

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

**Vũ Hồng Thúy**

**BÁO CHÍ VỚI VẤN ĐỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA**

**LUẬN ÁN TIẾN SỸ BÁO CHÍ HỌC**

**Hà Nội – 2023**

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

**Vũ Hồng Thúy**

**BÁO CHÍ VỚI VẤN ĐỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA**

Chuyên ngành: Báo chí học  
Mã số: 9320101.01

**LUẬN ÁN TIẾN SỸ BÁO CHÍ HỌC**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**  
1. PGS.TS Đặng Thị Thu Hương  
2. TS. Phạm Hải Chung

**Hà Nội – 2023**

## **Lời cam đoan**

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi, dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS. Đặng Thị Thu Hương và TS. Phạm Hải Chung. Các số liệu thống kê, kết quả nghiên cứu, phát hiện mới của luận án là trung thực và chưa từng được tác giả nào khác công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu khoa học nào trước đây.

**Tác giả luận án**

**Vũ Hồng Thuý**

## **Lời cảm ơn**

Trong quá trình thực hiện đề tài “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia” tôi đã nhận được sự giúp đỡ, hỗ trợ nhiệt tình của các cấp lãnh đạo, các nhà khoa học, các thầy cô giáo, bạn bè, đồng nghiệp.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ, tạo điều kiện của Tập thể lãnh đạo, các nhà khoa học, cán bộ, giảng viên, chuyên viên của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội; tập thể lãnh đạo, cán bộ, giảng viên Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông; cán bộ, giảng viên các phòng, ban chức năng của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với PGS.TS. Đặng Thị Thu Hương – người đã dìu dắt tôi từ những ngày đầu tiên rời ghế phổ thông trung học, bước chân vào giảng đường đại học, và đã luôn dõi theo tôi suốt chặng đường học tập, trưởng thành với một tình cảm ấm áp. PGS.TS. Đặng Thị Thu Hương không chỉ tận tình giúp đỡ, chỉ bảo tôi hoàn thành Luận án này mà còn luôn động viên tôi vững tin, nghị lực trong cuộc sống.

Tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với Ts. Phạm Hải Chung, người đã cùng với PGS.TS Đặng Thị Thu Hương tận tình hướng dẫn tôi hoàn thành Luận án này.

Tôi xin chân thành cảm ơn gia đình, cơ quan, bạn bè, đồng nghiệp của tôi đã luôn giúp đỡ, động viên, khích lệ, tạo điều kiện cho tôi trong suốt quá trình tôi hoàn thiện Luận án!

**TÁC GIẢ LUẬN ÁN**

**Vũ Hồng Thuý**

## Mục lục

Lời cam đoan.....	
Lời cảm ơn .....	
Mục lục.....	1
Danh mục các ký hiệu và chữ viết tắt .....	5
Danh mục bảng, hình minh họa .....	6
Danh mục biểu đồ .....	7
MỞ ĐẦU.....	8
1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu .....	8
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.....	9
2.1. Mục đích nghiên cứu .....	9
2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu.....	10
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	10
3.1. Đối tượng nghiên cứu .....	10
3.2. Phạm vi nghiên cứu .....	10
4. Phương pháp nghiên cứu.....	11
4.1. Phương pháp luận .....	11
4.2. Phương pháp nghiên cứu cụ thể: .....	12
5. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu.....	13
5.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	13
5.2. Giả thuyết nghiên cứu.....	14
6. Điểm mới của luận án .....	14
7. Đóng góp của Luận án .....	14
8. Kết cấu của Luận án.....	15
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU .....	16
1.1. Tình hình nghiên cứu ngoài nước .....	16
1.1.1. Những nghiên cứu về mối quan hệ giữa truyền thông và chính sách .....	16
1.1.2. Nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia .....	19
1.1.3. Nghiên cứu về báo chí với các vấn đề khác liên quan đến rượu, bia .....	20
1.2. Những nghiên cứu tiêu biểu trong nước .....	29
1.2.1. Những nghiên cứu về truyền thông chính sách .....	29
1.2.2. Những nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia .....	39
1.3. Đánh giá chung và những điểm cần giải quyết trong luận án .....	44

1.3.1. Những kết quả đã đạt được từ các nghiên cứu đã công bố trong và ngoài nước .....	44
1.3.2. Những điểm hạn chế trong các nghiên cứu đã công bố .....	46
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1.....	48
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI VẤN ĐỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA .....	49
2.1. Các thuật ngữ cơ bản .....	49
2.1.1. Khái niệm “Báo chí” .....	49
2.1.2. Khái niệm “rượu”, “bia”, “sử dụng rượu, bia ở mức độ có hại” .....	51
2.1.3. Khái niệm “Truyền thông chính sách” .....	54
2.2. Truyền thông chính sách qua góc nhìn lý thuyết.....	56
2.2.1. Thuyết Thiết lập chương trình nghị sự (Agenda setting) .....	57
2.2.2. Thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications) .....	60
2.2.3. Thuyết Mũi kim tiêm.....	63
2.2.4. Mô hình truyền thông 2 chiều của Shannon và Weaver.....	64
2.3. Quan điểm của Đảng, Nhà nước về tác hại của rượu, bia và vai trò của báo chí trong lĩnh vực này .....	68
2.4. Nội dung, hình thức, tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động truyền thông chính sách .....	75
2.4.1. Về nội dung .....	76
2.4.2. Về hình thức .....	79
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2.....	85
Chương 3. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG VỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA TRÊN BÁO CHÍ.....	87
3.1. Giới thiệu khái quát về các báo trong diện khảo sát.....	87
3.1.1. Các tờ báo in:.....	87
3.1.2. Các tờ báo điện tử.....	89
3.2. Tần suất, mật độ thông tin về tác hại của rượu bia trên báo chí.....	91
3.3. Những khía cạnh nội dung thông tin về tác hại của rượu, bia được phản ánh trên báo chí.....	93
3.3.1. Tuyên truyền, phổ biến chính sách về tác hại của rượu, bia .....	95
3.3.2. Phản ánh việc thực thi chính sách về tác hại của rượu, bia.....	98
3.3.3. Nêu gương, cổ vũ người thực hiện tốt chính sách về tác hại của rượu bia .....	102
3.3.4. Thông tin về tác hại của rượu, bia .....	103

3.3.5. Xây dựng văn hoá không uống rượu, bia .....	114
3.3.6. Những vấn đề khác được phản ánh .....	116
3.4. Hình thức chuyển tải thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí .....	117
3.4.1. Kết cấu tác phẩm báo chí được sử dụng .....	119
3.4.2. Các thể loại báo chí được sử dụng .....	122
3.4.3. Ngôn ngữ thể hiện .....	124
3.5. Thành công, hạn chế của báo chí viết về tác hại của rượu, bia .....	137
3.5.1. Thành công .....	137
3.5.2. Hạn chế .....	140
3.5.3. Nguyên nhân của thành công, hạn chế .....	141
3.6. Nhận thức của công chúng và ý kiến đánh giá .....	142
3.6.1. Báo chí là kênh thông tin quan trọng chuyển tải chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia .....	142
3.6.2. Nhận thức của công chúng về nội dung của Nghị định 100 và về tác hại của rượu bia .....	144
Chương 4. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ .....	150
4.1. Những vấn đề đặt ra đối với truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia .....	150
4.1.1. Nâng cao hiệu quả truyền thông của báo chí về tác hại của rượu, bia ..	150
4.1.2. Tăng cường tần suất, mật độ truyền thông trên báo chí về tác hại của rượu, bia .....	152
4.1.3. Báo chí cần có kế hoạch truyền thông theo từng cung đoạn của chính sách .....	153
4.1.4. Xác định rõ mục tiêu, định hướng truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia .....	155
4.2. Hạn chế và nguyên nhân .....	157
4.3. Giải pháp, khuyến nghị .....	160
4.3.1. Giải pháp: .....	160
4.3.2. Khuyến nghị: .....	162
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ .....	168
TIỂU KẾT CHƯƠNG 4 .....	174
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN .....	175
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	176
PHỤ LỤC .....	





## Danh mục các ký hiệu và chữ viết tắt

ATGT	An toàn giao thông
BLTTHS	Bộ luật Tố tụng hình sự
CAND	Công an nhân dân
NCS	Nghiên cứu sinh
NĐ-CP	Nghị định của Chính phủ
Nghị định 100	Nghị định số 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt
QĐ-TTg	Quyết định của Thủ tướng Chính phủ
WHO	Tổ chức Y tế thế giới

## Danh mục bảng, hình minh họa

Bảng 2.1: Mô hình quá trình “sử dụng và hài lòng” của Elihu Katz và Ikuo Takeuchi .....	62
Bảng 2. 2: Mô hình truyền thông 2 chiều của Shannon và Weaver năm 1948.....	65
Bảng 3.1: Số lượng tin, bài về tác hại của rượu, bia trên các báo chọn khảo sát từ 1/1/2020-30/6/2023 .....	93
Bảng 3.2: Số lượng, tỷ lệ tin, bài liên quan các khía cạnh nội dung thông tin về tác hại của rượu, bia được phản ánh trên báo chí .....	94
Bảng 3.3. Thể loại tin bài báo chí viết về phòng, chống tác hại của rượu, bia.....	123
Bảng 3.4. Lý do công chúng quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại của rượu, bia .....	142
Bảng 3.5. Trả lời của độc giả khi được hỏi có từng nghi ngờ báo chí không thông tin khách quan về tác hại của rượu, bia hay không .....	144
Hình 3.1. Biểu đồ về lượng tiêu thụ bia của người Việt trong bài viết trên báo Vnexpress.net (Nguồn: Vnexpress.net) .....	129
Hình 3.2. Hình minh họa về tác hại của rượu bia dùng trong bài viết trên Suckhoedoisong.vn (Nguồn: Suckhoedoisong.vn) .....	130
Hình 3.3. Một số cách thức tương tác với độc giả trên Vnexpress.net về vấn đề tác hại của rượu bia (Nguồn: Vnexpress.net) .....	133
Hình 3.4. Một ví dụ về khả năng lưu giữ thông tin theo chủ đề trên các báo điện tử (Nguồn: Giao thông.vn) .....	135
Hình 3.5. Các chỉ dẫn để bài viết có thể gửi qua Messenger, Facebook, Zalo... cạnh bài viết về tác hại của rượu, bia trên Báo Công an nhân dân điện tử .....	136

## **Danh mục biểu đồ**

Biểu đồ 3.1. Tỷ lệ cách rút tit bài báo trên các báo thuộc diện khảo sát.....	121
Biểu đồ 3.2. Chức năng của sapo trong các tác phẩm báo chí thuộc diện khảo sát.....	122
Biểu đồ 3.3. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ sử dụng ngôn ngữ trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia. ....	125
Biểu đồ 3.4. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ sử dụng hình ảnh trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia.....	127
Biểu đồ 3.5. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ tác phẩm có sử dụng trích dẫn trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia.....	128
Biểu đồ 3.6. Tỷ lệ tác phẩm sử dụng ảnh minh họa tĩnh, ảnh động, đồ họa trong diện khảo sát.....	130
Biểu đồ 3.7. Tỷ lệ ý nghĩa ảnh minh họa trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát	131

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Ở nước ta, báo chí là phương tiện truyền thông đại chúng có vai trò quan trọng trong việc truyền thông chính sách, góp phần tạo sự đồng thuận xã hội. Báo chí không chỉ là công cụ truyền thông của Đảng, Nhà nước mà còn là diễn đàn của nhân dân, phản ánh tiếng nói, trí tuệ của nhân dân, đóng góp không nhỏ vào việc xây dựng và hoàn thiện các chủ trương của Đảng, Chính sách pháp luật của Nhà nước. Đối với vấn đề sử dụng rượu, bia, báo chí Việt Nam có cái nhìn khá đa dạng do rượu, bia được sử dụng rất phổ biến trong đời sống xã hội, việc tiếp cận rượu, bia cũng rất dễ dàng. Tuy nhiên, theo xu hướng chung của thế giới, từ năm 2014, Chính phủ đã ban hành “Chính sách quốc gia về Phòng, chống tác hại của lạm dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác” và thành lập Ban chỉ đạo quốc gia về Phòng, chống tác hại của lạm dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác. Năm 2017, Bộ Y tế đã được Chính phủ giao tiến hành đánh giá tác động tổng thể về tác hại của rượu, bia đối với mọi mặt của đời sống kinh tế, xã hội, trong đó, trọng tâm là vấn đề sức khỏe của con người. Để có những đánh giá chính xác về tình hình sử dụng rượu, bia ở Việt Nam, các cơ quan chức năng đã tiến hành đánh giá qua 03 tiêu chí, gồm: mức tiêu thụ lít cồn nguyên chất bình quân đầu người và ở nam giới; tỷ lệ người dân có uống rượu, bia và tỷ lệ người uống rượu, bia ở mức nguy hại, từ đó, đưa ra những đánh giá và khuyến nghị cụ thể. Theo các số liệu được Bộ Y tế công bố từ các nghiên cứu này, rượu, bia không chỉ là nguyên nhân của hơn 30 loại bệnh tật; nguyên nhân cấu thành của gần 200 loại bệnh khác mà còn đứng hàng thứ ba trong số các nguyên nhân dẫn đến tử vong sớm và tàn tật trên thế giới. Các Báo cáo nghiên cứu “Đánh giá tình hình lạm dụng rượu, bia tại Việt Nam” năm 2006, Báo cáo của Viện Phòng chống Ung thư Việt Nam năm 2012; Điều tra quốc gia một số yếu tố nguy cơ bệnh không lây nhiễm năm 2009 – 2010 của Bộ Y tế cũng khẳng định, rượu, bia cũng là một phần nguyên nhân của nhiều vấn đề kinh tế - xã hội nghiêm trọng khác như: bạo lực cá nhân, bạo lực gia đình, mất trật tự an toàn xã hội. Tháng 12/2018, dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia lần đầu được

trình ra Quốc hội thảo luận tại Kỳ họp thứ 6, Quốc hội khóa XIV, thu hút sự quan tâm đặc biệt của dư luận với rất nhiều ý kiến, quan điểm trái ngược nhau.

Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia là một dự án Luật rất đặc biệt khi có quá trình soạn thảo, lấy ý kiến kéo dài tới 10 năm và được Quốc hội thông qua ngày 14/6/2019, chính thức có hiệu lực thi hành kể từ ngày 1/1/2020. Trước khi được thông qua tại kỳ họp thứ 7, Quốc hội khóa XIV, Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia phải tiến hành bỏ phiếu biểu quyết riêng một số nội dung quan trọng, trong đó có việc có cấm tuyệt đối người điều khiển phương tiện giao thông uống rượu, bia hay không. Ngay cả khi Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia đã được Quốc hội thông qua và có hiệu lực thi hành, thì chế tài xử phạt người vi phạm trật tự an toàn giao thông có sử dụng rượu, bia cũng là một văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn một Luật khác (Nghị định số 100/2019/NĐ - CP của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt), chứ không phải các chế tài đến từ Luật Phòng chống tác hại của rượu bia.

Bằng các phương tiện của mình, báo chí đã góp phần đồng hành cùng Chính phủ trong việc truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia; cảnh báo những nguy cơ mà rượu, bia có thể gây ra cho sức khỏe con người, cho trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội. Báo chí cũng ghi nhận những mặt tích cực từ việc sử dụng rượu, bia hợp lý; văn hóa sử dụng rượu, bia; những đóng góp của các công ty sản xuất rượu, bia đối với nền kinh tế đất nước.

Bởi vậy, làm thế nào để báo chí viết về tác hại của rượu, bia vừa đảm bảo các nguyên tắc khách quan, chân thực, không cực đoan với việc sử dụng rượu, bia nhưng cũng không bị lạm dụng để quảng cáo rượu, bia là vấn đề thời sự, có tính lý luận và thực tiễn, có tính cấp thiết, đồng thời là thách thức với các cơ quan báo chí cũng như một bộ phận các nhà báo. Đây cũng chính là lý do để NCS chọn đề tài “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia” để tiến hành nghiên cứu.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### **2.1. Mục đích nghiên cứu**

Trên cơ sở đúc kết, hệ thống hóa các vấn đề lý luận liên quan đến đề tài, luận án nghiên cứu, đánh giá thực trạng báo chí viết về tác hại của rượu, bia dưới góc

nhìn truyền thông chính sách, từ đó, chỉ ra những thành công và hạn chế của báo chí; đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia trên báo chí.

## **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Thứ nhất, tổng hợp, phân tích các kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học trong và ngoài nước liên quan đến đề tài nhằm ghi nhận những thành tựu cũng như tìm ra những khoảng trống trong nghiên cứu của các công trình đi trước để đặt ra các câu hỏi nghiên cứu của luận án

Thứ hai, khảo sát thực trạng báo chí viết về vấn đề tác hại của rượu, bia, đánh giá những thành công cũng như những hạn chế, chỉ ra nguyên nhân của thành công và hạn chế về phương diện nội dung và hình thức thể hiện trong mối quan hệ giữa báo chí về tác hại của rượu, bia và truyền thông chính sách.

Thứ ba, đề xuất những giải pháp để khắc phục hạn chế, nâng cao chất lượng của báo chí viết về tác hại của rượu, bia, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của truyền thông chính sách.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Tất cả các loại hình báo chí (Phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử) đều đề cập đến vấn đề tác hại của bia rượu... Tuy nhiên, trong khuôn khổ của luận án, NCS chọn 04 ấn phẩm báo chí in và 06 ấn phẩm báo điện tử để nghiên cứu gồm:

+ Với báo in: Báo Nhân dân; Báo Sức khỏe đời sống, Báo Giao thông vận tải, Báo Công an nhân dân,

+. Với báo điện tử: Báo Nhân dân điện tử (Nhandan.vn); Báo Sức khỏe đời sống (Suckhoedoisong.vn); Báo Giao thông vận tải (Giaothong.vn); Báo Công an nhân dân điện tử (Cand.com.vn); Báo Vnexpress.net và Vietnamnet.vn.

Có 3 lý do để lựa chọn các tờ báo này:

*Thứ nhất*, đó là những tờ báo in, báo điện tử có uy tín, có sức lan tỏa lớn trong xã hội.

*Thứ hai*, ở những tờ báo này, thông tin về tác hại của rượu, bia là một trong những lĩnh vực nội dung chính, có chuyên mục riêng.

*Thứ ba*, NCS khảo sát Báo Nhân dân để tìm hiểu các thông tin về chủ trương, chính sách của Đảng đối với vấn đề tác hại của rượu, bia nói chung; khảo sát Báo Sức khỏe đời sống để tìm hiểu việc thông tin về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe; khảo sát Báo Giao thông vận tải để tìm hiểu việc thông tin về tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông; khảo sát Báo Công an nhân dân để tìm hiểu các thông tin về tác hại của rượu bia đối với trật tự an toàn xã hội.

