm dịch, không rõ nguồn gốc, thậm chí thịt ôi, thối, thịt giả, thịt ngâm hóa chất, sử dụng chất cấm và lạm dụng kháng sinh trong chăn nuôi gia súc,... Người làm báo và người dân lên án nhiều trường hợp sử dụng Salbutamol đối với gia súc, đây là chất bị cấm dùng trong chăn nuôi từ năm 2014. Nhưng người chăn nuôi lại dùng nó trộn vào thức ăn để làm chất tạo nạc, nếu

người tiêu dùng ăn phải thịt này có nguy cơ bị ung thư, ảnh hưởng nghiêm trọng đối với sức khỏe. Nhiều bài viết về hóa chất, hóa phẩm, phụ gia và quy trình sản xuất không hợp vệ sinh cũng được chú trọng. Điển hình là hóa chất ngậm mangan và đưa cải được tẩm chất vàng ô. Đây là chất màu tổng hợp, được sử dụng trong công nghiệp để nhuộm vải, giấy, gỗ... và dùng trong xây dựng làm màu sơn quét tường. Khi chất vàng ô tồn dư trong thức ăn sẽ gây ra ngộ độc cấp tính cho con người như méo miệng, phù nề, viêm nhiễm, mắt không khép được, liệt cơ; gây rối loạn nhịp tim, run cơ, co thắt phế quản, tăng huyết áp và nguy cơ sảy thai.

Nhờ vào việc thông tin kịp thời và toàn diện, báo chí đã giúp cho người tiêu dùng biết về các biểu hiện vi phạm an toàn thực phẩm ngày càng gia tăng, các vụ việc vi phạm ngày càng tinh vi và đáng báo động. Không những vậy, nhiều chương trình truyền hình còn giúp cho người dân tận mắt chứng kiến những hành vi "tội ác" như: tưới rau muống bằng dầu nhớt, làm ruốc bằng thuốc nhuộm, biến thịt ôi thiu thành thịt tươi, giả rau "sạch" để đưa vào siêu thị... Hưởng ứng Tháng *An toàn vệ sinh thực phẩm* của năm 2016, ngày 1 tháng 4, tại thành phố Hồ Chí Minh, Đài truyền hình Việt Nam cũng đã ra mắt chương trình "*Nói không với thực phẩm bẩn*". Đây là chương trình được phát cố định vào 2 khung giờ là 7 giờ 30 và 20 giờ 30 từ thứ hai đến thứ sáu hàng tuần trên kênh VTV1 và phát lại trên kênh VTV8 và VTV9. Chương trình chuyển tới khán giả những phóng sự phản ánh rõ nét những loại thực phẩm bẩn, thực trạng tại các cơ sở sản xuất không giấy phép, làm giả thực phẩm theo tìm hiểu, điều tra riêng của các phóng viên; chương trình phản ánh các câu chuyện được khán giả cung cấp qua đường dây nóng hoặc trên trang Fanpage (đã được ê-kíp chọn lọc và xác thực) về các cơ sở sản xuất nghi làm bẩn, làm giả. Bên cạnh đó, đây còn là địa chỉ tương tác của khán giả với những người làm chương trình bằng nhiều hình thức khác nhau.

3.2. Báo chí thông tin về việc xử lý vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm, từ đó tuyên truyền sâu rộng người dân tuân thủ các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm

Để phát hiện các vụ việc sai phạm, báo chí đã phối hợp với cơ quan chức năng vạch trần các hành vi vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm. Nhờ việc thông tin kịp thời, nhiều vụ sai phạm đã được xử lý, ngăn chặn nhiều nguồn thực phẩm bẩn chuyển đến với người tiêu dùng.

Tin "*Thu hồi sản phẩm café Phô-Cà phê sữa đá vi phạm quy định an toàn*" (báo *Vietnamnet*, ngày 31/3/2016) là ví dụ về việc xử lý vi phạm ATTP. Nội dung tin phản ánh công ty TNHH FES (Việt Nam), địa chỉ tại số 11, đường số 8, KCN Việt Nam – Singapore, Thuận An, Bình Dương đã sản xuất, bán ra thị trường 02 lô sản phẩm thực phẩm Maccoffee café Phô - Cà phê sữa đá (lô sản xuất ngày 09/12/2015 và 10/12/2015) không phù hợp quy chuẩn kỹ thuật/quy định an toàn thực phẩm. Mức tiền phạt là 200.000.000 đồng.

Tin không chỉ đăng các thông tin về địa chỉ của công ty, ngày sản xuất để độc giả nhận biết mà còn kèm theo hình ảnh sản phẩm của cà phê sữa Maccoffee café Phô. Hệ quả của tin không chỉ ở việc giúp cho công chúng phát hiện mặt hàng này không đảm bảo chất lượng mà còn dẫn đến việc người tiêu dùng ngưng sử dụng sản phẩm.

Ngoài ra, nhiều người tiêu dùng rất đồng tình với việc xử lý các trường hợp "gian lận" thông qua các bài viết như "Bị phạt 50 triệu đồng vì biến thịt trâu thành thịt bò Việt" (báo *Tuổi Trẻ online*, ngày 12/2/2016), "Giết mổ heo không phép, ba cơ sở bị phạt nặng" (báo *Tuổi Trẻ online*, ngày 25/2/2016), "Hà Nội: Một đêm CSGT bắt 3 xe thực phẩm bẩn" (báo *Vietnamnet*, ngày 25/4/2016), "Tiêu hủy 80 con heo mắc VietGap ăn chất sabutamol" (báo *Vietnamnet*, ngày 27/4/2016),...

Việc thông tin về các mức độ xử phạt đối với các trường hợp vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm là cách để giáo dục, cảnh báo đối với những người sản xuất, buôn bán, vận chuyển thực phẩm "bẩn". Vì vậy, việc đăng tải thông tin về xử lý vi phạm trên báo chí là vô cùng cần thiết, nhằm giúp công chúng hiểu rõ các quy định luật pháp và phần nào cảnh tỉnh người dân. Ngoài ra, các trường hợp phát hiện vi phạm và kết quả xử lý vi phạm đã và đang công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng là kênh thông tin hữu ích, giúp người tiêu dùng tránh sử dụng sản phẩm không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

3.3. Báo chí có vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin và định hướng tiêu dùng sản phẩm an toàn thông qua việc hướng dẫn, chỉ dẫn và tư vấn cho người tiêu dùng

"Chỉ dẫn" theo *Từ điển tiếng Việt* nghĩa là chỉ bảo cặn kẽ, cho biết một cách cụ thể cách làm việc gì [5, tr.153]. Chỉ dẫn cũng là chỉ bảo đường hướng, phương hướng, cách thức tiến hành công việc một cách cặn kẽ. Chỉ dẫn trong tiếng Anh là "Introduction", nghĩa là hướng dẫn, cung cấp. Chỉ dẫn trên báo chí là hình thức truyền tải thông tin đặc biệt, là hình thức cung cấp thông tin bằng cách trang bị kiến thức và phương hướng cho người đọc nhằm giúp đỡ, hỗ trợ họ tiến hành giải quyết hiệu quả một công việc nào đó. Đối với các bài báo, bên cạnh việc đưa tin người làm báo cần phải tìm kiếm, trao đổi thông tin có tính định hướng, gợi ý suy nghĩ, hành động cho công chúng nhằm giúp công chúng giải quyết một vấn đề nhất định.

Thông tin chỉ dẫn về an toàn vệ sinh thực phẩm có vai trò vô cùng quan trọng đối với công chúng. Thông tin chỉ dẫn cung cấp thêm nhiều kiến thức liên quan đến cách phòng, tránh sử dụng thực phẩm bẩn và hướng dẫn cho công chúng biết cách lựa chọn thực phẩm an toàn. Chẳng hạn như: Hướng dẫn cách nhận biết thịt bò thật - giả, nhận biết thịt lợn tăng trọng, có chất tạo nạc, các bước rửa sạch hoàn toàn thuốc trừ sâu trên rau củ, cách bảo quản thực phẩm, cách tẩy hóa chất ngấm măng trong ngày Tết,...