Việc lựa chọn này thỏa mãn được tính cơ bản, toàn diện trong nghiên cứu. Cụ thể: Về loại hình báo chí (có cả báo in và báo điện tử); Về tần suất xuất bản (có cả báo ngày là Báo Nhân dân, Công an nhân dân và Báo tuần là Sức khỏe đời sống, Giao thông vận tải); về tôn chỉ, mục đích (có cả báo chính trị, chính trị - xã hội là: Báo Nhân dân, Vnexpress.net, Vietnamet.vn và báo có tính chất chuyên ngành là Báo Công an nhân dân, Báo Sức khỏe và Đời sống, Báo Giao thông vận tải), về cơ quan chủ quản (6 tờ báo với 6 ấn phẩm điện tử, 4 ấn phẩm báo in thuộc 6 cơ quan chủ quản đại diện ngành, lĩnh vực khác nhau)

Về thời gian nghiên cứu: Thời gian khảo sát trong 3,5 năm, từ 1/1/2020 (thời điểm Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia; Nghị định số 100/2019/NĐ - CP của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt (thay thế Nghị định số 46/2016/NĐ-CP) có hiệu lực thi hành) đến 30/6/2023.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

##### **4.1. Phương pháp luận**

Luận án dựa trên cơ sở nhận thức lý luận của Chủ nghĩa Mác – Lênin; Chủ nghĩa duy vật biện chứng và Chủ nghĩa duy vật lịch sử; tư tưởng Hồ Chí Minh và quan điểm của Đảng, Nhà nước Việt Nam về vai trò, chức năng của báo chí trong truyền thông chính sách, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia.

Luận án vận dụng một số lý thuyết truyền thông, cụ thể là lý thuyết Mũi kim tiêm; lý thuyết Thiết lập Chương trình nghị sự, Lý thuyết Sử dụng và Hải lòng để

làm rõ vấn đề báo chí viết về tác hại của rượu, bia và tác động của thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí tới công chúng.

#### **4.2. Phương pháp nghiên cứu cụ thể:**

*Phương pháp nghiên cứu, phân tích tài liệu:* Phương pháp này được sử dụng để khảo sát, phân tích các văn bản, các chỉ thị, nghị quyết và các công trình khoa học, sách, bài báo, nhằm hệ thống hóa một số vấn đề về lý luận báo chí nói chung có liên quan đến truyền thông chính sách, đặc biệt là truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia. Đồng thời, NCS thừa kế những kết quả nghiên cứu trước, phục vụ cho việc so sánh, đối chiếu và làm sáng tỏ vấn đề nghiên cứu trong luận án.

*Phương pháp phân tích nội dung:* Phương pháp này được sử dụng để phân tích tần suất, mật độ, nội dung và hình thức thông điệp về tác hại của rượu, bia trên các tờ báo trong diện khảo sát, từ đó làm rõ những thành công, hạn chế; nguyên nhân thành công, hạn chế của báo chí khi truyền thông về vấn đề tác hại của rượu, bia.

*Phương pháp nghiên cứu trường hợp:* NCS chọn các tuyển bài viết về một số cao điểm truyền thông, chủ đề truyền thông có tính chất nổi bật trong quá trình thảo luận về dự án Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia; Nghị định 100 của Chính phủ để phân tích, làm rõ hiệu quả của quá trình truyền thông chính sách tới công chúng.

*Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi:* NCS phát 500 bảng hỏi đến một số địa phương của 3 miền Bắc – Trung – Nam bằng bảng hỏi trực tiếp và bảng hỏi qua đường link google để thăm dò ý kiến công chúng về thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí nói chung. Đối tượng NCS chọn để khảo sát là các công dân có độ tuổi từ 18 tuổi trở lên, bao gồm cả nam và nữ; sinh sống tại thành thị, nông thôn, miền núi, nhưng chủ yếu khảo sát tại khu vực thành thị và nông thôn, nơi có mật độ dân cư đông và khả năng công chúng tiếp cận nhiều hơn với thông tin từ báo chí. Đây là một kênh cần thiết để đo hiệu quả tác động của báo chí viết về vấn đề tác hại của rượu, bia với công chúng.

*Phương pháp phỏng vấn nhóm:* NCS chọn 03 tuyển bài gồm các bài viết về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội; hoạt động thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia của các



lực lượng chức năng trên 03 báo trong số 06 Báo được khảo sát và tiến hành phỏng vấn 03 nhóm, (gồm: lái xe, bác sỹ, công chức, viên chức, nhân viên truyền thông, cảnh sát giao thông, người lao động phổ thông, nội trợ, cán bộ hưu trí), mỗi nhóm 3 - 4 người về việc đảm bảo các nguyên tắc của truyền thông chính sách trên báo chí cũng như đánh giá của công chúng về truyền thông chính sách đối với vấn đề tác hại của rượu, bia trên báo chí ở Việt Nam hiện nay.

*Phương pháp phỏng vấn sâu:* Phương pháp này được sử dụng qua hình thức đặt câu hỏi với 13 người là lãnh đạo Ủy ban An toàn giao thông quốc gia, các Ủy ban của Quốc hội; Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công an, Bộ Tư pháp, Bộ Y tế, Hội Nhà báo Việt Nam, lãnh đạo cơ quan báo chí, luật sư, đội ngũ tổ chức nội dung của các Tòa soạn và những nhà báo trực tiếp sản xuất tin tức về vấn đề tác hại của rượu, bia trên một số báo để làm rõ thêm các vấn đề cần thiết mà ở bảng hỏi chưa giải quyết được.

Các phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp: được dùng để phân tích, đánh giá và tổng hợp những kết quả nghiên cứu nhằm chỉ ra những thành công, hạn chế, nguyên nhân cùng những thách thức đối với đội ngũ nhà báo, các cơ quan báo chí trong việc đảm bảo hiệu quả của truyền thông chính sách về vấn đề tác hại của rượu, bia.

## **5. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu**

Khi tiến hành nghiên cứu, chúng tôi đặt ra 5 câu hỏi và 5 giả thuyết nghiên cứu. Cụ thể như sau:

### **5.1. Câu hỏi nghiên cứu**

*Câu hỏi 1:* Báo chí đã truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia như thế nào?

*Câu hỏi 2:* Những thách thức cần giải quyết khi báo chí thông tin về vấn đề tác hại của rượu, bia?

*Câu hỏi 3:* Sau khi tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia từ báo chí, người dân có thay đổi gì về nhận thức, hành vi không?

*Câu hỏi 4:* Thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí được thể hiện như thế nào?

*Câu hỏi 5:* Cần làm gì để nâng cao chất lượng truyền thông chính sách trên báo chí?

## **5.2. Giả thuyết nghiên cứu**

*Giả thuyết 1:* Khi thông tin về tác hại của rượu, bia, báo chí tập trung phản ánh tác hại của rượu bia trên 3 khía cạnh chính là: tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông và tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội.

*Giả thuyết 2:* Báo chí gặp nhiều khó khăn khi truyền thông về tác hại của rượu, bia.

*Giả thuyết 3:* Công chúng đã thay đổi nhận thức, hành vi khi tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia từ báo chí.

*Giả thuyết 4:* Thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí còn đơn điệu, không thường xuyên, phụ thuộc nhiều vào các cao điểm ra quân của các cơ quan chức năng.

*Giả thuyết 5:* Báo chí có thể nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia tới công chúng bằng cách đổi mới nội dung và hình thức thông tin.

## **6. Điểm mới của luận án**

Luận án là công trình nghiên cứu chuyên sâu về báo chí tham gia truyền thông chính sách về tác hại của rượu bia. Luận án không trùng với bất cứ đề tài nghiên cứu nào trước đây. Luận án làm rõ được lý luận và thực tiễn về báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia, từ đó, dựng lên một khung lý thuyết để làm cơ sở cho báo chí đảm bảo nguyên tắc khách quan, chân thực khi truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia. Trên cơ sở lý thuyết và kết quả khảo sát cụ thể, luận án đề xuất những giải pháp nhằm giải quyết giúp báo chí chuyển tải tới công chúng những thông tin khách quan, chân thực, hiệu quả về những vấn đề liên quan tới tác hại của rượu, bia, đồng thời đảm bảo các nguyên tắc về truyền thông chính sách.

## **7. Đóng góp của Luận án**

*Về lý luận:* Đây là một trong những công trình đầu tiên nghiên cứu toàn diện, sâu sắc về báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia. Luận án có thể là tài liệu tham khảo có hệ thống cho các cơ sở đào tạo báo chí, truyền thông, các nhà nghiên

cứu về lĩnh vực báo chí, truyền thông, kinh tế, y tế, xã hội. Kết quả của luận án có thể gợi mở những hướng nghiên cứu mới về báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia.

*Về thực tiễn:* Luận án có thể là một tài liệu tham khảo, giúp các nhà lãnh đạo, quản lý báo chí, truyền thông có thêm cơ sở để xây dựng các chính sách về quản lý, đào tạo báo chí phù hợp với sự phát triển của truyền thông, báo chí hiện đại. Đặc biệt, luận án có thể là tư liệu tham khảo như cho các Tổng Biên tập, người đứng đầu các cơ quan báo chí, đội ngũ tổ chức sản xuất tin tức và các nhà báo trong quá trình chỉ đạo, biên tập và thực hiện tác phẩm báo chí đảm bảo tính khách quan, chân thực, hấp dẫn, củng cố niềm tin của công chúng đối với báo chí khi tiếp nhận các thông tin về chính sách.

## **8. Kết cấu của Luận án**

Ngoài ra phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, danh mục hình vẽ, bảng biểu, danh mục chữ viết tắt, mục lục, phụ lục, nội dung chính của luận án gồm 4 chương

**Chương 1:** Tổng quan tình hình nghiên cứu

**Chương 2:** Cơ sở lý luận và thực tiễn về vai trò của báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia

**Chương 3:** Thực trạng truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia trên báo chí

**Chương 4:** Những vấn đề đặt ra và giải pháp, khuyến nghị

## **Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU**

Trong Chương này, luận án sẽ phân tích, tổng hợp các nghiên cứu trên thế giới và Việt Nam trên các bình diện: (1) Những nghiên cứu về truyền thông chính sách. (2) Những nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia. Cụ thể như sau:

### **1.1. Tình hình nghiên cứu ngoài nước**

#### **1.1.1. Những nghiên cứu về mối quan hệ giữa truyền thông và chính sách**

Trong tập Sổ tay Routledge về chính sách có tên “Truyền thông đại chúng và hoạch định chính sách” xuất bản năm 2012, Stuart Soroka, Andrea Lawlor, Stephen Farnsworth, Lori Young khẳng định, các phương tiện truyền thông đại chúng có thể và thường đóng một vai trò quan trọng trong việc hoạch định chính sách, có tác động thường xuyên và rõ rệt đến chính sách. Vai trò của truyền thông không chỉ quan trọng trong giai đoạn đầu của quá trình chính sách mà trong suốt quá trình chính sách. Truyền thông có thể thu hút và duy trì sự chú ý của công chúng đối với các vấn đề cụ thể. Họ có thể thay đổi chiều hướng trong cuộc tranh luận chính sách bằng cách đóng khung hoặc xác định một vấn đề thông qua việc sử dụng đối thoại hoặc phản biện để thuyết phục hoặc can ngăn công chúng. Truyền thông cũng có thể phác họa bản chất, hậu quả của các vấn đề chính sách theo những cách làm thay đổi căn bản không chỉ tâm điểm chú ý mà cả các giải pháp chính sách khác nhau. Truyền thông có thể thu hút sự chú ý đến những người tham gia vào quá trình chính sách và có thể hỗ trợ, hoặc cản trở mục tiêu của họ bằng cách nêu bật vai trò của họ trong việc hoạch định chính sách. Phương tiện truyền thông cũng có thể hoạt động như một cầu nối quan trọng giữa chính phủ và công chúng, thông báo cho công chúng về các hành động và chính sách của chính phủ, đồng thời giúp truyền đạt phản ứng của công chúng đối với hành động và chính sách của Chính phủ tới các quan chức chính phủ [169].

Trong nghiên cứu “Truyền thông đại chúng và quy trình chính sách” đăng tải ngày 31/8/2016, Annelise Russell, Maraam Dwidar và Bryan D. Jones cho biết, các nhà nghiên cứu về truyền thông nhận thấy, sự chú ý của người dân đối với các vấn đề là sức mạnh của truyền thông trong việc thiết lập chương trình nghị sự của quốc gia thông qua việc tập trung sự chú ý vào một số vấn đề công cộng quan trọng.

Trong khi đó, các nhà nghiên cứu về chính sách không quá chú trọng vai trò của truyền thông. Dựa trên cách tiếp cận tích hợp các nghiên cứu về chính sách và truyền thông, nhóm tác giả cho rằng các nhà nghiên cứu trong các nghiên cứu về hệ thống chính trị, dư luận xã hội và quy trình chính sách phải coi vai trò của truyền thông như một thể chế chính trị. Các thể chế chính trị có các chuẩn mực định hình sự tương tác hàng ngày với quy trình chính sách, và các cơ quan truyền thông là một trong nhiều tác nhân chính sách mà hoạt động và tổ chức của các cơ quan này hiện diện thường xuyên trong hệ thống chính trị. Số lượng và nội dung tin tức có ý nghĩa quan trọng đối với quá trình chính sách công và các phương tiện truyền thông ngày càng được công nhận là một phần không thể thiếu của hệ thống phản hồi chính sách [125].

Để phân tích vai trò của truyền thông ở Kenya trong việc tác động đến chính sách công liên quan đến việc bán và tiêu thụ bia bất hợp pháp, tác giả Christine Mwangi đã tìm hiểu các cơ chế bản tin trên các phương tiện truyền thông dẫn đến hành động của chính phủ về một vấn đề. Thông qua việc phân tích nội dung đưa tin trên hai tờ báo hàng ngày hàng đầu của Kenya trong khoảng thời gian 10 năm (2005-2015), trong nghiên cứu “Truyền thông ảnh hưởng tới chính sách công ở Kenya: Trường hợp tiêu thụ bất hợp pháp” được công bố năm 2018, tác giả nhận thấy rằng việc đưa tin rộng rãi, nhất quán và theo sự việc trên các phương tiện truyền thông có ảnh hưởng đến hành động của chính phủ và qua đó là chính sách công. Tác giả cho rằng, các phương tiện truyền thông đã đảm nhiệm tốt việc lựa chọn thông tin để các nhà hoạch chính sách nắm được tình hình và có phản ứng chính sách phù hợp. Năm 2010, Kenya đã thông qua Đạo luật kiểm soát đồ uống có cồn. Theo Christine Mwangi, ví dụ rõ ràng nhất về việc truyền thông có ảnh hưởng đến kết quả thực thi chính sách là việc, vào tháng 5/2014, sau một số ca tử vong do uống đồ uống có cồn được sản xuất bất hợp pháp, báo chí Kenya đã đưa tin dày đặc và hàng ngày về mối đe dọa của việc sản xuất bia bất hợp pháp. Vô số hình ảnh trên truyền thông về những người say xỉn nằm bên đường, những gia đình đau buồn và những người đã phải nhập viện sau khi uống bia. Trong khi đó, các động thái của Chính phủ nhằm ngăn chặn mối đe dọa từ bia sản xuất bất hợp pháp lại rất lỏng lẻo.

Kết quả là, Chính phủ Kenya sau đó đã có hàng loạt những động thái mạnh mẽ như cách chức người đứng đầu cơ quan phụ trách ngăn chặn tình trạng lạm dụng đồ uống có cồn và thuốc lá và cơ quan chống hàng giả cùng hàng loạt các quan chức khác; phát động chiến dịch quy mô lớn nhằm tiêu hủy những loại đồ có cồn sản xuất không đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, đột kích các cửa hàng không có giấy phép [133].

Nhóm tác giả F. El-Jardali, Lama Bou Karroum, Lamya Bawab, Ola Kdouh, Farah El-Sayed, Hala Rachidi, Malak Makki trong nghiên cứu “Đưa tin về sức khỏe trên báo in ở Lebanon: Bằng chứng, chất lượng và vai trò trong việc thông tin hoạch định chính sách” đăng tải ngày 26/8/2015 trên tạp chí PLOS One” cho biết đã phân tích việc đưa tin về các vấn đề liên quan đến sức khỏe trên các phương tiện truyền thông Lebanon; thực hiện các cuộc phỏng vấn với 27 nhà báo, các nhà nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách về vai trò của truyền thông trong việc hoạch định chính sách y tế và tổ chức một hội thảo về vấn đề này. Kết quả cho thấy, các nhà hoạch định chính sách và nhà nghiên cứu xem truyền thông là một công cụ quan trọng cho các chính sách y tế dựa trên bằng chứng. Tuy nhiên, cũng có những ý kiến bày tỏ quan ngại về thực tiễn và năng lực của truyền thông trong việc đảm nhận vai trò nêu trên [158].

Trong nghiên cứu “Vai trò của truyền thông trong hoạch định chính sách: tham khảo đặc biệt về Afghanistan” đăng trên Tạp chí tổng hợp nghiên cứu nghệ thuật và nhân văn tháng 11/2022, Farooq Jan Mangal khẳng định, các phương tiện truyền thông đại chúng (báo hình, báo tiếng và báo viết) có vai trò ngày càng quan trọng trong việc hoạch định chính sách. Truyền thông là nguồn thông tin lớn nhất của công chúng về chính sách công và cũng là nguồn cung cấp thông tin chính về nhiều vấn đề, bao gồm từ thủ tục hành chính, thay đổi chính sách, dư luận cho đến bê bối chính trị. Vai trò thường xuyên của truyền thông là phản ánh quy trình chính sách, các tác nhân trong quy trình này và phản ứng của công chúng đối với chính sách. Truyền thông không phải lúc nào cũng ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình hoạch định chính sách mà đôi khi ảnh hưởng đến cuộc tranh luận về chính sách, thông qua việc tác động trực tiếp đến các nhà hoạch định chính sách, thúc đẩy các

lựa chọn chính sách một cách có hệ thống hoặc thông qua việc gây ảnh hưởng đến quan điểm của người dân [156].