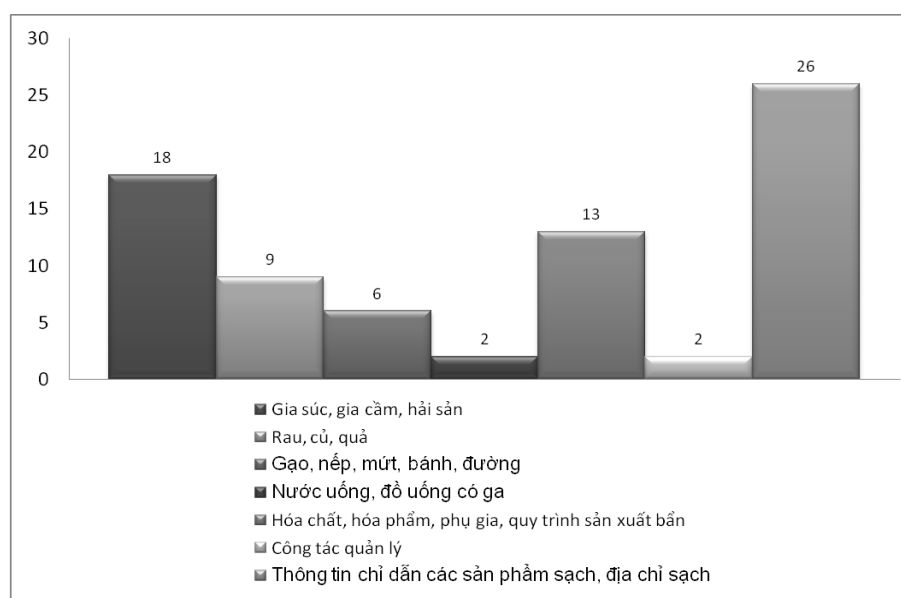
Hiện nay, bên cạnh việc cung cấp cho công chúng những thông tin về thực phẩm sạch, đảm bảo chất lượng và an toàn, báo chí còn lồng ghép các thông tin chỉ dẫn giúp công chúng lựa chọn đúng thực phẩm an toàn, tránh các thực phẩm không đảm bảo.

Hàng loạt các tin bài hướng dẫn, tư vấn thực hiện ATTP được đăng tải cho thấy sự quan tâm của báo chí đối với nhu cầu của độc giả - người tiêu dùng. Dưới đây là thống kê về số lượng tin, bài về ATTP theo từng nội dung phản ánh ở báo *Vietnamnet*.

Bảng 1. Số lượng và tỷ lệ các tin, bài phản ánh về an toàn vệ sinh thực phẩm theo chủ đề từ 1/2016 đến 4/2016 trên báo Vietnamnet

Chủ đề về vi phạm ATVSTP	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Gia súc, gia cầm, hải sản	18	23,68
Rau, củ, quả	9	11,84
Gạo, nếp, mứt, bánh, đường	6	7,89
Nước uống, đồ uống có ga	2	2,63
Hóa chất, hóa phẩm, phụ gia, quy trình sản xuất bản	13	17,10
Công tác quản lý	2	2,63
Thông tin chỉ dẫn các sản phẩm sạch, địa chỉ sạch	26	34,21
Tổng cộng	76	100

(Nguồn: Khảo sát trên báo Vietnamnet từ 1/2016 đến tháng 4/2016)



Biểu đồ 3. Số lượng tin, bài phân bố theo nội dung trên báo Vietnamnet từ 1/2016 đến 4/2016

(Nguồn: Khảo sát trên báo Vietnamnet từ 1/2016 đến tháng 4/2016)

Từ bảng 3.1 và biểu đồ 3.3, chúng ta có nhận thấy thông tin chỉ dẫn cũng được báo Vietnamnet ưu tiên. Trong 4 tháng đầu năm 2016 có 26 tin, bài trong tổng số 76 tin, bài (chiếm 19,7 %) có sử dụng thông tin chỉ dẫn.