### **1.1.2. Nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia**

Theo báo cáo Tổng quan về tình hình ung thư tại Australia năm 2014 của Viện Y tế và phúc lợi Australia, ung thư là nguyên nhân chính gây bệnh ở nước này. Năm 2014, ước tính có 123.920 người Australia được chẩn đoán mắc bệnh ung thư (không bao gồm một số dạng ung thư da không phải là bệnh đáng chú ý ở châu Úc). Hơn một nửa (55%) số ca ung thư được chẩn đoán ở Australia là nam giới. Các bệnh ung thư được báo cáo phổ biến nhất trong năm 2014 là ung thư tuyến tiền liệt, tiếp theo là ung thư đại trực tràng (ruột), ung thư vú ở nữ giới, u ác tính ở da và ung thư phổi. Từ năm 1982 đến năm 2014, số ca ung thư mới được chẩn đoán ở Australia đã tăng hơn gấp đôi, từ 47.417 lên thành 123.920 ca. Trong số các yếu tố nguy cơ dẫn đến ung thư được nêu trong báo cáo có việc uống rượu. Theo báo cáo, uống rượu là một yếu tố nguy cơ quan trọng đối với bệnh ung thư. Nguy cơ ung thư tăng theo lượng rượu tiêu thụ. Các bệnh ung thư liên quan đến việc uống rượu được thống kê bao gồm ung thư vú (ở nữ), ung thư đại tràng và trực tràng, ung thư thanh quản, ung thư gan, ung thư thực quản, ung thư khoang miệng (môi, miệng, lưỡi), và ung thư hầu họng [179].

Nhóm tác giả Jaklin Elliott, Andrew John Forster, Joshua McDonough, Kathryn Bowd and Shona Crabb trong nghiên cứu “Nghiên cứu về tin tức trên báo chí Australia về mối liên hệ giữa rượu và ung thư trong giai đoạn 2005 tới 2013” đăng trên Tạp chí BMC Public Health cho biết, nhóm tác giả đã sử dụng thuật ngữ “rượu và ung thư” để tìm kiếm 354 đầu báo tại Australia có trên Cơ sở dữ liệu Factiva từ ngày 1/1/2005 đến ngày 31/12/2013, qua đó xác định được 8.177 bài viết. Theo kết quả nghiên cứu, trong thời gian 9 năm, có 197 đầu báo có ít nhất một bài viết đề cập đến mối liên hệ giữa rượu và ung thư, với 1.502 bài báo đáp ứng các tiêu chí khảo sát. Các bài viết này được đăng nhiều nhất trên các báo hàng ngày ở các bang. Số lượng bài báo được xuất bản hàng năm tăng dần đều, từ 119 bài trong 2005 lên 182 vào năm 2013, tăng đột biến vào năm 2009 (229 bài) và 2011 (271 bài). Trong số này, 95% các bài viết (1.425 bài) đều có tuyên bố rằng rượu gây ung

thur, 6% (93 bài) đưa tin rằng rượu ngăn ngừa hoặc không gây ung thư và 1% (16 bài) đề cập đến cả 2 quan điểm. Các bài viết về chủ đề này thường xuất hiện ở phần đầu của tờ báo. Song, chỉ có 16% (244 bài viết) tập trung rõ ràng vào mối liên hệ giữa rượu và ung thư còn hầu hết các bài viết đưa thông tin này trong bài viết về các chủ đề khác, thường là chủ đề liên quan đến sức khỏe. Trong số các bài viết tập trung vào câu chuyện ung thư do rượu, hầu hết (228 bài viết) khẳng định rượu là nguyên nhân gây ung thư, với số lượng bài viết hàng năm dao động từ 11 đến 75, trung bình là 13 bài (tức là chỉ hơn một bài mỗi tháng). Con số này tăng từ 11 bài trong năm 2005 lên tới đỉnh điểm là 75 bài vào năm 2009, sau đó giảm xuống còn 11 vào năm 2013. Theo thời gian, tỷ lệ các bài viết đề cập đến quan điểm rượu gây bệnh và không gây bệnh cũng tăng lên (với con số tương ứng 85:15 vào năm 2005; 95:5 vào năm 2013). Mối liên hệ giữa rượu và ung thư có xu hướng không xuất hiện ở đầu các bài báo và hiếm khi được đề cập trong phần tít.

Từ những phân tích trên, nhóm tác giả cho rằng, tuyên bố rằng rượu là nguyên nhân gây ung thư thường xuyên được báo chí Australia đề cập, nhưng thông điệp này có thể bị che khuất bên trong hoặc bị lu mờ bởi các thông tin về sức khỏe khác. Tác động của thông điệp rằng việc uống rượu (bất kể số lượng hay chủng loại) sẽ làm tăng nguy cơ ung thư cũng có khả năng bị che khuất bởi những ngôn từ ngụ ý rằng có một mức độ an toàn về lượng rượu tiêu thụ, hoặc rượu không gây ra, hoặc có thể ngăn ngừa ung thư [167].

Mặc dù rượu là nguyên nhân chính gây ra bệnh tật và tử vong sớm nhưng có thể phòng ngừa được, nhưng nhiều người Australia vẫn tiêu thụ rượu ở mức độ gây nguy hiểm cho sức khỏe của họ. Vì vậy, trong các năm 2001, 2007, 2009, Hội đồng Nghiên cứu Y học và Sức khỏe Quốc gia (NHMRC) Australia đã xây dựng các hướng dẫn để thông báo cho người Australia về cách giảm thiểu cả những rủi ro ngắn hạn liên quan đến việc tiêu thụ rượu (vài giờ sau khi uống, tức là tăng nguy cơ chấn thương và tử vong do suy giảm chức năng nhận thức) và rủi ro suốt đời (nguy cơ bệnh tật trong suốt cuộc đời, tức là tỷ lệ mắc bệnh/tử vong do các bệnh như tim mạch, ung thư và tiểu đường). Trong những hướng dẫn này, NHMRC đưa ra khuyến nghị về lượng rượu tiêu thụ và lượng rượu tiêu thụ chấp nhận được mỗi lần



đối với nam giới và phụ nữ để giảm nguy cơ liên quan đến rượu trong thời gian trước mắt và rủi ro bệnh tật suốt đời.

Trong nghiên cứu “Hướng dẫn của NHMRC Australia về việc tiêu thụ rượu và mô tả các hướng dẫn trên báo in: phân tích nội dung của các tờ báo Australia” đăng trên Tạp chí Y tế Công cộng Australia và New Zealand tập 42, Số 1, tháng 2/2018, nhóm tác giả Bronwyn M. Wolfaardt, Aimee L. Brownbill, Mohammad Afzal Mahmood, Jacqueline A. Bowden chỉ ra rằng, từ năm 1999 đến năm 2014, 172 bài báo viết về hướng dẫn tiêu thụ rượu của NHMRC đã được đăng trên 24 tờ báo của Australia. Phần lớn các bài báo được đăng trên các tờ tuần báo (76,2%) và có mức độ nổi bật thấp (61,6%), cụ thể là được đăng ở trang 6 trở đi, chỉ có 10 bài (5,8%) xuất hiện trên trang nhất. Số lượng bài báo được xuất bản thay đổi đáng kể giữa các năm, với sự gia tăng đáng kể về số lượng bài báo xuất hiện trước thời điểm ban hành hướng dẫn năm 2007. Trong số 14 chủ đề chính được xác định, “hướng dẫn của NHMRC” là chủ đề chiếm ưu thế nhất (36,0% số bài viết), tiếp theo là “uống rượu khi mang thai hoặc đang cho con bú” (26,7% bài viết) và “uống rượu say” (12,2%). Chỉ có 4 bài báo thảo luận chủ đề chính là “tiêu thụ rượu gây hại cho sức khỏe”. Theo nhóm nghiên cứu, dù các bản tin liên quan đến vấn đề rượu ở Australia đã tăng lên theo thời gian, nhưng chỉ có 172 bài báo trong khoảng thời gian 15 năm đề cập đến các hướng dẫn của NHMRC dưới một số hình thức; hầu hết trong số đó lại ở vị trí ít được chú ý trên tờ chí. Xu hướng tương tự cũng được thấy trên các phương tiện truyền thông Australia từ năm 2005 đến năm 2010, với số bài viết thấp hơn nhiều so với việc các bản tin về các vấn đề như kiểm soát thuốc lá. Điều này cho thấy rằng mặc dù việc tiêu thụ rượu đã trở thành một vấn đề ngày càng đáng chú ý ở Australia nhưng các hướng dẫn dựa trên bằng chứng mà NHMRC đưa ra lại không được thảo luận, đưa tin nhiều [129].

### **1.1.3. Nghiên cứu về báo chí với các vấn đề khác liên quan đến rượu, bia**

GS Simon Chapman và tác giả Andrea S. Fogarty, Trường Đại học y tế công, Đại học Sydney trong nghiên cứu “Truyền hình Australia đưa tin về rượu, sức khỏe và các chính sách liên quan, giai đoạn 2005 đến 2010: hàm ý đối với việc vận động chính sách liên quan đến rượu” đăng trên Tạp chí Y tế cộng đồng Australia và New

Zealand, số 36, xuất bản tháng 12/2012, trang 503-598, cho biết, các vấn đề liên quan đến rượu là tâm điểm chú ý của các bản tin và phóng sự trên truyền hình Australia. Qua phân tích nội dung của 612 bản tin về vấn đề rượu, 69,2% trong số này được đăng tải sau một sự việc đáng chú ý cụ thể hoặc việc công bố những phát hiện mới. 30,2% những bản tin tập trung vào tác hại liên quan tới rượu và 19% đề cập đến vấn đề “uống rượu say”. 75,3% các bản tin đưa tin về những tác động tích cực và tiêu cực đến sức khỏe do rượu, nhưng chủ yếu tập trung vào những hậu quả ngắn hạn. 63% đề cập đến chính sách kiểm soát rượu, tuy nhiên, hơn 10% tổng số bản tin không đề cập đến chính sách cụ thể nào. Từ nhận định, các bản tin trên truyền hình đề cập đến nhiều vấn đề liên quan đến mục tiêu sức khỏe cộng đồng nhưng lại ít tập trung vào hậu quả sức khỏe lâu dài hoặc các giải pháp chính sách hiệu quả, nhóm tác giả khuyến nghị, việc vận động chính sách liên quan đến rượu trong tương lai thay vì chỉ đề cập đến vấn đề có thể chuyển sang truyền đạt tốt hơn về các rủi ro sức khỏe lâu dài, về các chính sách đang có và bằng chứng về tính hiệu quả cũng như lý lẽ ủng hộ việc áp dụng những chính sách này [136].

Tại Anh, J. Nicholls trong nghiên cứu “Báo chí Anh đưa tin về rượu: Phân tích về tin tức trên truyền hình và báo chí” công bố ngày 26/4/2011 đã phân tích định lượng nội dung của 7 tờ báo hàng ngày và 4 chương trình tin tức truyền hình trong hai giai đoạn mẫu: 20/12/2008 đến 2/1/2009 và 15 đến 22/3/2009. Kết quả cho thấy, các bản tin nhấn mạnh đến những hậu quả tiêu cực, đặc biệt là bạo lực, uống rượu khi lái xe và những ảnh hưởng lâu dài đến sức khỏe - đặc biệt là bệnh gan, liên quan đến rượu bia. Theo nghiên cứu, những bản tin về việc uống rượu của người nổi tiếng là phổ biến. Quan điểm về sức khỏe cộng đồng đóng vai trò trung tâm trong việc định hình các câu chuyện liên quan đến rượu. Tác giả cũng chỉ ra rằng, có sự phân chia giới tính rõ ràng trong đưa tin về tác hại của việc uống rượu, theo đó nam uống rượu có liên quan đến bạo lực, trong khi nữ uống rượu có liên quan đến việc say rượu. Các siêu thị được xác định là nguyên nhân chính dẫn tới việc uống rượu và rượu giá rẻ được coi là mối đe dọa lớn hơn so với việc nói lỏng luật cấp phép bán rượu.

Nghiên cứu “Truyền thông và ảnh hưởng của ngành công nghiệp rượu: Phân tích mức độ đưa tin của các phương tiện truyền thông về nhãn cảnh báo rượu có thông điệp về bệnh ung thư ở Canada và Ireland” đăng trên Tạp chí Nghiên cứu về Rượu và Ma túy, 81(2), 273–283 (2020), nhóm tác giả Kate Vallance, Alexandria Vincent, Nour Schoueri-Mychasiw, Tim Stockwell, David Hammond, Thomas K. Greenfield, Jonathan McGavock & Erin Hobin đã xem xét một cách có hệ thống các bài báo được xuất bản trong giai đoạn 2017–2019 đề cập đến một nghiên cứu học thuật về cảnh báo tác hại của rượu trên nhãn (AWL) ở Yukon, Canada (gọi tắt là Nghiên cứu Yukon), và các điều khoản ghi nhãn trong Dự luật Y tế công cộng (Rượu) ở Ireland (gọi tắt là Dự luật Ireland). Cả nghiên cứu và dự luật đều đề cập đến việc dán nhãn chứa cảnh báo về bệnh ung thư trên các chai rượu.

Nhóm nghiên cứu đã xác định được 38 bài báo liên quan đến Nghiên cứu Yukon và 37 bài viết liên quan đến Dự luật Ireland trong khung thời gian đã định đáp ứng các tiêu chí đưa ra phân tích. Kết quả cho thấy, 68,4% bài báo đưa tin về Nghiên cứu Yukon và 18,9% đưa tin về Dự luật Ireland ủng hộ AWL có thông điệp về bệnh ung thư. Trong khi đó, việc đưa tin về Dự luật Ireland chủ yếu phản đối việc dán các nhãn cảnh báo về bệnh ung thư và nhất quán nêu quan điểm của ngành rượu. Các lập luận trong ngành rượu nhằm phản đối việc dán nhãn ung thư thường bóp méo hoặc phủ nhận một cách dứt khoát tính hợp lệ của thông điệp về ung thư dựa trên bằng chứng trên các nhãn dán. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra nhận định rằng, các bản tin về AWL kèm theo thông điệp về bệnh ung thư được ủng hộ ở Canada nhiều hơn ở Ireland, nơi quan điểm của ngành công nghiệp rượu luôn được đề cao. Việc nâng cao nhận thức về các chiến lược truyền thông trong ngành công nghiệp rượu có thể tăng cường sự ủng hộ của công chúng đối với các biện pháp kiểm soát rượu [167].

Trong nghiên cứu “Tin tức về rượu trên báo chí California: Tần suất, mức độ nổi bật và khuôn khổ”, trên Tạp chí Chính sách Y tế Công cộng tập 23, trang 172–190 (2002), Sonja L Myhre, Melissa Nichols Saphir, June A Flora, Kim Ammann Howard & Emily McChesney Gonzalez đã đánh giá tần suất và bản chất của việc đề cập đến rượu trong nội dung bản tin được rút ra từ một mẫu ngẫu nhiên gồm chín tờ

báo ở California từ tháng 9/1997 đến tháng 6/1998. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng rượu được nhắc đến ít nhất một lần mỗi ngày trên các tờ nhật báo và được đề cập với tần suất thường xuyên hơn trên các tờ báo nhỏ hơn. Rượu thường được thảo luận nhiều nhất liên quan đến chấn thương hoặc trong bối cảnh thúc đẩy tiêu thụ rượu. Các bài báo về chấn thương và lái xe trong tình trạng say xỉn nhận được nhiều sự chú ý hơn những câu chuyện khác đề cập đến rượu. Bất chấp tần suất tương đối về vấn đề uống rượu trong các tin tức về chấn thương, những bản tin này hiếm khi đóng khung với bất kỳ tình trạng sức khỏe nào. Từ đó, tác giả cho rằng những người ủng hộ sức khỏe cộng đồng nên nỗ lực hướng tới việc tăng tần suất và cải thiện việc đưa tin về rượu trên báo chí. Từ việc phân tích 10.212 kết quả và 24 nghiên cứu trên tám cơ sở dữ liệu, nhóm tác giả Ben Young, Sarah Lewis, Srinivasa Vittal Katikireddi, Linda Bauld, Martine Stead, Kathryn Angus, Mhairi Campbell, Shona Hilton, James Thomas, Kate Hinds, Adela Ashie và Tessa Langley trong nghiên cứu “Hiệu quả của các chiến dịch truyền thông đại chúng nhằm giảm thiểu tiêu thụ và tác hại của rượu: Đánh giá có hệ thống” chỉ ra rằng, hầu hết các chiến dịch sử dụng truyền hình, đài phát thanh kết hợp với các kênh truyền thông khác được thực hiện ở các nước phát triển và có chất lượng kém. Dựa trên 13 nghiên cứu đo lường, nhóm tác giả cho biết, có rất ít bằng chứng về việc giảm tiêu thụ rượu liên quan đến việc tiếp xúc với các chiến dịch truyền thông. Do vậy, nghiên cứu đưa ra kết luận rằng các chiến dịch truyền thông về sức khỏe trên các phương tiện truyền thông đại chúng về rượu thường được người dân nhắc đến và có đạt được những thay đổi về kiến thức, thái độ và niềm tin của họ về rượu nhưng có rất ít bằng chứng về việc giảm tiêu thụ rượu sau những chiến dịch đó [178].

Trong nghiên cứu “Truyền thông đại chúng là nhà sư phạm về rượu cho mọi người? Tác động của việc mô tả những tác hại của rượu và ảnh hưởng bởi đặc tính người xem”, Mira Mayrhofer và Brigitte Naderer được đăng tải ngày 5/10/2017 chỉ ra rằng các phương tiện thông tin đại chúng có thể đóng vai trò quan trọng như một nhà giáo dục về tác hại của rượu. Tuy nhiên, hiệu ứng của việc này là rất khác nhau đối với các nhóm người xem khác nhau. Vì vậy, những nỗ lực tác động đến người xem theo hướng để họ có lối sống lành mạnh hơn phải được điều chỉnh phù hợp với

nhóm đối tượng. Đặc biệt, việc mô tả các hậu quả tiêu cực dường như là một con đường quan trọng để tiếp cận các nhóm có nguy cơ cao, chẳng hạn như những người nghiện rượu nặng, và làm cho các kết quả tiêu cực của việc uống rượu trở nên nổi bật hơn. Năm 1988, Mỹ thông qua Đạo luật ghi nhãn đồ uống có cồn (ABLA), theo đó yêu cầu phải dán cảnh báo về sức khỏe trên nhãn của tất cả các hộp đựng đồ uống có cồn được sản xuất, nhập khẩu hoặc đóng chai để bán hoặc phân phối tại Mỹ. Trong nghiên cứu “Đưa tin về các vấn đề về đồ uống có cồn trên báo in ở Mỹ giai đoạn 1985-1991” trên Tạp chí Y tế Công cộng Mỹ (AJPH) tháng 10/1999, P H Lemmens, P A Vaeth và T K Greenfield đã đánh giá về việc mô tả các vấn đề liên quan đến rượu trên các báo in ở Mỹ trong khoảng thời gian 7 năm thực hiện Đạo luật ABLA. Qua phân tích 15% bài báo được đăng tải trên 5 tờ báo quốc gia của Mỹ viết về đồ uống có cồn được xuất bản từ năm 1985 tới năm 1991. Kết quả cho thấy, số lượng bài viết liên quan đến chứng nghiện rượu trong thời gian nghiên cứu đã giảm nhẹ, trong khi số lượng bài viết về tác động nói chung của rượu đến sức khỏe lại tăng lên. Báo chí Mỹ không quá chú trọng Đạo luật ABLA. Hầu hết các bài viết để sử dụng thông tin từ các nguồn tin trong chính quyền và mô tả về rượu một cách trung lập hoặc tiêu cực. Nghiên cứu cũng cho thấy sự tiếp nối trong xu hướng được ghi nhận từ những năm 1960 trên báo in ở Mỹ, theo đó báo chí ngày càng nhấn mạnh đến những vấn đề về sức khỏe cộng đồng do rượu và không chú trọng đến các khía cạnh lâm sàng của chứng nghiện rượu như trước đó [174].