Nhiều bài báo về vấn đề vệ sinh ATTP có vai trò "cảnh báo" cho người tiêu dùng, giúp họ cân trọng trong việc lựa chọn thực phẩm. Bài viết "Bí quyết chọn thực phẩm chống ung thư của bà mẹ thông thái" (báo Vietnamnet, ngày 1/4/2016) có đoạn "Chọn rau củ theo mùa, xuất xứ tại địa phương, không ham của ngon vật lạ trái mùa là nguyên tắc chọn thực phẩm của người tiêu dùng thông thái". Một số bài viết còn cung cấp cho người đọc về các kiến thức cơ bản liên quan đến ngộ độc do ăn phải rau "tắm thuốc trừ sâu" (bài "Mẹo hay tránh ngay rau "ngậm" hóa chất", báo Vietnamnet, ngày 5/4/2016), hướng dẫn chọn mua gạo sạch (bài "Làm sao để lựa

chọn được gạo an toàn, báo *Thanh Niên*, ngày 22/1/2016), tư vấn, chỉ dẫn địa chỉ mua thịt sạch (bài "Mua thịt sạch ở đâu?", báo *Thanh Niên*, ngày 21/1/2016)... Nhờ những thông tin tư vấn, hướng dẫn, người dân biết về mối nguy hiểm đối với sức khỏe khi sử dụng thực phẩm bẩn, không rõ nguồn gốc xuất xứ. Họ cũng biết cách lựa chọn thực phẩm, bảo quản thực phẩm an toàn nhờ các ý kiến chuyên gia chỉ dẫn trong nhiều bài viết.

3.4. Báo chí góp phần nâng cao ý thức của người dân, thay đổi nhận thức và hành vi của người sản xuất và người tiêu dùng

Hiệu quả của truyền thông là làm thay đổi nhận thức và cải biến hành vi của công chúng. Các phương tiện truyền thông đại chúng chiếm ưu thế trong việc hình thành và tạo dư luận xã hội. Truyền thông đại chúng tác động vào đông đảo công chúng không chỉ nhằm thông tin, chia sẻ mà còn lôi kéo, thuyết phục và tổ chức đông đảo nhân dân tham gia giải quyết các vấn đề nào đó. Hiệu quả đó được đánh giá qua dư luận xã hội và sự tiếp nhận của công chúng, từ đó có những thay đổi trong hành vi, ứng xử của công chúng.

Trong thực tế, báo chí đã tạo ra những hiệu quả nhất định trong hoạt động truyền thông đối với một số vấn đề có tính chất cấp thiết của đất nước. Đơn cử trường hợp quy định về đội mũ bảo hiểm cách đây gần 10 năm. Ngày 29/3/2007, tại Hà Nội, Quỹ Phòng chống Thương vong châu Á (AIPF) phối hợp với Ủy ban An toàn giao thông Quốc gia phát động chiến dịch "Đội mũ bảo hiểm" trên phạm vi toàn quốc nhằm nâng cao ý thức cộng đồng và giảm thiểu thương vong gây ra bởi tai nạn giao thông. Sau khi chiến dịch được phát động, người tham gia giao thông cũng đã nhận thức được việc đội mũ bảo hiểm là an toàn cho bản thân, gia đình và giảm gánh nặng cho xã hội. Thành công của chiến dịch đội mũ bảo hiểm trên toàn quốc đã có sự tham gia tuyên truyền tích cực của các cơ quan thông tấn báo chí. Điều này khẳng định báo chí đã góp phần đẩy mạnh nhận thức của người tham gia giao thông.

Đối với việc truyền thông về vấn đề ATTP, báo chí cũng đã và đang góp phần nâng cao nhận thức của công chúng, từ đó thay đổi thái độ và hành vi của họ, đặc biệt là người tiêu dùng. Thực tế, nhiều người dân đã "tẩy chay" một số sản phẩm "bẩn", thậm chí có người phát ngôn "phải tự bảo vệ mình thôi" như sau: *"Nói một cách chua chát nhưng phải tự bảo vệ mình thôi. Có trông cho được một mớ rau sạch mà ăn hằng ngày. Hạn chế ăn uống bên ngoài và hết sức chăm lo bảo vệ sức khỏe. Tìm những bài tập phù hợp, uống một số loại thảo dược để thải độc tố cho cơ thể... Bởi bây giờ nhìn đâu cũng thấy hóa chất độc hại nên tôi đành phải làm thế"* (trích ý kiến của Văn Hải, mục "Tôi có ý kiến", trang 9, báo *Thanh Niên*, ngày 8/4/2016).