Ung thư vú là nguyên nhân đứng hàng thứ hai trong số các ca tử vong do ung thư và tỷ lệ ung thư phát triển xâm lấn trong đời là 1/8. Trong khi đó, theo Khảo sát phòng vấn sức khỏe quốc gia, hơn 60% phụ nữ Mỹ uống rượu ít nhất là ở mức độ vừa phải. Nếu rượu gây ra bệnh ung thư vú, ước tính có khoảng 14% trường hợp có thể được ngăn chặn bằng các biện pháp can thiệp hiệu quả. Hơn 50 nghiên cứu về mối quan hệ giữa ung thư vú do rượu đã được báo cáo trong các tài liệu y khoa từ năm 1974. Trong nghiên cứu “Mối liên quan giữa rượu và ung thư vú: nghiên cứu được báo chí phổ biến đưa tin” đăng trên Tạp chí y tế cộng đồng Am J số tháng 8/1995, F Houn, M A Bober, E E Huerta, S D Hursting, S Lemon, và D L Weed đã phân tích các bài báo từ các tạp chí khoa học và trên các báo và tạp chí xuất bản từ

ngày 1/1/1985 đến ngày 1/7/1992 được lấy từ sáu cơ sở dữ liệu trực tuyến. Nhóm tác giả đã thống kê được 58 bài báo khoa học về mối quan hệ giữa rượu và ung thư vú, 64 bài viết trên các báo và 23 bài viết trên các tạp chí. Các bài viết trích dẫn 11 nghiên cứu, 19% trong số đó được công bố trong thời gian nghiên cứu. 63% bài viết đưa ra các khuyến nghị về hành vi cho công chúng. Tỷ lệ bài viết dẫn các nghiên cứu theo hướng tích cực là 75%, nghiên cứu tiêu cực là 18%, và nghiên cứu trung lập chiếm 6% và một số nghiên cứu không xác định được tác giả hoặc năm công bố nên không được phân tích. Phân tích các từ dùng để miêu tả nguy cơ của rượu đối với bệnh ung thư vú cho thấy rằng từ "khả năng" và "rủi ro" được sử dụng trong 71% số bài viết, "tỷ lệ tăng/giảm rủi ro hoặc khả năng" được sử dụng trong 63% bài viết và từ "có liên quan" hoặc "liên hệ" được sử dụng trong 58% bài viết. Với nhận định phần lớn các nghiên cứu khoa học về mối liên hệ giữa rượu và ung thư vú đã không được chú trọng trong các bài viết trên báo chí, nhóm tác giả khuyến nghị các nhà nghiên cứu và báo chí phổ thông tăng cường cung cấp thông tin cho công chúng về các vấn đề liên quan đến sức khỏe cộng đồng [159].

Trong nghiên cứu “Ngăn chặn các vấn đề liên quan đến rượu ở Mỹ thông qua chính sách: Chiến dịch truyền thông, phương pháp điều chỉnh và can thiệp môi trường” của nhóm tác giả Norman Giesbrecht & Thomas K. Greenfield đăng trên Tạp chí The Journal of Primary Prevention tháng 9/2003, nhóm tác giả đã cung cấp một cái nhìn tổng quan về một số chiến lược chung để giảm các vấn đề liên quan đến uống rượu, bao gồm kiểm soát quảng cáo rượu và quảng cáo truy cập; luật pháp và các quy định liên quan đến tuổi uống rượu hợp pháp tối thiểu, dịch vụ cho trẻ vị thành niên, uống rượu và lái xe; các biện pháp môi trường liên quan đến giá rượu, mật độ của các cửa hàng, sự can thiệp của bộ máy quản lý, hệ thống kiểm soát và các can thiệp dựa vào cộng đồng. Các tác giả khẳng định, các vấn đề liên quan đến rượu là kết quả của sự tương tác giữa các cá nhân và các nhóm với môi trường pháp lý và xã hội trong đó uống rượu xảy ra. Nhiều chiến lược được thiết kế để thay đổi môi trường đã được chứng minh là có tầm quan trọng ảnh hưởng đến các vấn đề liên quan đến rượu. Cùng với những chính sách mới, càng ngày, công chúng càng quan tâm hơn tới những tác hại của rượu bia. Bởi vậy, bên cạnh việc muốn duy trì

lợi nhuận từ rượu, bia, các nước cũng cần phải áp dụng hiệu quả các chính sách phòng, chống tác hại của chúng.

Một nghiên cứu chuyên sâu về “Rượu trên các phương tiện truyền thông đại chúng và việc uống rượu của thanh thiếu niên” của nhóm tác giả Connolly GM, Casswell S, Zhang JF, Silva PA, đăng trên Tạp chí Trung tâm quốc gia về thông tin công nghệ sinh học Hoa Kỳ tháng 10/1994 chỉ ra rằng, việc uống rượu của thanh thiếu niên ở các độ tuổi khảo sát 13, 15, 18 có liên quan tới vấn đề truyền thông về rượu trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Đáng chú ý, không thấy có mối liên hệ nào giữa việc quảng cáo thương mại về rượu và việc tiêu thụ rượu giữa đàn ông và phụ nữ nhưng nghiên cứu lại nhận thấy những phụ nữ trẻ xem ti vi nhiều giờ hơn đã uống nhiều rượu mạnh hơn. Nghiên cứu của Henry Saffer (2000) đã chỉ ra rằng, thói quen sử dụng rượu bia của người dân nói chung có ảnh hưởng từ quảng cáo. Mỗi lệnh cấm quảng cáo bia hoặc rượu trên truyền hình, phát thanh hoặc báo in làm giảm 5% tiêu thụ rượu bia. Thêm mỗi lệnh cấm quảng cáo cả bia và rượu sẽ làm giảm 8% tiêu thụ rượu bia (Nghiên cứu sử dụng số liệu của 20 quốc gia qua 25 năm) [107].

Tương tự, phân tích dữ liệu điều tra quốc gia Mỹ cho thấy: một lệnh cấm toàn bộ quảng cáo bia và rượu trên 5 kênh truyền thông ở Mỹ gồm kênh thể thao TV, kênh radio thể thao; quảng cáo ngoài trời, quảng cáo trên báo và tạp chí, sẽ giảm 24% tỷ lệ thanh thiếu niên say rượu bia hàng tháng [107].

Những quốc gia cấm quảng cáo rượu mạnh trên truyền hình và đài phát thanh có tỷ lệ tiêu thụ rượu bia thấp hơn 16% và tỷ lệ tử vong do tai nạn giao thông thấp hơn 10% so với quốc gia không cấm. Những quốc gia cấm quảng cáo cả bia và rượu trên truyền hình và phát thanh có tỷ lệ tiêu thụ rượu bia thấp hơn 11% và tỷ lệ tử vong do tai nạn giao thông thấp hơn 23% so với quốc gia chỉ cấm quảng cáo rượu mạnh (Nghiên cứu phân tích dữ liệu của 17 quốc gia qua 13 năm [107, 113].

Nếu chỉ cấm quảng cáo bia và rượu trên truyền hình mà không cấm trên radio, báo in và quảng cáo ngoài trời thì cũng đã cứu sống 2.000 đến 3.000 người mỗi năm tránh khỏi tử vong do tai nạn giao thông. Nếu loại bỏ việc giảm trừ thuế

với các quảng cáo bia và rượu sẽ làm giảm 27% quảng cáo bia và rượu, giảm 2.300 trường hợp tử vong do tai nạn giao thông mỗi năm.

Liên minh Châu Âu đã từng tiến hành đánh giá toàn diện về ảnh hưởng của quảng cáo rượu, bia tới thói quen sử dụng thức uống này của người dân và cho biết, cấm quảng cáo rượu bia là một trong 3 biện pháp có chi phí – hiệu quả cao nhất trong giảm gánh nặng bệnh tật và tử vong do rượu bia.

Ở Châu Úc, cấm toàn bộ quảng cáo rượu bia là một trong 2 biện pháp có chi phí – hiệu quả cao nhất để giảm tác hại của rượu bia ở Úc, cùng với biện pháp tăng thuế [107, 113, 109]. Ở Mỹ, nhà chức trách áp dụng nhiều giải pháp nhưng trong đó có 2 giải pháp được đánh giá mang lại nhiều hiệu quả nhất là cấm quảng cáo và tăng thuế rượu bia. Nếu các biện pháp này không được thực thi, ước tính 55.259 trường hợp tử vong do các vấn đề sức khỏe liên quan đến rượu bia gây ra trong 4 triệu người Mỹ lứa tuổi 20.

Từ nhiều nghiên cứu khác nhau, các chuyên gia trên thế giới đều khẳng định, ở lứa tuổi dễ bắt chước, việc quảng cáo rượu, bia trên truyền hình có thể làm gia tăng việc bắt đầu sử dụng rượu, bia ở người trẻ. Do bị ảnh hưởng từ những hình ảnh về sử dụng rượu, bia trên quảng cáo, nhiều người trẻ coi sử dụng rượu, bia như là một biểu hiện của tuổi trưởng thành, một hành vi thể hiện giá trị bản thân, thay vì nhìn thấy những tác hại của sử dụng rượu, bia [107, 109, 119].

Đối với phim ảnh, tác dụng từ những quảng cáo rượu, bia trá hình hoặc vô tình, hoặc cố ý còn nguy hại hơn việc người trẻ thu nhận thông tin từ quảng cáo trên ti vi. Hầu hết các nghiên cứu cho thấy, nếu một trẻ vị thành niên tiếp xúc càng nhiều với những bộ phim có cảnh uống rượu, bia, thì khả năng trẻ này có nguy cơ uống rượu, bia càng sớm. Điều này càng chứng minh sự tác động đối với thanh niên. Theo đó, khi nam giới 18-29 tuổi được xem phiên bản gốc của bộ phim có hình ảnh sử dụng rượu bia thì mức độ tiêu thụ rượu bia tăng gấp 2 lần so với những nam giới chỉ được xem phiên bản kiểm duyệt của chính bộ phim đó đã gỡ bỏ những hình ảnh sử dụng rượu bia. Như vậy, kết quả các nghiên cứu đều khẳng định, việc phải kiểm soát quảng cáo, khuyến mại rượu bia là có căn cứ và đây là một biện



pháp hiệu quả cao làm giảm tiêu thụ rượu bia, làm giảm tai nạn giao thông, giảm gánh nặng bệnh tật do sử dụng rượu bia.

## **1.2. Những nghiên cứu tiêu biểu trong nước**

### **1.2.1. Những nghiên cứu về truyền thông chính sách**

Tại Việt Nam, Đảng và Nhà nước ta luôn khẳng định vai trò quan trọng của báo chí đối với mọi mặt của đời sống từ chính trị, kinh tế, đến văn hóa, xã hội. Báo chí luôn được xác định là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước, là tiếng nói của Nhân dân. Khi nghiên cứu về vai trò của báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia, NCS nhận thấy, báo chí đã đóng vai trò là một kênh truyền thông chính sách, truyền tải những thông điệp về tác hại của rượu bia từ các nhà quản lý, hoạch định chính sách tới công chúng. Báo chí thông tin về quá trình xây dựng, thực thi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia chính là một quá trình truyền thông chính sách.

Với vai trò quan trọng như vậy của báo chí trong đời sống chính trị, kinh tế, xã hội của đất nước, đã có nhiều nghiên cứu của các tác giả trong nước đề cập đến chức năng, nhiệm vụ, tầm quan trọng của báo chí như: Bài viết của tác giả Nguyễn Phú Trọng (2015) “*Phát huy hơn nữa vai trò của báo chí trong sự nghiệp đổi mới, xây dựng và bảo vệ đất nước*” đăng trên Tạp chí Cộng sản số tháng 7/2015; tham luận của các nhà nghiên cứu tại Hội thảo quốc gia “*Vai trò của báo chí, xuất bản trên lĩnh vực tư tưởng - văn hóa ở Việt Nam hiện nay*” (Nxb Chính trị quốc gia, 2019); Hà Minh Đức (2000), *Cơ sở lý luận báo chí, đặc tính chung và phong cách*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội; Đỗ Chí Nghĩa (2013), “*Vai trò của báo chí trong định hướng dư luận xã hội*”, Nxb Chính trị quốc gia; Tạ Ngọc Tấn (2001): *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia Hà Nội; Hoàng Đình Cúc, Đức Dũng (2007), *Những vấn đề của báo chí hiện đại*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội; Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội; Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Báo Đại biểu nhân dân, Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2017) “*Truyền thông chính sách, kinh nghiệm Việt Nam – Hàn Quốc*”, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật; Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Cổng thông tin điện tử Chính phủ, Cơ quan hợp tác

quốc tế Hàn Quốc (2018), *“Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội”*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật....đều nhấn mạnh vai trò của truyền thông chính sách.

Khoản 1, Điều 4, Luật Báo chí 2016 quy định rõ: *“Báo chí ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp; là diễn đàn của Nhân dân.”*

Các tác giả Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hường, Trần Quang trong cuốn *“Cơ sở lý luận báo chí truyền thông”* (năm 2005), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội nhận định: Trong đời sống chính trị - xã hội, báo chí giữ vai trò hết sức quan trọng. Bất kỳ một lực lượng cầm quyền nào trong các quốc gia trên thế giới đều sử dụng báo chí như một công cụ để tác động vào tư tưởng, tình cảm của công chúng, nhằm tạo ra ở họ những nhận thức mới, những định hướng có giá trị cho cuộc sống. Vì thế, trong quá trình đấu tranh cách mạng, dưới sự lãnh đạo của Đảng Công sản, cả phía cách mạng lẫn phản cách mạng đều nhận thấy tác dụng lợi hại của báo chí. Điều đó đã được chứng minh bằng toàn bộ thực tiễn đấu tranh cách mạng và những biến cố quốc tế diễn ra trong suốt những thế kỷ qua, kể cả những bài học đắt giá của sự sụp đổ chế độ xã hội chủ nghĩa ở một số nước Đông Âu, Liên Xô trước đây. Các tác giả khẳng định, ở nước ta, báo chí là công cụ chính trị của Đảng, của Nhà nước, của các tổ chức, đoàn thể xã hội, là diễn đàn của nhân dân.

Còn theo tác giả Nguyễn Văn Dũng trong cuốn *“Cơ sở lý luận báo chí”*, báo chí là một bộ phận của truyền thông đại chúng, nhưng là bộ phận chiếm vị trí trung tâm, vai trò nền tảng và có khả năng quyết định tính chất, khuynh hướng, chi phối năng lực và hiệu quả tác động của truyền thông đại chúng. Do đó, trong nhiều trường hợp, có thể dùng báo chí để chỉ truyền thông đại chúng và ngược lại, nói đến truyền thông đại chúng, trước hết phải nói đến báo chí [tr.65,32 ].

PGS.TS Vũ Văn Hà trong cuốn *“Báo chí, truyền thông: Những vấn đề trọng yếu”* nhận định: *“Sự ra đời và tồn tại của báo chí đã khẳng định một cách khách quan vị trí, vai trò của báo chí trong đời sống xã hội. Chức năng của báo chí được hình thành không phải là do sự áp đặt một cách chủ quan của con người, mà tồn tại*

một cách khách quan trên cơ sở những quy luật nội tại của báo chí. Lý luận báo chí của chủ nghĩa Mác- Lê nin và thực tiễn hoạt động của báo chí cách mạng đã cho thấy báo chí tác động tới xã hội theo nhiều khuynh hướng, thông qua thực hiện một số chức năng: chức năng chính trị tư tưởng, chức năng quản lý - giám sát xã hội, chức năng văn hóa thẩm mỹ, chức năng kinh tế... Chức năng của báo chí có mối liên hệ chặt chẽ, chi phối và tác động lẫn nhau, là tiền đề và điều kiện của nhau tạo thành hệ thống hoàn chỉnh, thống nhất trong việc tác động tới công chúng xã hội. Vì vậy, vai trò thực tế của báo chí trong xã hội được thể hiện đầy đủ chỉ khi phát huy toàn diện, hài hòa các chức năng của báo chí ở trong từng loại hình báo chí hay cả hệ thống báo chí nói chung” [tr.71, 87 ].

Trong cuốn “Cơ sở lý luận báo chí truyền thông” (2005), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, các tác giả Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hùng, Trần Quang đã đề cập đến những vấn đề chung của báo chí; báo chí – loại hình hoạt động thông tin chính trị, xã hội; chức năng của báo chí; nguyên tắc hoạt động của báo chí; vấn đề giai cấp và tự do báo chí; báo chí và pháp luật; hiệu quả báo chí; lao động sáng tạo trong hoạt động báo chí... Các tác giả nhận định: Trong tiến trình phát triển của lịch sử văn hóa nhân loại, báo chí là một hiện tượng xã hội. Báo chí ra đời do nhu cầu thông tin, giao tiếp, giải trí và nhận thức của con người. Mặc dầu ra đời chậm so với các hình thái ý thức xã hội khác, nhưng báo chí đã nhanh chóng trở thành một trong những lĩnh vực xung kích bởi khả năng phản ánh hiện thực của nó. Từ khi xuất hiện cho đến nay, báo chí luôn năng động trong việc phản ánh hiện thực đa dạng, sinh động và luôn vận động phát triển. Báo chí là một bộ phận không thể thiếu trong đời sống tinh thần của mọi người, mọi dân tộc. Vì thế, báo chí luôn là một công cụ hoạt động quan trọng của con người và các giai cấp trong cuộc đấu tranh vì sự tiến bộ và văn minh của nhân loại [ 86 ].

Cuốn sách “Cơ sở lý luận báo chí” (2007), GS.TS Tạ Ngọc Tấn chủ biên đề cập đến nguyên lý chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí với các tính Đảng, tính quần chúng, tính chân thật; đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về công báo chí. Tác giả Tạ Ngọc Tấn khẳng định, báo chí là sản phẩm thuộc kiến trúc thượng tầng, ra đời và phát triển do nhu cầu thông tin của

xã hội. Báo chí là phương tiện tuyên truyền, tổ chức, cổ động nhân dân, đồng thời là diễn đàn của nhân dân về các lĩnh vực đời sống xã hội. Mọi đảng phái, tổ chức, lực lượng kinh tế, xã hội đều sử dụng báo chí làm phương tiện tuyên truyền, phục vụ cho mục đích của tổ chức mình [ 88 ].

Cuốn “Tăng cường lãnh đạo, quản lý, tạo điều kiện để báo chí Việt Nam phát triển mạnh mẽ, vững chắc trong thời gian tới” (2007), Ban Tuyên giáo Trung ương biên soạn khẳng định nguyên tắc báo chí cách mạng nước ta luôn đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước, là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và Nhân dân. Cuốn sách cũng đề cập đến những yếu kém, khuyết điểm của một số cơ quan báo chí như: thiếu nhạy bén chính trị, chưa làm tốt chức năng tư tưởng, văn hóa báo chí cách mạng, xa rời tôn chỉ mục đích, khuynh hướng tư nhân hóa báo chí, chậm đổi mới [5].

Trong cuốn “Những vấn đề của báo chí hiện đại” (2007), Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội, các tác giả Hoàng Đình Cúc, Nguyễn Đức Dũng đã nghiên cứu sự hình thành tư tưởng triết học gắn với hoạt động của báo chí của C.Mác, tính thực tiễn của báo chí ở nước ta hiện nay, đạo đức nghề nghiệp của người làm báo, nhận diện hệ thống thể loại báo chí ở nước ta. Nội dung cuốn sách cũng đề cao vai trò của báo chí trong thời đại mới, là lực lượng tiên phong trên mặt trận chính trị, tư tưởng, xung kích trong việc tuyên truyền chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, giáo dục tư tưởng, bảo vệ các giá trị văn hóa dân tộc [23].

Trong cuốn “Quản lý Nhà nước và pháp luật về báo chí” (2009), Nxb Văn hoá – Thông tin, Hà Nội, các tác giả Lê Thanh Bình và Phí Thị Thanh Tâm bàn về các quan niệm quản lý nhà nước trong lĩnh vực báo chí. Trong đó, các tác giả khẳng định pháp luật, sự quản lý nhà nước có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của báo chí [17 ].

Cuốn C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh với báo chí (2010) của tác giả Hà Minh Đức lại bàn về chức năng, đặc điểm, khuynh hướng chính trị, xã hội của các phẩm báo chí, báo chí dưới chế độ tư bản và báo chí của giai cấp vô sản. Tác giả phân tích về sự tiếp nhận và vận dụng sáng tạo quan điểm báo chí của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin của Chủ tịch Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay;

sự hình thành và phát triển lớn mạnh của báo chí cách mạng Việt Nam theo đường lối chủ nghĩa Mác – Lênin [37].

Trong cuốn “Báo chí và dư luận xã hội” (2011), Nxb Lao động, tác giả Nguyễn Văn Dũng khẳng định báo chí là nhân tố cơ bản khơi nguồn dư luận xã hội, phản ánh, truyền dẫn dư luận xã hội, định hướng dư luận xã hội và điều hòa dư luận xã hội. Báo chí quyết định tới việc công chúng nghĩ gì và quan tâm như thế nào đối với vấn đề mà báo chí đề cập. Do đó, để tìm hiểu về cơ chế tác động của báo chí vào công chúng, làm thay đổi nhận thức, thái độ và điều chỉnh hành vi của con người và các nhóm công chúng xã hội phù hợp, cần thông qua hai phạm trù là đánh giá việc ứng xử của nhà báo với dư luận xã hội và sự phản hồi của công chúng đối với báo chí khi tiếp nhận những thông tin mà báo chí đăng tải [35].

Cuốn “Công tác lãnh đạo quản lý báo chí trong 25 năm tiến hành sự nghiệp đổi mới” (2012) do tác giả Nguyễn Thế Kỷ chủ biên với 3 chương đã tập trung làm rõ những quan niệm, nội dung và cơ chế Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý báo chí; những ưu điểm, hạn chế trong công tác lãnh đạo; những nhiệm vụ, giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác lãnh đạo, quản lý báo chí [102].

Cuốn “Quản lý và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam” (2015) của tác giả Đỗ Quý Doãn (Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội) tập hợp các bài phát biểu của tác giả trong các hội nghị và các bài viết đăng trên một số báo, tạp chí. Tác giả đưa ra nhiều nhận xét, đánh giá chung về hoạt động của báo chí, xuất bản và công tác quản lý nhà nước về báo chí từ giai đoạn 1998 đến 2013.

Cuốn “Lý thuyết và kỹ năng báo mạng điện tử” (2016) của tác giả PGS.TS Nguyễn Thị Trường Giang, (Nxb Chính trị quốc gia sự thật), đã đề cập đến nhiều vấn đề cơ bản của báo chí điện tử như sự ra đời và phát triển của báo mạng điện tử, vai trò của internet trong đời sống xã hội, những đặc trưng cơ bản của báo mạng điện tử, những nguyên tắc chung đối với báo mạng điện tử [70].

Trong cuốn “Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại” (2016), Nxb Thông tin và Truyền thông, các tác giả Phan Văn Kiên, Phan Quốc Hải, Phạm Chiến Thắng, Nguyễn Đình Hậu đã đề cập đến một số vấn đề và xu hướng chung của báo chí, truyền thông hiện nay như: vai trò thông tin của báo chí

và sự “soán ngôi” của mạng xã hội; vai trò của bình luận; xu hướng của truyền hình trong tương lai; xu hướng phát thanh hiện đại trên internet; những vấn đề quảng cáo hiện đại .... Các tác giả cũng nhận định, từ sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, xu hướng tiếp cận thông tin trên báo chí cũng đang thay đổi nhanh chóng. Do đó, để đáp ứng nhu cầu phát triển, không chỉ quá trình truyền tải thông điệp truyền thông đến công chúng cần thay đổi mà các nhà báo hiện đại cũng luôn phải thay đổi, làm mới chính mình để không chỉ đáp ứng nhu cầu của công chúng mà còn để không bị tụt hậu so với công nghệ của nền công nghiệp truyền thông đang đổi thay từng ngày, từng giờ hiện nay [50].

Trong cuốn “Lý thuyết truyền thông nâng cao” (2019), Nxb Thế giới, tác giả Ts. Phạm Hải Chung (chủ biên) đã đề cập đến các khái niệm, vai trò của truyền thông; Bốn thời kỳ của Lý thuyết truyền thông đại chúng; Bốn trường phái lý thuyết truyền thông; Một số lý thuyết và mô hình truyền thông tiêu biểu. Tác giả nhận định: Thế kỷ XXI chứng kiến sự chuyển mình mạnh mẽ trong lĩnh vực truyền thông. Sự chuyển biến về kỹ thuật từ Analog sang kỹ thuật số dẫn đến sự thay đổi từ truyền thông đại chúng sang phi đại chúng, từ web 1.0, web 2.0 đến web 3.0 có sự hỗ trợ của trí tuệ nhân tạo (AI). Các kênh truyền thông vốn rời rạc trở nên hội tụ, tích hợp, đa phương tiện, đa nền tảng. Dòng chảy thông tin không còn là hai chiều mà đa chiều, tạo nên sự bùng nổ thông tin với nhiều giá trị khó phân định. Tác giả cũng nhấn mạnh, vai trò của truyền thông đối với xã hội phụ thuộc vào các phương thức, hiệu quả tổ chức thông tin, loại hình giao tiếp xã hội, các liên kết xã hội và can thiệp xã hội [21].

Trong cuốn “Báo chí truyền thông – Những điểm nhìn từ thực tiễn (tập 4)” (2019), PGS.TS Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên) đã giới thiệu 51 bài viết của hơn 40 tác giả là những nhà báo, nhà nghiên cứu, lãnh đạo các cơ quan báo chí, tập trung bàn luận về giải pháp phát huy vai trò của báo chí, truyền thông đối với công tác lãnh đạo, quản lý ở Việt Nam trong thời kỳ mới; Lãnh đạo, quản lý báo chí, truyền thông thời đại cách mạng công nghiệp 4.0; Hướng tới một nền báo chí vì công chúng; Mối quan hệ kinh tế giữa doanh nghiệp, giới truyền thông và báo chí trong giai đoạn hiện nay ..... Cuốn sách nhận định: Báo chí cách mạng Việt Nam đang nỗ

lực hội nhập truyền thông toàn cầu. Những cơ hội và cả thách thức và thời đại truyền thông số mang lại không hề nhỏ, đã tác động to lớn đến sự phát triển của mọi nền báo chí, trong đó có nền báo chí cách mạng Việt Nam. Các Tòa soạn phải đứng trước nhiều thách thức nhưng cũng là cơ hội để đổi mới trên nhiều bình diện: nội dung, phương thức sáng tạo, mô hình tổ chức sản xuất, quản lý tòa soạn v.v... Báo chí hiện đại không còn đơn điệu hoặc hoạt động đơn lẻ mà đã trở thành các loại hình báo chí đa phương tiện, các tòa soạn hội tụ, luôn vận động nhiều chiều với nhiều định dạng của thực tiễn đời sống [51].

Cuốn “Biên tập viên, phóng viên hạng III”(2020), phần II: Kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp chuyên ngành, Nxb Thông tin và Truyền thông của Trường đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý thông tin và truyền thông đề cập nhiều nội dung như: cơ sở lý luận báo chí, xuất bản; đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội của nhà báo; tổ chức, hoạt động của tòa soạn báo và nhà xuất bản; ngôn ngữ báo chí, biên tập báo chí, xuất bản; tác phẩm báo chí xuất bản...Cuốn sách khẳng định Báo chí, xuất bản có vai trò quan trọng đặc biệt trong đời sống xã hội với nhiệm vụ tuyên truyền chính trị, định hướng tư tưởng, phản ánh hiện thực, góp phần nâng cao dân trí, thúc đẩy tiến bộ xã hội. Trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư với các mô hình ứng dụng khoa học, công nghệ cao, sự xuất hiện của nhiều phương tiện truyền thông hiện đại và sự đa dạng, bùng nổ về thông tin đòi hỏi báo chí, xuất bản cần đổi mới và nâng cao chất lượng thông tin, tuyên truyền; biên tập viên, phóng viên cần có phẩm chất chính trị trong sáng, ý thức trách nhiệm công dân, kỹ năng và đạo đức nghề nghiệp [93].

Trong cuốn “Báo chí trí tuệ: Từ 5W đến 5I: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn” (2020), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, tác giả TS. Nguyễn Tri Thức đã tập trung phân tích những nội dung cơ bản của báo chí từ 5W đến 5I; báo chí trí tuệ và những vấn đề cốt lõi; một số vấn đề về báo chí trong thực tiễn... Ts. Nguyễn Tri Thức cho biết, khi mạng xã hội phát triển mạnh mẽ với nhiều tính năng vượt trội, phổ biến, thân thiện; hệ sinh thái báo chí - truyền thông buộc phải chuyển động dữ dội. Báo chí mất đi ưu thế đưa tin, làm chủ thông tin. Tác giả cũng cho biết, thời gian gần đây, ở Việt Nam, cụm từ “báo chí trí tuệ” được nhắc đến khá nhiều, với hai

cách hiểu phổ biến là việc áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong làm báo và việc thể hiện trí tuệ trong sản phẩm báo chí. Với công thức 5W-1H, ai làm báo cũng thuộc cũng dùng thường xuyên, nhưng 5I là gì thì không phải ai cũng thấu hiểu. Theo tác giả, 5I là những từ viết tắt từ các từ tiếng Anh: Informed (Am hiểu), Intelligent (Thông minh), Interesting (Thú vị), Insightful (Sâu sắc) và Interpretation (Sáng tỏ), và đó chính là nội hàm của báo chí trí tuệ [96].

Trong cuốn “Báo chí truyền thông: Những vấn đề trọng yếu” (2020), Nxb Đại học quốc gia Hà Nội, các tác giả của Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông đã tập trung đề cập đến các nội dung về lãnh đạo, quản lý báo chí truyền thông; Nghiên cứu chuyên sâu, toàn cảnh và xu hướng về truyền thông hiện đại, về PR, về báo chí dữ liệu, về không gian trực tuyến; Nghiên cứu trường hợp về báo chí và dư luận xã hội, về không gian công của thảo luận trên báo điện tử, về mô hình công chúng tham gia, về chiến lược đưa thông tin lên các thiết bị kích hoạt bằng giọng nói...Cuốn sách nhận định: Ngành báo chí truyền thông những năm qua chứng kiến sự thay đổi vượt bậc đến từ những thành tựu của công nghệ và bối cảnh công nghệ số, chuyển đổi số hay những phương thức, quy trình sản xuất mới đối với báo chí vừa là những cơ hội nhưng cũng đồng thời là những thách thức lớn đối với các nhà hoạch định chính sách cũng như đối với mỗi cơ quan báo chí. Những sức ép về công nghệ và doanh thu khiến giới báo chí truyền thông phải nỗ lực thay đổi theo hướng nâng cao chất lượng, thu hút công chúng, người dùng bằng chính chất lượng sản phẩm của mình [87].

Trong cuốn “Báo chí, truyền thông Việt Nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn” (2020), Nxb Thông tin và Truyền thông, PGS.TS Nguyễn Thế Kỷ đã tập trung giới thiệu các nội dung về: Hồ Chí Minh, người sáng lập, người thầy của nền báo chí cách mạng Việt Nam; Báo chí, truyền thông Việt Nam, một số vấn đề lý luận và thực tiễn... Tác giả cho biết, trong những năm gần đây, báo chí Việt Nam không chỉ tăng về số lượng mà chất lượng nội dung báo chí cũng không ngừng phát triển cả về bề rộng và chiều sâu thông tin, nhanh chóng, chính xác, đa dạng, phong phú; đội ngũ những người làm báo được đào tạo bài bản hơn về chính trị, chuyên môn, văn hóa, đạo đức nghề nghiệp. Các cơ quan báo chí thích nghi và đứng vững



trong cơ chế thị trường, lớn mạnh cả về hoạt động kinh tế báo chí; thể chế, chính sách về báo chí được hoàn thiện những bước cơ bản; hoạt động đối ngoại và thông tin đối ngoại được tăng cường. Báo chí nước ta thực sự là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước, các Bộ, Ban, ngành, đoàn thể, địa phương; là tiếng nói của nhân dân; tuyên truyền phục vụ sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc; hội nhập mạnh mẽ và sâu rộng với bên ngoài.

Cũng đề cập đến những thách thức và giải pháp cho báo chí truyền thông trong thời kỳ hiện đại, cuốn “Báo chí và truyền thông – Những thách thức và giải pháp trong xu thế phát triển hiện đại” (2020), Nxb Đại học quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, các tác giả của Đại học KHXH & NV, Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh đã đề cập đến xu hướng và công nghệ mới trong báo chí và truyền thông; Những đổi mới về kinh tế báo chí và truyền thông; Đào tạo báo chí và truyền thông: Giá trị cốt lõi và kỹ năng mới....Cuốn sách nhận định: Lịch sử báo chí và truyền thông nhân loại trải qua không ít thăng trầm với những bước ngoặt quan trọng. Bước ngoặt thứ nhất diễn ra vào giữa thế kỷ XV, khi Johannes Gutenberg phát minh máy in. Bước ngoặt thứ hai, bắt đầu từ giữa thập niên 1980, được đánh dấu bằng sự ra đời của máy tính cá nhân, internet rồi lần lượt là sự xuất hiện các trang mạng xã hội khổng lồ như Google, Facebook, Twitter, Instagram... đã đưa nhân loại đi vào xã hội thông tin, thời đại kỹ thuật số...Nhưng dù là ở giai đoạn nào, từ những hạt mầm đầu tiên hay đã vươn lên thành đại thụ sum suê thì truyền thông đại chúng - đặc biệt là báo chí, vẫn luôn chứng tỏ mình là một sinh thể đa dạng và năng động, biết cách thích nghi với những môi trường, thổ nhưỡng khác nhau.

Trong cuốn “Phương pháp nghiên cứu truyền thông” (2020), Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội, tác giả Ts. Vũ Tuấn Anh (chủ biên) đã đề cập đến truyền thông và nghiên cứu truyền thông; nghiên cứu công chúng truyền thông; nghiên cứu thông điệp truyền thông; nghiên cứu tổ chức truyền thông; nghiên cứu truyền thông trong kỷ nguyên số... Ts. Vũ Tuấn Anh khẳng định: trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế ở nước ta hiện nay, truyền thông ngày càng có vai trò quan trọng trong việc giáo dục, động viên, nâng cao tinh thần tự giác, ý thức

trách nhiệm của xã hội, nâng cao kiến thức, nhận thức, thái độ về mọi mặt hoạt động của nhân dân.

Trong cuốn “Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định” (2021), Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, GS.TS Tạ Ngọc Tấn nhận định: Hơn chín mươi lăm năm ra đời và phát triển, nền báo chí cách mạng Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc. Đặc biệt, bước vào kỷ nguyên số, báo chí phát triển thêm một bước mới. Tác giả cũng khẳng định, chưa bao giờ, sự phát triển của khoa học và công nghệ lại mang lại nhiều tiện ích, nhiều công cụ, nhiều phương thức truyền thông hiện đại cho báo chí như hiện nay. Mạng internet phát triển đã xóa nhòa mọi ranh giới, tạo ra một không gian rộng rãi hơn cho cuộc “cách mạng” báo chí, truyền thông hiện đại. Sự chuyển đổi từ báo in, sang phát thanh, đến truyền hình, rồi tới thời đại truyền thông số khiến hoạt động cạnh tranh của báo chí, truyền thông không còn giới hạn ở một quốc gia. Giá trị của báo chí cũng không còn giới hạn ở những sản phẩm truyền thông truyền thống. Trong Cuốn sách này của GS.TS Tạ Ngọc Tấn tập trung đề cập nhiều nội dung như: Hồ Chí Minh - Người khai sinh nền báo chí cách mạng Việt Nam; Sự phát triển báo chí, truyền thông hiện đại; Báo chí, truyền thông và chính trị; Báo chí, truyền thông và đời sống xã hội; Nhà báo và nghề nghiệp.

Trong cuốn “Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách” (2021), Nxb Lý luận chính trị, tác giả TS.Lương Ngọc Vĩnh nhận định: Ở Việt Nam, truyền thông chính sách thường được đồng nhất với công tác tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Tuy nhiên, qua phân tích các quy luật của truyền thông chính sách và hiệu quả mà truyền thông chính sách mang lại, TS. Lương Ngọc Vĩnh khẳng định, quá trình xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN hội nhập quốc tế đặt ra yêu cầu phải phân biệt giữa công tác tuyên truyền của Đảng và truyền thông chính sách nhằm không chỉ phát huy vai trò của quần chúng trong thực thi chính sách mà còn bảo đảm việc tham vấn ý kiến nhân dân trong quá trình xây dựng, ban hành chính sách...Nhiều luận án tiến sỹ của các tác giả trong nước cũng đã tập trung đề cập sâu sắc tới vai trò của báo chí đối với các vấn đề văn hóa, xã hội...