Nhiều độc giả đã phản ứng quyết liệt sau khi đọc bài viết "Khó kiểm soát được chất cấm" đăng trên báo *Thanh Niên* số ra ngày 13/4/2016 bằng việc đề nghị phải kiểm soát được chất cấm, cần tuyên chiến với những "kẻ giết người không gươm dao", phải tham gia công tác chống lại cái ác, nhất là cái ác trong thực phẩm... Một độc giả đã phải thốt lên rằng: *"Chất tạo nạc salbutamol có thể làm vô sinh, cơ thể kháng thuốc, ung thư... Đó là những hệ lụy hết sức kinh khủng mà người tiêu dùng sẽ gặp phải. Tôi thực sự thấy e ngại trước vấn nạn người chăn nuôi vô lương tâm đưa chất cấm vào trong heo để rồi đầu độc đồng bào của mình. Tôi kêu gọi lương*

tâm của những ai đang sử dụng chất cấm trong chăn nuôi. Xin hãy dừng lại, đừng gieo rắc thêm tội lỗi khi sát hại đồng loại của mình chỉ vì chút lợi nhuận" (trích bài viết "Phải kiểm soát cho bằng được", báo Thanh Niên, ngày 14/4/2016).

Có người còn chia sẻ các ý kiến của chuyên gia hoặc kinh nghiệm của mình cho người khác về cách nhận biết thịt bản, thịt giả, thịt có sử dụng chất tạo nạc thông qua báo chí hoặc trong thực tế đời sống.

Phải khẳng định rằng, báo chí đã vào cuộc tích cực, thông tin đầy đủ, toàn diện, tuyên truyền vận động các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp thay đổi tư duy, nhận thức rõ về vấn đề bảo đảm ATTP. Báo chí giúp xây dựng một nền sản xuất bền vững, một nguồn cung cấp thực phẩm an toàn. Ngoài ra, những trang báo, bài viết cũng chính là những đề nghị, yêu cầu các chức năng kiên quyết ngăn chặn các biểu hiện vi phạm ATTP. Qua những bức tranh phản ánh đa chiều và đa dạng về thực phẩm thiếu an toàn, báo chí là kênh chuyển tải ý kiến bức xúc của người dân đến các cơ quan chức năng. Bằng chứng là các cơ quan chức năng đã có những quy định chặt chẽ, những khung hình phạt để răn đe, ngăn chặn các hành vi vi phạm ngày càng gia tăng. Cụ thể vào ngày 23/3/2016, Cục Quản lý Dược thuộc Bộ Y tế đã đề xuất bổ sung salbutamol vào danh mục "thuốc phải kiểm soát đặc biệt" trong luật Dược sửa đổi. Bên cạnh đó, từ 1/7/2016, Bộ Luật Hình sự sửa đổi có hiệu lực thi hành, sẽ áp dụng mức xử phạt "mạnh tay" và mang tính răn đe đối với hành vi vi phạm an toàn thực phẩm. Cơ sở sản xuất, kinh doanh sử dụng chất vàng ô hoặc phẩm màu, phụ gia,... không được phép sử dụng trong thực phẩm sẽ bị xử lý nghiêm theo quy định xử phạt vi phạm hành chính về an toàn thực phẩm và truy cứu hình sự (trích bài "Truy cứu hình sự người cho vàng ô vào thực phẩm", báo Vietnamnet, ngày 14/4/2016).

4. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Trách nhiệm xã hội của một cơ quan báo chí thể hiện ở việc phản ánh sự thật, xây dựng niềm tin của công chúng và tìm kiếm sự đồng tình của người đọc, người xem, đặc biệt trong một số trường hợp, báo chí còn có nhiệm vụ quan trọng bảo vệ người tiêu dùng thực phẩm bằng các thông tin tư vấn, đăng tải thông tin phản hồi của độc giả, trích dẫn ý kiến chuyên gia... Công chúng tin ở báo chí vì họ không có điều kiện đến tận nơi sự kiện xảy ra, không thể điều tra hay thẩm định sự kiện, nguồn tin. Do đó, công chúng ủy quyền cho cơ quan báo chí và đó là trách nhiệm xã hội to lớn và nghĩa vụ, đạo đức mà báo chí phải tuân thủ khi thông tin, phản ánh, tuyên truyền về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm. Để phát huy vai trò của mình trong việc truyền thông đối với vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm, theo chúng tôi, báo chí cần tăng cường hơn nữa trách nhiệm của mình đối với phản ánh, tuyên truyền vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm. Các trách nhiệm cụ thể như sau:

Một là, các cơ quan báo chí cần đưa tin kịp thời kết hợp với tính xác thực của thông tin về an toàn vệ sinh thực phẩm.