Luận án tiến sỹ “Vai trò báo chí trong định hướng dư luận xã hội” (năm 2010) của tác giả Đỗ Chí Nghĩa (Học viện Báo chí và Tuyên truyền) nhận định: Báo chí là phương tiện thông tin trọng yếu, tác động mạnh mẽ vào đời sống xã hội. Khả năng hưởng thụ báo chí cũng là một chỉ số quan trọng của xã hội văn minh. Tác giả khẳng định, sự phát triển của nền báo chí cũng góp phần phản ánh sự phát triển của một của một quốc gia. Báo chí phát triển, đáp ứng nhu cầu của công chúng sẽ giúp cho việc định hướng dư luận xã hội được hiệu quả, góp phần thúc đẩy giải quyết những vấn đề mới nảy sinh trong đời sống. Từ những nhận định này, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả định hướng dư luận xã hội của báo chí, góp phần tích cực hóa đời sống thực tiễn.

Như vậy, có thể thấy, hệ thống các nghiên cứu của các tác giả trong nước truyền thông chính sách rất phong phú. Các tác giả đều dựa trên quan điểm báo chí cách mạng để phân tích các chức năng, nhiệm vụ của báo chí và dự báo về xu hướng phát triển của báo chí Việt Nam trong thời gian tới.

### **1.2.2. Những nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia**

Cũng giống như các nghiên cứu của các chuyên gia ngoài nước, các nghiên cứu trong nước về báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia đều tập trung khẳng định rượu, bia có hại đối với sức khỏe, là tác nhân gây ra nhiều loại bệnh nguy hiểm, làm gia tăng tỷ lệ tai nạn giao thông và gia tăng các tệ nạn xã hội, nguy cơ tiềm ẩn mất trật tự an toàn xã hội từ việc sử dụng rượu bia không được kiểm soát. Các nghiên cứu cũng khẳng định báo chí có vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận xã hội, nâng cao ý thức và điều chỉnh hành vi của công chúng khi sử dụng rượu, bia.

Có rất nhiều các nghiên cứu chuyên sâu về tác hại của rượu, bia đã được các cơ quan chức năng và các tác giả độc lập công bố như: “Hỏi đáp về phòng chống tác hại của rượu bia”, Bộ Y tế, Nxb Y học (2016); “Điều tra quốc gia một số yếu tố nguy cơ bệnh không lây nhiễm năm 2009 – 2010”, Bộ Y tế - Cục Quản lý khám chữa bệnh (2014); “Nguy cơ từ thuốc lá, rượu bia và tia bức xạ” của nhóm tác giả: BS Trần Hoàng Hiệp, Th.s Nguyễn Cao Luân, (NXB Kim Đồng, năm 2018); Nghiên cứu “Đánh giá tình hình lạm dụng rượu bia tại Việt Nam” của nhóm tác giả:

Đàm Viết Cương, Vũ Thị Minh Hạnh và cộng sự (NXB Y học, năm 2006) “Điều tra sức khoẻ học sinh trong trường học năm 2013”, Bộ Y tế, Cục Y tế dự phòng (2014); Báo cáo tổng quan tài liệu về ảnh hưởng của quảng cáo, khuyến mại, tài trợ rượu bia đến sử dụng bia và tai nạn giao thông liên quan đến rượu bia (2014)...

Trong cuốn “Đánh giá tình hình lạm dụng rượu bia tại Việt Nam” (2006), Nxb Y học, do nhóm tác giả Đàm Viết Cương, Vũ Thị Minh và cộng sự thực hiện thuộc Viện Chiến lược và Chính sách y tế thực hiện theo Chương trình hợp tác Y tế Việt Nam - Thụy Điển trong khoảng thời gian từ tháng 9 đến tháng 12/2005 đã nghiên cứu và công bố các kết quả về thực trạng sản xuất, lưu thông rượu bia ở Việt Nam; một số nhân tố làm gia tăng tình trạng lạm dụng rượu bia; các chính sách phòng ngừa lạm dụng rượu bia và những bất cập; kết luận và kiến nghị. Các tác giả nhận định, không thể phủ nhận việc sử dụng rượu, bia đã là một thói quen mang đậm nét văn hoá truyền thống tại nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, với đặc tính hóa học của rượu, bia, thức uống này khi bị lạm dụng, đã gây ra nhiều hậu quả nghiêm trọng cho sức khoẻ cộng đồng và xã hội. Từ đó, các tác giả bước đầu đưa ra những nhận định, phân tích nguyên nhân và đề xuất một số giải pháp hạn chế sử dụng rượu, bia ở nơi công cộng.

Trong cuốn “Tiêu dùng rượu bia ở Việt Nam: Một số kết quả điều tra quốc gia” (2018) của nhóm tác giả PGS.TS Lưu Bích Ngọc, PGS.TS Nguyễn Thị Thiêng, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, các tác giả đã công bố các số liệu khảo sát về tình trạng sử dụng rượu bia trong dân số, các loại bia được ưa thích sử dụng, lượng bia uống trung bình hàng ngày, lý do sử dụng rượu bia không nhãn mác, ảnh hưởng của sức khoẻ cảm nhận tới sử dụng rượu bia, các đề xuất về chính sách... Kết quả khảo sát cũng cho biết, trong số 5.200 người dân được phỏng vấn, có gần 60% đã từng sử dụng rượu bia. Từ các kết quả khảo sát thực tế, các tác giả cho thấy, tỉ lệ nam giới ở nước ta sử dụng rượu, bia cao hơn nữa giới khoảng 2,5 lần. Phần lớn nam giới ở Việt Nam sử dụng rượu nấu thủ công. Nữ giới tuy sử dụng rượu ít hơn nhưng lại chịu nhiều ảnh hưởng từ việc sử dụng rượu, bia. Nhóm tác giả cho rằng thông điệp “Uống có trách nhiệm” cần được thấm thấu vào nhận thức của người dân thông qua nhiều kênh tuyên truyền khác nhau.

Theo “Hỏi đáp về phòng chống tác hại của rượu bia” (2019), Bộ Y tế, NXB Y học, rượu bia là nguyên nhân gây ra hơn 230 loại bệnh tật và tình trạng thương tích. Nhiều vấn đề về sức khỏe như rối loạn tâm thần, rối loạn hành vi... có liên quan đến việc uống rượu, bia.

Các nghiên cứu trong nước cũng khẳng định, rượu bia là nguyên nhân chính gây ra tai nạn giao thông. Các số liệu thống kê hàng năm của các cơ quan chức năng đều cho thấy, có một tỷ lệ lớn các ca tử vong do thương tích do tai nạn giao thông có liên quan tới rượu, bia.

Nghiên cứu “Nguy cơ từ thuốc lá, rượu bia và tia bức xạ” (2018), của nhóm tác giả: BS Trần Hoàng Hiệp, Th.s Nguyễn Cao Luân, (NXB Kim Đồng cho biết, chất Ethanol khi đi vào cơ thể sẽ trở thành acetadehyde, là chất làm hư hại DNA, gây ung thư. Uống lượng rượu ít, acetadehyde có thể được đào thải ra ngoài mà không gây nguy hiểm. Còn nếu lượng rượu nhiều thì cơ thể không đào thải kịp sẽ gây nhiễm độc và tổn thương DNA. Ngoài ra, rượu còn làm tăng nguy cơ ung thư do tăng estrogen, kích hoạt các thành phần oxy hoá và giảm hấp thu các chất dinh dưỡng. Đối với nền kinh tế, các nghiên cứu chỉ ra rằng, Việt Nam đã và đang đối mặt với hàng loạt tổn thất kinh tế liên quan tới sử dụng rượu bia trong khi đóng góp của ngành rượu bia và nước giải khát vào ngân sách nhà nước không nhiều, ngược lại, chi phí để giải quyết các hậu quả về sức khỏe từ những tác hại do rượu bia gây ra là rất lớn.

Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Phòng chống Ung thư Việt Nam, năm 2012, tổng chi phí y tế trực tiếp và gián tiếp của 6 loại ung thư phổ biến tại Việt Nam mà rượu bia là một trong các nguyên nhân cấu thành chính (ung thư gan, ung thư đại trực tràng, ung thư khoang miệng, ung thư dạ dày, ung thư vú, ung thư cổ tử cung) lên tới 25.789 tỷ đồng. Gánh nặng kinh tế này đổ lên các hộ gia đình là chính, rồi đến các Cơ quan y tế, bảo hiểm....

Ở hầu hết các gia đình có chồng hoặc người chủ gia đình nghiện rượu hoặc bị các bệnh nguy hiểm do ảnh hưởng từ rượu, cuộc sống của các thành viên trong gia đình thường rất khó khăn. Chưa kể những hộ gia đình có người thân bị tử vong, tai nạn giao thông... có nguyên nhân trực tiếp, hoặc gián tiếp do sử dụng rượu, bia,

gánh nặng kinh tế cũng như tinh thần mà các thành viên của gia đình phải gánh chịu là vô cùng nặng nề.

Cuốn “Hướng dẫn sử dụng rượu bia an toàn phòng chống tai nạn giao thông” (2016) (tài liệu tham khảo đào tạo cử nhân y tế công cộng) do tác giả Lương Mai Anh chủ biên (NXB Y học) cho biết: “Đồ uống có cồn có ảnh hưởng rõ ràng tới nguy cơ bị tai nạn của người tham gia giao thông. Khi lái xe, người có sử dụng rượu, bia có nguy cơ bị tai nạn cao hơn nhiều lần so với người không có nồng độ cồn trong máu. Nguy cơ này tăng lên nhanh chóng cùng với sự gia tăng nồng độ cồn trong máu do tác dụng tức thời của chất có cồn lên não bộ có thể vừa làm ức chế, vừa làm kích thích tự nhiên.

Trong cuốn “Phòng chống tai nạn giao thông do rượu, bia, thuốc lá và các chất kích thích khác” (2016) (Nxb Giao thông vận tải), Bộ Giao thông vận tải đã hướng dẫn chi tiết các nội dung về phòng chống tai nạn giao thông do rượu, bia; hướng dẫn xây dựng phương tiện giao thông công cộng và bến tàu, bến xe, nhà ga, bến cảng không khói thuốc lá... Trong cuốn sách này, Bộ Giao thông vận tải cho biết: Việt Nam là quốc gia có tỷ lệ tử vong do tai nạn giao thông hàng đầu thế giới. Qua phân tích nguyên nhân gây TNGT hàng năm của Ủy ban ATGT quốc gia thì một trong những nguyên nhân hàng đầu gây tai nạn giao thông ở nước ta là do người điều khiển phương tiện giao thông đường bộ sử dụng rượu, bia. Bên cạnh đó, việc sử dụng rượu, bia ảnh hưởng lớn tới sức khỏe, tâm sinh lý và hạnh phúc của nhiều gia đình.

“Nghiên cứu thực trạng tai nạn xe máy, các yếu tố liên quan đến chấn thương sọ não và hiệu quả một số giải pháp can thiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh (2005 - 2010)”, của các giả Nguyễn Văn Châu công bố năm 2012 cho biết: “Sử dụng rượu làm tăng số vụ tai nạn và mức độ nghiêm trọng của thương tích. Một số quốc gia có quy định giới hạn nồng độ cồn trong máu thấp hơn đối với những lái xe trẻ và những lái xe thiếu kinh nghiệm, một chiến lược có thể làm giảm 4 - 24% số vụ tai nạn” [tr.14, 26].

Nghiên cứu “Ảnh hưởng của yếu tố tự nhiên và yếu tố xã hội đến sức khỏe con người và vấn đề nâng cao sức khỏe con người Việt Nam hiện nay” của tác giả

Trần Quang Tuynh công bố năm 2013 cho biết: “Rượu có tác động rất mạnh đến hệ thần kinh của con người, khi uống nhiều rượu làm ức chế vùng vỏ não điều khiển tự chủ, kiểm chế của con người, gây rối loạn trí nhớ, đó là nguyên nhân gây ra những hậu quả xấu đối với sức khoẻ”. “Hàng năm nước ta tiêu tốn khoảng 6.000 tỷ đồng cho rượu, bia, chưa kể chi phí cho việc khám chữa bệnh liên quan đến rượu, bia, tai nạn giao thông, tai nạn lao động do say rượu gây ra” [tr. 108, 100].

Theo tác giả Nguyễn Ngọc Thạch trong “Nghiên cứu các giải pháp đồng bộ nhằm tăng cường an toàn giao thông đường bộ ở Việt Nam” công bố năm 2015 cho biết: Giao thông đường bộ vẫn là phương thức gây tai nạn giao thông lớn nhất tại Việt Nam. Ở Việt Nam, phần lớn các vụ TNGT xảy ra trên đường bộ, chiếm tới 95%. Từ các số liệu nghiên cứu, tác giả nhận định, số vụ TNGT đường sắt, đường thủy tuy không nhiều nhưng khi xảy ra lại thường nghiêm trọng. Từ nhiều thập kỷ qua, số liệu thống kê ở nhiều địa phương cho thấy, giao thông đường bộ chiếm tới 98-99% số vụ và số người thiệt mạng.

Tác giả Trần Sơn Hà trong Luận án tiến sỹ “Quản lý nhà nước về trật tự, an toàn giao thông đường bộ ở Việt Nam hiện nay” công bố năm 2016 khẳng định, hầu hết các vụ TNGT đường bộ ở nước ta đều được xác định là do lỗi của người tham gia giao thông, trong đó có 4,4% say rượu bia khi điều khiển phương tiện. Tác giả phân tích 7.102.156 trường hợp vi phạm do CSGT xử lý thì có 5,3% vi phạm quy định về nồng độ cồn. Khi nói tới tác hại của rượu, bia, chúng ta thường nghĩ ngay tới TNGT, tuy nhiên, theo phân tích của tác giả, rượu, bia còn là tác nhân gây bạo lực gia đình, tội phạm, mất an ninh trật tự. Ở Việt Nam, con số các vụ bạo lực gia đình có nguyên nhân xuất phát từ người chồng sử dụng rượu, bia trên thực tế có thể lớn hơn nhiều các con số được thống kê chính thức.

Trong khi đó, theo một báo cáo về tình hình số vụ phạm pháp hình sự năm 2015 của Học viện Cảnh sát Nhân dân cho biết, trên 70% số vụ phạm pháp hình sự có nguyên nhân xuất phát từ sử dụng rượu bia ở nhóm tuổi trẻ dưới 30 tuổi. Báo cáo chỉ ra một con số rất lớn các hộ gia đình ở Việt Nam có người sử dụng rượu bia ở mức nguy hại như: người tạo thu nhập chính là người sử dụng rượu bia ở mức nguy hại; trên 11% bạo lực gia đình xảy ra trong các gia đình có sử dụng rượu, bia v.v..

Đối với các nghiên cứu phạm vi hẹp hơn về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia, hiện ở nước ta mới có rất ít tác giả đề cập chuyên sâu về mối quan hệ này. Trong Luận văn thạc sỹ “Thông điệp về phòng chống tác hại của rượu bia trên báo chí” (Vũ Thị Tuyết (2022). Thông điệp về phòng chống tác hại của rượu bia trên báo chí. Luận văn thạc sỹ, Đại học Quốc Gia Hà Nội, Việt Nam) tác giả Vũ Thị Tuyết đã Khảo sát, đánh giá nội dung, hình thức thông điệp về việc phòng chống tác hại của rượu bia trên báo chí hiện nay; đánh giá những thành công, hạn chế của hình thức truyền thông này. Qua khảo sát và thống kê đánh giá của công chúng về thông điệp về việc phòng chống tác hại của rượu bia trên báo chí, tác giả nhận định: Thông điệp về việc phòng chống tác hại rượu bia là những thông tin nhằm mục đích nâng cao hiểu biết của người nhân dân về các Luật của phòng chống tác hại rượu bia khi tham gia thông, tác hại của việc sử dụng rượu bia hàng ngày đến sức khỏe con người, đây là một trong những nhiệm vụ quan trọng của các cấp lãnh đạo, Ban ngành đoàn thể và của mọi tầng lớp nhân dân.

Không tiến hành nghiên cứu nhưng nhiều cơ quan chức năng, cơ quan báo chí trong nước đã tiến hành các cuộc thi viết bài về tác hại của rượu, bia như: Năm 2015 Hội Nhà báo Việt Nam vừa phối hợp với Văn phòng Tổ chức Healthbridge Canada tại Việt Nam phát động giải thưởng “Báo chí viết về phòng, chống tác hại của rượu bia”; nhiều Bộ, ngành, địa phương phê duyệt Đề án tuyên truyền về tác hại của rượu, bia.

Như vậy, có thể khẳng định, trên nhiều khía cạnh nghiên cứu, các tác giả đã chỉ ra nhiều ảnh hưởng tiêu cực của rượu, bia đối với sức khỏe và kinh tế - xã hội ở nước ta. Các nghiên cứu cũng khẳng định, tỉ lệ sử dụng rượu, bia ở Việt Nam đang gia tăng, tỷ lệ thuận với sự gia tăng của TNGT, bệnh tật và gánh nặng kinh tế mà các gia đình phải gánh chịu.

### **1.3. Đánh giá chung và những điểm cần giải quyết trong luận án**

#### **1.3.1. Những kết quả đã đạt được từ các nghiên cứu đã công bố trong và ngoài nước**

Các nghiên cứu, đánh giá trong nước và quốc tế đều khẳng định, việc sử dụng rượu bia là một thói quen đã có từ lâu đời, là một nét văn hoá của nhiều quốc



gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Song, nếu bị lạm dụng, rượu, bia lại là chất kích thích, gây nghiện.

Về tác hại của rượu, bia: Các nghiên cứu trong nước và ngoài nước đã chỉ ra những tác hại của rượu, bia tới sức khỏe, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội cũng như tới nền kinh tế của mỗi quốc gia. Vấn đề đặt ra là, rượu, bia không tự gây ra những tác hại lên đời sống con người như bệnh tật, tai nạn giao thông, đói nghèo, bạo lực... Việc sử dụng rượu bia ở mức độ nào phụ thuộc vào ý thức của con người. Những tác hại mà rượu bia gây ra hoàn toàn có thể kiểm chế nếu các quốc gia có những quy định pháp luật chặt chẽ và người dân có ý thức tuân thủ các quy định của pháp luật, tự giới hạn mình trong việc sử dụng rượu bia ở mức độ hợp lý. Trong khía cạnh này, báo chí đóng vai trò quan trọng. Các nghiên cứu cũng đã chỉ ra rằng, lượng thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí là rất lớn. Điều đó chứng tỏ công chúng cũng như các toà soạn báo rất quan tâm tới đề tài này.