Có thể thấy, để truyền tải các thông tin về ATTP các nhà báo nên cẩn trọng khi tìm hiểu sự việc và đưa tin. Đối với việc thông tin, phản ánh một vấn đề nhạy cảm như các biểu hiện vi phạm an toàn thực phẩm, phóng viên, nhà báo phải kiểm chứng kỹ càng các thông tin về thực phẩm bản, bởi bất kỳ sai sót thông tin nào đều tạo ra tâm lý không tốt cho người tiêu dùng, ảnh hưởng tới dư luận xã hội và uy tín của các tổ chức. Thông tin về ATTP không chỉ gây hoang mang cho người tiêu dùng mà còn ảnh hưởng đến người sản xuất, kinh doanh thực phẩm, thậm chí ảnh hưởng đến nền kinh tế của đất nước. Vì vậy, bất kỳ thông tin nào về ATTP phải chính xác, khách quan, nếu không hệ lụy của việc đưa tin sai sự thật là khó kiểm soát được.

Hai là, các bài viết cần tăng thông tin chỉ dẫn, hướng dẫn để người tiêu dùng tìm đến các địa chỉ "sạch".

Báo chí một mặt phải có nhiệm vụ phản ánh những vụ việc, đường dây buôn bán, vận chuyển thực phẩm bản, những hành động vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm, "lập" một bản danh sách những địa điểm các đơn vị tổ chức kinh doanh có dấu hiệu vi phạm về vệ sinh an toàn thực phẩm, mặt khác cần phải tìm ra những địa chỉ "sạch", những danh sách "trắng" thông qua thông tin chỉ dẫn để người tiêu dùng tìm đến. Nghĩa là, báo chí cần thiết phải tuyên truyền, thông tin về sản phẩm tốt, địa chỉ an toàn, đáng tin cậy; cần nói được cả hai mặt tốt và không tốt trên thị trường sản xuất và tiêu dùng hiện nay, để có thể lành mạnh hóa lượng thông tin truyền thông trên báo chí.

Cần phải nói thêm rằng, bên cạnh những thông tin về các biểu hiện vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm, người dân vẫn cần các chỉ dẫn, hướng dẫn và tư vấn hoặc các định hướng của các chuyên gia. Ngoài những bài viết có thông tin, những bài viết có giá trị về kiến thức vẫn rất cần thiết cho công chúng. Cuối cùng, những câu hỏi mà công chúng muốn các cơ quan báo chí giúp họ trả lời đó là: ăn ở đâu, mua ở đâu, làm sao nhận biết được sản phẩm bản và sạch...

Ba là, báo chí cần có sự phối hợp với các cơ quan quản lý và cơ quan chức năng để kịp thời thông tin và tuyên truyền, vận động mọi người dân tuân thủ các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm.

Không thể phủ nhận báo chí là công cụ truyền thông hữu hiệu trong lĩnh vực ATTP. Việc phối hợp giữa báo chí và cơ quan quản lý, nếu được thực hiện tốt sẽ mang lại hiệu quả tích cực tới người dân. Báo chí là kênh truyền thông đặc biệt trong công cuộc tuyên truyền, vận động người dân tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm. Bởi đây là phương tiện truyền tải thông điệp có uy tín, có sức thu hút, đáng tin cậy và có khả năng tạo ra những tác động mạnh mẽ và lâu dài. An toàn thực phẩm là vấn đề lớn và không thể giải quyết được bằng những khẩu hiệu. Các cơ quan chức năng cần làm hết trách nhiệm, phối hợp với nhau một cách đồng bộ, trong đó cần thiết phải có sự phối hợp với các phương tiện truyền thông đại chúng.