Về vai trò của truyền thông chính sách: các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, các phương tiện truyền thông đại chúng có thể và thường đóng một vai trò quan trọng trong việc hoạch định chính sách, có tác động thường xuyên và rõ rệt đến chính sách. Vai trò của truyền thông không chỉ quan trọng trong giai đoạn đầu của quá trình chính sách mà trong suốt quá trình chính sách. Số lượng và nội dung tin tức có ý nghĩa quan trọng đối với quá trình chính sách công và các phương tiện truyền thông ngày càng được công nhận là một phần không thể thiếu của hệ thống phản hồi chính sách. Vai trò thường xuyên của truyền thông là phản ánh quy trình chính sách, các tác nhân trong quy trình này và phản ứng của công chúng đối với chính sách. Truyền thông không phải lúc nào cũng ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình hoạch định chính sách mà đôi khi ảnh hưởng đến cuộc tranh luận về chính sách, thông qua việc tác động trực tiếp đến các nhà hoạch định chính sách, thúc đẩy các lựa chọn chính sách một cách có hệ thống hoặc thông qua việc gây ảnh hưởng đến quan điểm của người dân.

Về mối quan hệ giữa báo chí và tác hại của rượu, bia: Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, báo chí và rượu, bia có mối liên hệ với nhau khi rượu, bia cũng như những tác hại của rượu, bia là đối tượng phản ánh của báo chí. Báo chí là kênh thông tin

truyền tải chính sách đến với người dân, đồng thời tác động tích cực hay tiêu cực tới hiệu quả thực thi chính sách. Vì vậy, giữa báo chí và quá trình thực thi chính sách của nhà nước về rượu, bia có mối qua hệ khăng khít với nhau.

### **1.3.2. Những điểm hạn chế trong các nghiên cứu đã công bố**

Về lý luận: Phần lớn các nghiên cứu mới chỉ tập trung chỉ ra các tác hại của rượu bia đối với sức khỏe, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội và nền kinh tế. Các nghiên cứu về truyền thông chính sách, về báo chí cũng nghiên cứu chuyên sâu về vị trí, vai trò, chức năng của truyền thông chính sách, của báo chí, rất ít đề cập đến mối quan hệ giữa báo chí và tác hại của rượu, bia. Các nghiên cứu cũng mới chỉ đưa ra những vấn đề lý luận một cách khái quát, chưa nghiên cứu chuyên sâu về mối quan hệ giữa báo chí và tác hại của rượu, bia trong xã hội Việt Nam thời gian qua để đưa ra những giải pháp cụ thể.

Về kỹ năng tác nghiệp báo chí: Mặc dù các nghiên cứu đã chỉ ra lượng thông tin rất lớn về tác hại của rượu, bia trên báo chí nhưng các nghiên cứu trong và ngoài nước hầu như chưa chỉ ra phương pháp đưa tin trên báo chí về tác hại của rượu bia như thế nào để phù hợp, không quá thiên lệch bài xích rượu, bia nhưng cũng không vô tình tiếp tay cho quảng cáo rượu, bia trá hình. Các vấn đề thực hành, ứng dụng thực tế cho các nghiên cứu lý thuyết về nguyên tắc truyền thông chính sách khi thông tin về tác hại của rượu, bia tại Việt Nam, gắn với quá trình xây dựng, ban hành, thực thi Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia, Nghị định 100... cũng chưa được tổng kết qua các nghiên cứu. Ở các nghiên cứu ngoài nước, các vấn đề này đã được đề cập song bối cảnh nghiên cứu đều ở nước ngoài và dựa trên hệ thống pháp luật cũng như hệ thống báo chí có nhiều nét khác biệt so với Việt Nam. Do vậy, các tài liệu và công trình nghiên cứu nước ngoài là tài liệu tham khảo hữu ích nhưng không thể thay thế một công trình nghiên cứu vấn đề này với đối tượng khảo sát là báo chí Việt Nam.

Do đó, việc xây dựng một bộ tiêu chí để thống nhất các nguyên tắc truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí Việt Nam là cần thiết. Tuy nhiên, chưa có công trình nghiên cứu nào đề xuất các quy chuẩn cụ thể.

### **1.3.3. Các vấn đề cần giải quyết trong luận án**

Thứ nhất, luận án sẽ làm rõ các vấn đề lý luận và thực tiễn về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia, từ đó, dựng lên một khung lý thuyết để làm cho báo chí đảm bảo thực hiện đúng các nguyên tắc về truyền thông chính sách khi viết về tác hại của rượu, bia.

Thứ hai, trên cơ sở lý thuyết và kết quả khảo sát cụ thể về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia, luận án đề xuất những giải pháp nhằm giúp báo chí truyền thông hiệu quả hơn về nội dung này.

Thứ ba, luận án sẽ đề xuất một số giải pháp cho báo chí viết về tác hại của rượu, bia, vừa đảm bảo hiệu quả truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia, vừa đáp ứng được nhu cầu thực tế về sử dụng rượu, bia như một nét văn hoá ẩm thực truyền thống của người dân.

## TIÊU KẾT CHƯƠNG 1

Trong Chương này, tác giả đã tổng thuật những nghiên cứu đã có trên thế giới và trong nước về tác hại của rượu, bia trên 2 phương diện: Những nghiên cứu về mối quan hệ giữa truyền thông và chính sách; Những nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia

Theo đó, có thể thấy, đã có nhiều nghiên cứu trên thế giới và trong nước đề cập tới tác hại của rượu, bia đối với mọi mặt của đời sống con người, trong đó nổi lên vấn đề tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe con người, trật tự an toàn giao thông, ảnh hưởng tới nền kinh tế và trật tự an toàn xã hội. Các nghiên cứu đã bước đầu đề cập tới vai trò của báo chí đối với việc truyền thông về tác hại của rượu, bia.

Quá trình nghiên cứu của tác giả cũng cho thấy, vẫn còn nhiều khoảng trống cần nghiên cứu về hiệu quả thực sự của quá trình xây dựng và thực thi chính sách về tác hại của rượu, bia. Từ khoảng trống này, tác giả sẽ áp dụng các khung lý thuyết về truyền thông chính sách để phân tích, đánh giá và đề xuất một số giải pháp đối với quá trình truyền thông về tác hại của rượu, bia, từ đó khái quát về vai trò của báo chí đối với việc thực thi một chính sách có tác động tới đông đảo công chúng nói chung để đề xuất những cách làm khả thi hơn với các nhà hoạch định chính sách cũng như các cơ quan báo chí trong tương lai.

## **Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI VẤN ĐỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA**

### **2.1. Các thuật ngữ cơ bản**

#### **2.1.1. Khái niệm “Báo chí”, “Truyền thông”**

Các nghiên cứu trong và ngoài nước có cách tiếp cận báo chí ở những góc độ khác nhau với những khái niệm đa dạng.

Điều 3, Luật Báo chí 2016 quy định: *“Báo chí là sản phẩm thông tin về các sự kiện, vấn đề trong đời sống xã hội thể hiện bằng chữ viết, hình ảnh, âm thanh, được sáng tạo, xuất bản định kỳ và phát hành, truyền dẫn tới đông đảo công chúng thông qua các loại hình báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử”*.

Các tác giả Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hùng, Trần Quang trong cuốn “Cơ sở lý luận báo chí truyền thông” (năm 2005), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội nhận định: *“Trong tiến trình phát triển của lịch sử văn hoá nhân loại, báo chí là một hiện tượng xã hội. Báo chí ra đời do nhu cầu thông tin, giao tiếp, giải trí và nhận thức của con người”* [tr.23, 85]

Từ khi xuất hiện cho đến nay, báo chí đã khẳng định được vai trò, vị trí của mình trong việc phản ánh hiện thực đa dạng, sinh động và luôn vận động phát triển. Báo chí là một bộ phận không thể thiếu trong đời sống tinh thần của mọi người, mọi dân tộc. Vì thế, báo chí luôn là công cụ hoạt động quan trọng của con người và các giai cấp trong cuộc đấu tranh vì sự tiến bộ và văn minh của nhân loại.

Theo tác giả Dương Xuân Sơn trong giáo trình “Lý luận báo chí truyền thông” (2015), NXB Giáo dục Việt Nam, tr.64): *“Báo chí và phương tiện truyền thông đại chúng truyền tải thông tin về các sự kiện, sự việc, hiện tượng đang diễn ra trong hiện thực khách quan một cách nhanh chóng, chính xác và trung thực đến đông đảo công chúng nhằm tích cực hoá đời sống thực tiễn”*. [tr.64, 86]

Theo GS.TS. Tạ Ngọc Tấn: Báo chí là hiện tượng đa nghĩa, gắn bó chặt chẽ với các thành tố của kiến trúc thượng tầng. Báo chí là một loại hình hoạt động chính trị - xã hội, với tính chất nghề nghiệp sáng tạo. Hoạt động báo chí bao hàm trong đó

sự vận hành phức tạp của một loại nghề nghiệp, quan hệ với nhau bằng quy luật vận động nội tại của cả hệ thống và bằng hiệu quả xã hội có tính mục đích [tr.7, 88].

Từ điển Tiếng Việt do Hoàng Phê chủ biên (2012) lại định nghĩa báo chí là “*báo và tạp chí xuất bản định kỳ; xuất bản phẩm định kỳ*”.

PGS.TS Nguyễn Văn Dũng đưa ra khái niệm: “*Báo chí là hoạt động thông tin- giao tiếp xã hội trên quy mô rộng lớn nhất, là công cụ và phương thức kết nối xã hội hữu hiệu nhất, là công cụ và phương thức can thiệp xã hội hiệu quả nhất trong mối quan hệ với công chúng và dư luận xã hội, với nhân dân và các nhóm lợi ích, với các nước trong khu vực và quốc tế*” [tr.61, 32].

**Truyền thông** là quá trình trao đổi và tương tác các thông tin giữa hai người hoặc nhiều người với nhau để tăng sự hiểu biết, nhận thức. Hoặc có thể hiểu truyền thông chính là những sản phẩm do chính con người tạo ra là động thực thúc đẩy sự phát triển của xã hội. [tr.7, 86].

Tác giả Trần Hữu Quang cho rằng: “Báo chí truyền thông là một quá trình truyền đạt, tiếp nhận và trao đổi thông tin nhằm thiết lập các mối liên hệ giữa con người với con người” [tr.3, 84].

Còn tác giả G. Endruweit và G.Trommsdorff nhận định báo chí truyền thông là “sự tạo ra mối liên hệ giữa hai đối tượng có thể mang bản chất sự sống hay không” [tr.517, 107].

Theo Tài liệu bồi dưỡng phóng viên, biên tập viên hạng III do Trường Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý thông tin và truyền thông phát hành: “*Khái niệm báo chí được định nghĩa trên ba phương diện: “báo chí là một trong những hệ thống xã hội” (định danh), “báo chí là một hoạt động chính trị xã hội” (định tính), “Báo chí là thứ vũ khí lợi hại trong cuộc đấu tranh chính trị, tác động vào xã hội để tạo ra sự can thiệp gián tiếp vào đời sống chính trị, tham gia vào việc hình thành các khuynh hướng các phong trào chính trị, xã hội*” [tr.6, 93].

Xét theo quan điểm hệ thống, khái niệm báo chí được hiểu như một thiết chế, một chỉnh thể. Theo quan niệm truyền thống, báo chí được coi là phương tiện truyền thông đại chúng, truyền tải những thông tin thời sự có tính định kỳ đến với

đông đảo công chúng. Đặc điểm nổi bật của báo chí là tính công khai, trung thực, chính xác và sự lan toả nhanh chóng, rộng khắp. Thực tế cho thấy, báo chí hàng ngày phải gắn liền với thông tin thời sự, những vấn đề, những sự kiện diễn ra hàng ngày. Cần có sự phản ánh, phân tích, mổ xẻ của báo chí về các vấn đề trong xã hội để rộng đường dư luận, đem lại những góc nhìn cần thiết cho nhiều người.

Như vậy, có thể hiểu rằng: báo chí là các phương tiện truyền thông đại chúng truyền tải thông tin về các sự kiện, sự việc, hiện tượng đang diễn ra trong hiện thực khách quan một cách nhanh chóng, chính xác và trung thực đến cho đông đảo công chúng. Thuật ngữ thông tin báo chí hiểu theo nghĩa rộng, là toàn bộ các tin tức mà báo chí đem lại cho công chúng, bên cạnh thông tin thời sự, trong nguồn thông tin của báo chí còn có thông tin cơ bản và bình luận, thông tin nghệ thuật và chính luận.

### **2.1.2. Khái niệm “rượu”, “bia”, “sử dụng rượu, bia ở mức độ có hại”**

Trong lịch sử của loài người, rượu, sau đó là bia, đã được sản xuất và tiêu thụ trên toàn thế giới. Các nền văn hóa khác nhau có sự khác biệt rõ ràng về cách sản xuất rượu và cách sử dụng nó trong các nghi lễ và sự kiện văn hóa. Rượu có ảnh hưởng đến nhiều khía cạnh của đời sống của con người, từ thực phẩm đến tôn giáo và văn hóa. Trong các nền văn hóa phương Tây, rượu thường được coi là một loại đồ uống giải trí và được sử dụng trong các buổi tiệc, liên hoan và sự kiện xã hội. Tuy nhiên, rượu cũng có mặt trong các nghi lễ tôn giáo, như trong các buổi lễ thánh của Kitô giáo và trong các nghi lễ của đạo Do Thái. Ở các nền văn hóa phương Đông, rượu thường được sử dụng trong các nghi lễ tôn giáo và được coi là một loại đồ uống có sức mạnh thần bí. Ngoài ra, rượu còn đóng vai trò quan trọng trong các nghi thức cưới hỏi và trong việc giao tiếp giữa các vị thần và con người. Rượu cũng được sử dụng trong y học và được coi là một loại thuốc chữa bệnh trong một số nền văn hóa. Tuy nhiên, rượu cũng có thể có tác động tiêu cực đến sức khỏe và đời sống của con người. Sử dụng rượu quá mức có thể dẫn đến các vấn đề về sức khỏe, gây ảnh hưởng tiêu cực đến gia đình và xã hội. Và việc làm thế nào để kiểm chế việc sử dụng rượu, bia ở mức độ có hại, cảnh báo, ngăn ngừa việc sử dụng rượu, bia ở mức độ có hại là một trong các vấn đề được nhiều quốc gia quan tâm.

Tại Việt Nam, theo quy định tại Khoản 1, Điều 2, Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia:

**Rượu** là đồ uống có cồn thực phẩm, được sản xuất từ quá trình lên men từ một hoặc hỗn hợp của các loại nguyên liệu chủ yếu gồm tinh bột của ngũ cốc, dịch đường của cây, hoa, củ, quả hoặc là đồ uống được pha chế từ cồn thực phẩm.

**Bia** là đồ uống có cồn thực phẩm, được sản xuất từ quá trình lên men từ hỗn hợp của các loại nguyên liệu chủ yếu gồm mạch nha (malt), đại mạch, nấm men bia, hoa bia (hoa houblon), nước.

**Cồn thực phẩm** là hợp chất hữu cơ có công thức phân tử là  $C_2H_5OH$  và có tên khoa học là ethanol đã được loại bỏ tạp chất, đạt yêu cầu dùng trong thực phẩm theo quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, có khả năng gây nghiện và gây ngộ độc cấp tính.

**Độ cồn** là số đo chỉ hàm lượng cồn thực phẩm có trong rượu, bia tính theo phần trăm thể tích. Độ cồn được tính bằng số mililit ethanol nguyên chất trong 100 ml dung dịch ở 20 °C.

**Tác hại của rượu, bia** là ảnh hưởng, tác động có hại của rượu, bia đối với sức khỏe con người, gia đình, cộng đồng, an toàn giao thông, trật tự, an toàn xã hội, kinh tế và các vấn đề xã hội khác.

**Nghiện rượu, bia** là tình trạng lệ thuộc vào rượu, bia với biểu hiện đặc trưng như thường xuyên thèm uống, lượng uống có thể tăng theo thời gian, không thể tự kiểm soát lượng uống hay ngừng uống.

*(Khoản 1, Điều 2, Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia)*

Ở góc độ y học, Tổ chức Y tế thế giới khẳng định: “*Rượu, bia là chất hướng thần với đặc tính gây ra sự lệ thuộc. Rượu, bia được sử dụng rộng rãi ở rất nhiều nền văn hóa qua nhiều thế kỷ. Sử dụng rượu, bia ở mức nguy hại gây ra nhiều bệnh tật, là gánh nặng lớn về kinh tế và xã hội*”. [tr.9, 7].

Chiến lược toàn cầu về giảm sử dụng đồ uống có cồn ở mức nguy hại của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) đã đưa ra một khái niệm rất rộng về việc sử dụng rượu, bia ở mức nguy hại. Tổ chức này cho rằng sự nguy hại đến từ rượu, bia bao gồm cả việc sử dụng mà gây ra các hệ quả bất lợi về sức khỏe và xã hội cho người uống, những người xung quanh và xã hội nói chung, cũng như các hình thức sử dụng



rượu, bia liên quan tới với việc gia tăng các nguy cơ gây bất lợi cho sức khỏe. Sử dụng rượu, bia ở mức nguy hại ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe cộng đồng và được coi là một trong các yếu tố nguy cơ chính dẫn đến sức khỏe kém trên toàn cầu. Uống rượu, bia có thể hủy hoại cuộc sống của mỗi cá nhân, gây đổ vỡ gia đình và phá vỡ sự gắn kết cộng đồng. Nhiều nước trên thế giới đã tuyên truyền rộng rãi trong nhân dân những khuyến nghị về mức độ sử dụng rượu, bia an toàn.