Việc phối hợp đồng bộ, thường xuyên giữa báo chí với cơ quan chức năng không chỉ giúp thông tin chính xác, kịp thời, đạt hiệu quả mà còn tránh những nguồn tin một chiều, không chính thống gây hoang mang dư luận, gây mất lòng tin đối với người tiêu dùng.

Bản thân các cơ quan chức năng cần chủ động phối hợp với báo chí để tránh được những bài viết "ngoài luồng", tránh những thông tin gây thiệt hại kinh tế cho người sản xuất. Các cơ quan chức năng cũng có thể tổ chức họp báo định kỳ để cung cấp thông tin, qua báo chí để hướng dẫn và định hướng dư luận đối với người tiêu dùng một cách đúng đắn.

Bốn là, các cơ quan báo chí cần mở rộng mạng lưới cộng tác viên, mở hộp thư, đường dây nóng chỉ dành riêng cho việc phản ánh, tố giác những vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm.

Mạng lưới cộng tác viên, hộp thư, đường dây nóng... là những "cánh tay" nối dài của các cơ quan báo chí. Đây là nguồn tin rất quan trọng và phong phú cho các tờ báo, đài phát thanh, truyền hình. Đồng thời, đây cũng là kênh phản hồi tốt đối với cơ quan báo chí cũng như các cơ quan chức năng. Thông qua hộp thư, đường dây nóng, các cơ quan báo chí có thể lắng nghe ý kiến người tiêu dùng, là cách để tạo nên sự tương tác giữa cơ quan báo chí với bạn đọc. Báo chí không chỉ cung cấp thông tin mà còn lôi kéo độc giả tham gia phản hồi, cộng tác và tương tác với cơ quan báo chí một cách chủ động và tích cực.

Năm là, tăng cường tuyên truyền các quy định pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm thông qua các chương trình truyền hình, các chuyên mục, các tiểu phẩm.

Đối với người sản xuất, kinh doanh thực phẩm, cần phải được tuyên truyền, phổ biến các quy định pháp luật để thực hiện đúng ATTP, nâng cao ý thức, đạo đức trong sản xuất, kinh doanh thực phẩm. Việc tuyên truyền, giáo dục ý thức thông qua báo chí có thể bằng cách lồng ghép vào sản phẩm báo chí, chương trình truyền hình hoặc các chuyên mục trên báo và tạp chí.

Hiện nay, nhiều đài truyền hình địa phương và đài truyền hình trung ương đã và đang duy trì các chuyên mục để tuyên truyền một số quy định mà các văn bản quy phạm pháp luật đến với người dân. Có thể kể đến một vài chương trình truyền hình như "Chuyện không chỉ của riêng ai" (Phát sóng lúc 20 giờ mỗi tối thứ năm hàng tuần trên kênh HTV 7), "Tôi yêu Việt Nam" (phát sóng trên kênh VTV3)..., chuyên mục "Pháp luật và đời sống", "Hộp thư bạn nghe đài", "Hộp thư khán thính giả", "Hộp thư bạn xem đài",... của một số đài địa phương, mục "Bạn đọc viết", "Tôi có ý kiến"... (ở một số tờ báo in). Thông qua các tình huống, tiểu phẩm, một số văn bản quy phạm pháp luật đến gần với người dân hơn bằng cách lồng ghép qua các câu chuyện, clip truyền hình. Đây là cách tuyên truyền pháp luật một cách nhẹ nhàng và hiệu quả, thu hút lượng khán giả đáng kể. Tuy nhiên, qua theo dõi, chúng tôi nhận thấy việc tuyên truyền luật An toàn thực phẩm đến với người sản xuất và người tiêu dùng vẫn còn hạn chế. Chương trình "Chuyện không của riêng ai" là chương trình kết hợp và lồng ghép giữa những kiến thức về pháp luật với những tiểu phẩm mang tính chất giải trí, nhưng cũng chỉ phổ biến một số kiến thức về Luật đất đai, Luật Hôn nhân và gia đình, Luật Lao động,... Các tiểu phẩm tuyên truyền về Luật An toàn thực phẩm vẫn còn ít được xây dựng trong chương trình này. Mới đây, Đài Truyền hình Việt Nam đã phát sóng chương trình "Nói không với thực phẩm bẩn" là một nỗ lực không ngừng nghỉ cho cuộc chiến đấu tranh với thực phẩm mất vệ sinh. Nhiều người đồng tình với cách làm của Đài Truyền hình Việt Nam là cuối chương trình trình chiếu danh sách các cơ sở sản xuất không đảm bảo vệ sinh, không giấy phép hoặc bị xử phạt với các hình thức và mức

phạt khác nhau. Tuy nhiên, trong cuộc chiến "nói không với thực phẩm bẩn", cần phải có sự tuyên truyền pháp luật về an toàn vệ sinh thực phẩm đối với người sản xuất (cũng là người xem đài) để cuộc chiến đạt hiệu quả cao hơn, đó cũng chính là cái gốc của cuộc vận động và truyền thông của báo chí.

Vệ sinh an toàn thực phẩm là vấn đề có tầm quan trọng đặc biệt đối với mỗi quốc gia, nó không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của con người, đến sự phát triển giống nòi từ thế hệ này đến thế hệ khác mà còn ảnh hưởng đến kinh tế, phát triển du lịch và uy tín của quốc gia. Có thể nói, chưa bao giờ vấn đề thực phẩm bẩn, thực phẩm không an toàn lại được người tiêu dùng quan tâm như hiện nay. Vì vậy, truyền thông về an toàn vệ sinh thực phẩm là công việc cần thiết đối với toàn Đảng, toàn dân và toàn xã hội, trong đó báo chí đóng vai trò quan trọng.

Đối với vấn đề "nóng" về an toàn vệ sinh thực phẩm như hiện nay, các tờ báo in, các trang báo mạng điện tử uy tín, các bản tin phát thanh, truyền hình đã tham gia tích cực vào quá trình thông tin, phản ánh và truyền thông. Nhiều tác giả đã đưa lên mặt báo nhiều sự việc, nhiều cảnh báo tới người kinh doanh và người tiêu dùng thực phẩm. Trách nhiệm và nghĩa vụ của báo chí đối với truyền thông về an toàn vệ sinh thực phẩm một phần là thông tin, chia sẻ nhằm mở rộng sự hiểu biết về kiến thức, thay đổi nhận thức, mặt khác là thuyết phục và tập hợp lực lượng đông đảo quần chúng nhân dân tham gia vào giải quyết "vấn nạn" vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm đang báo động như hiện nay. Để làm được điều đó, báo chí cần năng động, tích cực hơn, thậm chí phải phối hợp chặt chẽ hơn với các cơ quan chức năng để "tiếng nói" và diễn đàn đạt hiệu quả cao, tiến đến những thay đổi theo chiều hướng tích cực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2012). *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [2]. Nguyễn Văn Dũng (2013). *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
- [3]. Quốc hội (2010). *Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12*, Website:
http://www.moj.gov.vn/vbpq/lists/vn%20bn%20php%20lut/view_detail.aspx?itemid=25606
- [4]. Tạ Ngọc Tấn (2001). *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5]. Viện Ngôn ngữ học (2004). *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Trung tâm Từ điển học, Hà Nội - Đà Nẵng.

RESPONSIBILITY OF THE PRESS TO THE COMMUNICATION ON FOOD SAFETY: PRACTICE AND RECOMMENDATIONS

Hoang Le Thuy Nga

Department of Journalism and Communications, Hue University College of Sciences

Email: hoanglethuynga@gmail.com

ABSTRACT

Nowadays, hygiene and food safety is one of the hot issues in society. Hence, the responsibility of press is to raise the awareness and to change the community's actions, in obeying the regulations of food safety. The article draws the contribution of press for finding wrongdoings in the food safety, providing information on handling the food safety violation, and propagandizing the public to comply the food safety regulations through consultancy, introduction, and guidance. Consequently, the article proposes a number of recommendations on the responsibility of press for food safety advocacy such as promptly informing exactly; enhancing the information guidance; expanding the volunteer networks and hotlines to reflect the violation; coordinating with the relevant authorities as well as supplementing programs on the law propaganda on food safety

Keywords: *Hygiene and food safety, Food safety communication, Press responsibility.*