Trên thế giới, có 4 loại rượu bia thường được sử dụng, bao gồm: Rượu bia truyền thống tự nấu tại nhà, sản xuất thủ công; Rượu bia truyền thống sản xuất công nghiệp; Rượu bia theo mẫu châu Âu được địa phương hoá; Rượu bia sản xuất công nghiệp có tính toàn cầu. Ở các nước Châu Âu, rượu vang và bia được sử dụng khá phổ biến. Nhờ sự phát triển của công nghệ và do nhu cầu sử dụng, rượu vang và bia thường được sản xuất công nghiệp với sản lượng lớn bởi các công ty, tập đoàn lớn. Ở nhiều quốc gia, các công ty, tập đoàn sản xuất rượu, bia thường có truyền thống lâu đời như rượu vang Pháp, rượu whisky của Anh, các công ty bia xuyên quốc gia như Heineken, Carlsberg... Giới trẻ có khuynh hướng sử dụng bia, các đồ uống có ga nồng độ cồn thấp và rượu mạnh trong khi những người lớn tuổi thường hay uống rượu nhẹ. Bia được giới trẻ ở những quốc gia này ưu chuộng vì giá thành hợp lý, các hình ảnh quảng cáo hấp dẫn. Tỷ lệ sử dụng đồ uống có cồn ở các quốc gia châu Âu là : 50% bia, 35% rượu nhẹ, 15% rượu mạnh. Những quốc gia uống bia nhiều là: Áo, Bỉ, CH Séc, Đan Mạch, Phần Lan, Đức, Hà Lan, Anh. Có những quốc gia, người dân ưa chuộng uống rượu nhẹ (rượu vang) là Pháp, Hy Lạp, Ý, Đan Mạch, Tây Ban Nha. Những quốc gia thích uống rượu mạnh là: Bulgaria, Hungary, Ba Lan, Rumani, Nga và Slovakia. Trong khi đó, ở hầu hết các nước đang phát triển, người dân lại chủ yếu sử dụng các loại rượu truyền thống do chính người dân trong nước sản xuất: như Việt Nam sử dụng rượu trắng, Hàn Quốc sử dụng rượu Soju và Makkolli, Nhật Bản uống rượu Sake, Malaysia uống rượu Arak, Toddy hay Samsu... Tuy nhiên, cùng với sự giao lưu văn hóa thế giới, việc sử dụng các đồ uống sản xuất công nghiệp tại các nước đang phát triển cũng đang có xu hướng tăng lên.

Theo công bố của Viện Chiến lược và Chính sách y tế, Bộ Y tế tại nghiên cứu đánh giá về “Tình hình lạm dụng rượu bia tại Việt Nam” năm 2006, phần lớn những người uống rượu, bia thường không sử dụng hàng ngày. Viện Chiến lược và Chính sách y tế cũng sử dụng kết quả nghiên cứu về sử dụng rượu, bia tại 12 quốc gia đang phát triển cho thấy 50% nam giới có uống rượu ít nhất 1 lần/tuần. Người già có khuynh hướng sử dụng rượu, bia hàng ngày nhiều hơn so với nhóm thanh niên. Nam giới có khuynh hướng sử dụng rượu, bia nhiều hơn nữ giới. Ở các nước đang phát triển, những người uống rượu, bia chủ yếu là nam giới. Trên thế giới, lứa tuổi uống rượu, bia nhiều nhất là từ 15- 50 tuổi. Khuynh hướng sử dụng rượu, bia ở lứa tuổi vị thành niên ngày càng gia tăng trên phạm vi toàn cầu. Nghiên cứu của Viện Chiến lược và Chính sách y tế khẳng định, việc sử dụng rượu, bia ở lứa tuổi càng sớm thì nguy cơ sau này trở thành người nghiện rượu ngày càng cao.

Tổ chức Y tế thế giới hàng năm đều công bố Báo cáo tình trạng tiêu thụ rượu, bia trên toàn thế giới, trong đó, thông tin đáng chú ý là ở nhiều quốc gia, lượng tiêu thụ rượu, bia gia tăng do sự gia tăng về mức sống. Bên cạnh đó, truyền thống văn hoá, phong tục tập quán và chuẩn mực hành vi cũng tác động rất nhiều tới việc sử dụng rượu, bia của mỗi cá nhân. Nhiều cộng đồng, xã hội cho rằng hành vi uống rượu, bia là chấp nhận được. Nhiều nơi coi uống rượu, bia là một nét văn hoá truyền thống. Rượu hay được sử dụng vào các dịp lễ tết, các cuộc vui chơi giải trí, các sự kiện văn hoá, thể thao v.v...và người tham gia rất khó để có thể từ chối uống rượu. Tuy nhiên, rượu, bia gây ra tác hại đối với mỗi cá nhân, đối với cộng đồng và xã hội là thực tế mà quốc gia nào cũng phải đối mặt và đề ra các giải pháp từ mềm dẻo đến cứng rắn để ngăn chặn và phòng ngừa.

### **2.1.3. Khái niệm “Truyền thông chính sách”**

Khi nghiên cứu về vai trò của báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia, NCS nhận thấy, báo chí đã đóng vai trò là một kênh truyền thông chính sách, truyền tải những thông điệp về tác hại của rượu bia từ các nhà quản lý, hoạch định chính sách tới công chúng. Báo chí thông tin về quá trình xây dựng, thực thi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia chính là một quá trình truyền thông chính sách. Bởi vậy,

trong phạm vi Chương này, NCS đề cập tới khái niệm “Truyền thông chính sách” như một phân cần thiết của Luận án.

GS.TS Tạ Ngọc Tấn trong cuốn “Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định” (NXB Chính trị quốc gia Sự thật, năm 2020) nhận định: *“Truyền thông chính sách thực chất và chủ yếu là một cách gọi tên mới hay là sự thay đổi cái vỏ khái niệm của một công việc mà xưa nay báo chí, truyền thông của chúng ta vẫn làm là tuyên truyền đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước”* [tr.244, 97].

TS. Lương Ngọc Vĩnh trong cuốn “Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách” (NXB Lý luận chính trị năm 2021) cho rằng: *“Truyền thông đóng vai trò quan trọng đối với mỗi khâu của chu trình chính sách. Sự tham gia của truyền thông một mặt bảo đảm cho sự thành công của chính sách, mặt khác giúp cho chính sách ngày càng được hoàn thiện hơn. Mỗi khâu của chu trình chính sách đòi hỏi sự tham gia của các chủ thể khác nhau và sự tham gia của các chủ thể chịu ảnh hưởng rất lớn của truyền thông”* [ tr 25, 101].

Theo các học giả Hàn Quốc trong cuốn “Truyền thông chính sách, kinh nghiệm Việt Nam – Hàn Quốc”, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H.2017) và “Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng” (NXB Chính trị quốc gia Sự thật, 2019): *“Truyền thông chính sách là những hoạt động trung tâm của các công chức chính phủ trong tổng thể quy trình chính sách từ xây dựng chương trình nghị sự, xây dựng chính sách, thực thi chính sách, đánh giá chính sách, trong đó chính phủ trung ương và địa phương xây dựng tốt các mối quan hệ với công chúng và nhóm lợi ích, khuyến khích họ tham gia vào quy trình chính sách”* [tr.68, tr.97,39].

Khi xem xét truyền thông chính sách như một hoạt động của truyền thông, có tác giả cho rằng, truyền thông chính sách 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 về những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện đường lối, nhiệm vụ trong một thời gian nhất định trên những lĩnh vực cụ thể nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ cho phù hợp với nhu cầu phát triển của

cá nhân, của nhóm, của cộng đồng xã hội. Có tác giả lại cho rằng: “*Truyền thông chính sách là quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin về chính sách giữa các cơ quan truyền thông với đông đảo quần chúng nhằm tuyên truyền, phổ biến quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước tạo sự thống nhất trong nhận thức, hành động của xã hội*” [tr.68, 39].

Nhấn mạnh đến tính đặc thù của truyền thông chính sách, có tác giả lại quan niệm: “*Truyền thông chính sách là quá trình chia sẻ, tương tác xã hội để thông tin chính sách từ chủ thể hoạch định, xây dựng, thực hiện và đánh giá chính sách đến các chủ thể chính sách khác nhằm tăng cường sự hiểu biết, nhận thức và thay đổi hành vi của các chủ thể chính sách để đạt được mục tiêu chính sách*” [tr.103, 40].

TS. Lương Ngọc Vĩnh khái quát: “*Truyền thông chính sách là quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin giữa các cơ quan truyền thông nhà nước với đông đảo quần chúng trong chu trình chính sách, bao gồm: nhận diện vấn đề chính sách; hoạch định chính sách; thực thi chính sách và đánh giá chính sách nhằm thúc đẩy sự phát triển của đất nước và sự đồng thuận trong xã hội*”. [tr.27, 101].

Như vậy, có thể thấy, trong quá trình truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí, việc sử dụng các công cụ, phương pháp của truyền thông chính sách một cách hợp lý để đạt hiệu quả cao nhất là rất quan trọng.

## **2.2. Truyền thông chính sách qua góc nhìn lý thuyết**

Quá trình nghiên cứu về vai trò của báo chí đối với tác hại của rượu, bia cho thấy, truyền thông có vai trò đặc biệt quan trọng tới việc góp phần quyết định một chính sách có được ban hành hay không, khi ban hành có khả năng thực thi hiệu quả trong cuộc sống hay không. Mỗi một chu trình xây dựng chính sách về tác hại của rượu bia đều có sự tác động của báo chí đối với các luồng dư luận đồng tình hay phản đối chính sách này.

Trong phạm vi nghiên cứu này, NCS nhận thấy có 3 lý thuyết và một mô hình truyền thông có tác động quan trọng tới quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu bia. Cụ thể gồm: Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự; Lý thuyết sử dụng sự hài lòng; Lý thuyết mũi kim tiêm và Mô hình truyền thông 2 chiều của Shannon và Weaver.

### **2.2.1. Thuyết Thiết lập chương trình nghị sự (Agenda setting)**

Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự mô tả sự ảnh hưởng rất mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông đến đời sống chính trị thông qua việc tuyển chọn giới thiệu tin của phương tiện truyền thông. Giữa một biển thông tin của những sự kiện, hiện tượng hàng ngày trong đời sống xã hội, truyền thông đại chúng có quyền quyết định cái gì là quan trọng hay không quan trọng, cần thiết hay không cần thiết với xã hội, cái gì cần thu hút sự chú ý của chính phủ với nhân dân, và cái gì cần thay đổi? Ngay từ năm 1922, nhà bình luận báo chí Walter Lippman đã lo ngại rằng các phương tiện truyền thông có sức mạnh để trình bày hình ảnh cho công chúng. McCombs và Shaw điều tra chiến dịch bầu cử tổng thống vào năm 1968, năm 1972 và năm 1976. Các học giả đã tập trung nghiên cứu vào khả năng nhận thức và thông tin của chu trình này trong một nghiên cứu vào năm 1968. Đâu mà mối quan hệ giữa các cử tri trong một cộng đồng khi tham gia một cuộc bầu cử? Điều gì khiến cử tri quan tâm? Thông điệp nào được sử dụng trong các chiến dịch tranh cử... là những vấn đề các học giả tập trung nghiên cứu khi thiết lập Chương trình nghị sự của phương tiện truyền thông đại chúng. McCombs và Shaw đã kết luận rằng các phương tiện truyền thông đại chúng gây ảnh hưởng đáng kể về những gì cử tri coi là vấn đề quan trọng của chiến dịch.

Thiết lập chương trình nghị sự là việc tạo ra nhận thức của công chúng và mối quan tâm về các vấn đề nổi bật bởi các phương tiện thông tin. Hai giả định cơ sở làm nền tảng nhiều nhất cho nghiên cứu về thiết lập chương trình nghị sự: (1) các phương tiện truyền thông không phản ánh thực tế mà lọc và nhào nặn nên nó, (2) sự tập trung của phương tiện truyền thông vào một số vấn đề và đối tượng sẽ dẫn dắt công chúng cảm thấy những vấn đề này là quan trọng hơn các vấn đề khác. Một trong những khía cạnh quan trọng nhất trong khái niệm về vai trò của truyền thông đại chúng trong thiết lập chương trình nghị sự là khung thời gian cho hiện tượng này. Ngoài ra, phương tiện truyền thông khác nhau có khả năng thiết lập chương trình nghị sự khác nhau.

Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự giúp chúng ta hiểu rõ vai trò phổ biến của các phương tiện truyền thông, đặc biệt là truyền thông chính trị. Bernard

Cohen (1963) đã nêu rõ: Báo chí có thể không thành công lắm trong việc nói cho công chúng điều họ phải suy nghĩ, nhưng lại rất thành công trong việc nói với công chúng điều họ cần suy nghĩ. Chẳng hạn, sự quan tâm của phương tiện truyền thông dành cho vấn đề y tế, giáo dục, ô nhiễm môi trường hay chính sách đối ngoại của chính phủ... sẽ tác động đến nhận thức của mọi người về sự quan trọng của những vấn đề này. Và dựa vào các nguồn tin từ truyền thông đại chúng, sẽ tác động lên di luận xã hội, từ đó thiết lập các chương trình nghị sự.

Có thể nói, truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của cơ quan lập pháp. Chức năng cơ bản của quốc hội là lập pháp, xây dựng chính sách quốc gia. Để đạt được một chính sách đúng đắn, trước khi đưa ra một chính sách, nhà lập pháp cần hiểu chính sách đó có phù hợp với thực tiễn cuộc sống hay không? Chính sách đó điều chỉnh các mối quan hệ gì trong xã hội? Công chúng quan tâm tới nội dung nào của chính sách? Từ đó, nhà lập pháp ước tính phương hướng và mức độ sâu sắc của những ưu tiên mà chính sách đưa ra.

Không ai có thể phủ nhận việc cung cấp thông tin nhanh chóng của phương tiện truyền thông về các sự kiện diễn ra trên phạm vi toàn cầu. Và quá trình đưa tin một cách nhanh chóng đó đã tác động rất lớn đến các nhà hoạch định chính sách. Có thể thấy, truyền thông đại chúng, với những đặc điểm của mình, với dư luận xã hội mà nó tạo ra, có thể đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập chương trình nghị sự, một hoạt động có ý nghĩa trong việc sử dụng quyền lực của hệ thống chính trị. Một phương pháp tìm hiểu nền dân chủ hiện đại là nhìn vào chương trình nghị sự của phương tiện truyền thông đại chúng, trật tự ưu tiên quan tâm của người dân và thứ tự ưu tiên của chính sách, hay chính là thứ tự mức độ quan trọng của các sự kiện hoặc vấn đề tại một thời điểm. Nghiên cứu về chương trình nghị sự, bao gồm việc tìm hiểu và giải thích các ảnh hưởng về mặt xã hội, có hai hướng nghiên cứu chính về (1) định hướng chương trình nghị sự (agenda-setting), một quá trình trong đó phương tiện truyền thông đại chúng chuyển tải tới độc giả các sự kiện và vấn đề khác nhau theo một thứ tự mức độ quan trọng tương đối (một hướng tiếp cận tương đối phổ biến của các nhà nghiên cứu truyền thông đại chúng), (2) xây dựng chương trình nghị sự (agenda building), một quá trình trong đó thứ tự ưu tiên chính sách của

nhà lãnh đạo chính trị bị chi phối bởi nhiều yếu tố khác nhau, trong đó có chương trình nghị sự của phương tiện truyền thông đại chúng và thứ tự ưu tiên quan tâm công chúng. Hướng nghiên cứu thứ nhất tập trung đến những ảnh hưởng của chương trình nghị sự truyền thông đại chúng tới thứ tự ưu tiên quan tâm của người dân, trong khi hướng nghiên cứu thứ hai sẽ tìm hiểu ảnh hưởng thứ tự quan tâm của người dân và các yếu tố khác đôi khi có chương trình nghị sự của truyền thông đại chúng, tới trình độ ưu tiên chính sách.

TS. Phạm Hải Chung trong Cuốn “Lý thuyết truyền thông nâng cao” nhận định: “*Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự mô tả sự ảnh hưởng mạnh mẽ của truyền thông trong việc xác lập tầm quan trọng của thông tin được gửi tới công chúng. Theo lý thuyết này, mức độ quan tâm của công chúng đến các vấn đề trong xã hội chủ yếu bắt nguồn từ tần suất và cường độ mà báo chí đưa tin*”. [tr.85, 21].

TS. Phạm Hải Chung cũng cho biết, Walter Lippmann trong cuốn Công luận (Public Opinion, 1922) đã chỉ ra rằng, con người thường có xu hướng quan tâm tới một số vấn đề nhất định chứ không đủ thời gian và năng lực để quan tâm hết các vấn đề trong xã hội.

Trong nghiên cứu của mình, Lippmann cho thấy một người bình thường sẽ không thể đưa ra những quyết định chính trị quan trọng chỉ dựa trên những hình ảnh hay không tin mà họ thấy, mà họ cần sự định hướng từ những chuyên gia hay những người có tầm ảnh hưởng và cách thức cơ bản nhất để công chúng tiếp cận những đối tượng này chính là thông qua các phương tiện truyền thông.

Bernard Cohen (1963) đã chất lọc ý tưởng từ Lippmann thành Thuyết thiết lập chương trình nghị sự. Theo ông, báo chí có quyền lực thông tin nhiều hơn so với bất cứ cá nhân nào trong việc cung cấp thông tin và phản ánh ý kiến. Thông thường, việc tác động đến suy nghĩ của một cá nhân là khó nhưng các kênh truyền thông thường xuyên làm điều đó thành công với độc giả.

Nghiên cứu của Cohen đã trở thành cơ sở hình thành Thuyết thiết lập chương trình nghị sự. Thuyết này được làm rõ và xác lập chính thức bởi các nghiên cứu của Maxwell McCombs E và Donald Shaw (1972).

“Thuyết thiết lập chương trình nghị sự khẳng định rằng truyền thông đại chúng có sức mạnh làm tăng mức độ quan trọng mà khán giả đánh giá về các vấn đề, sự kiện. Chúng làm tăng sự nổi bật của các vấn đề hay tạo ra sự tiếp nhận dễ dàng từ phía công chúng. Thông thường, những vấn đề được các phương tiện truyền thông ưu tiên và dành nhiều thời lượng sẽ có khả năng trở thành tin tức được công chúng quan tâm hơn vì cho rằng đó là những thông tin quan trọng và đáng chú ý” [tr.87, 21].

Tuy nhiên, liệu có phải vấn đề, sự kiện chính trị quan trọng nào cũng được chọn để các phương tiện truyền thông áp dụng thiết lập chương trình nghị sự khi đưa tin hay không? Khi xã hội phát triển, nhiều chương trình nghị sự được truyền tải hàng ngày sẽ dẫn tới việc thông tin bị pha loãng và công chúng không thực sự chú tâm tới một chương trình nào nếu chương trình nghị sự đó không thực sự tác động sâu sắc tới đời sống của họ. Do đó, việc lựa chọn để định hướng những thông điệp truyền thông tới các bộ phận công chúng với mục tiêu cụ thể đã trở nên quan trọng hơn. Như vậy, lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự sẽ là khung lý luận để luận án đánh giá về 02 nhóm vấn đề sau:

*Thứ nhất*, lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự là cơ sở để NCS tìm hiểu báo chí Việt Nam đã sắp đặt chương trình nghị sự như thế nào về vấn đề tác hại của rượu bia cũng như quá trình các cơ quan chức năng thực thi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. Để làm rõ vấn đề này, NCS sẽ phân tích tần suất xuất hiện của các bài báo trên các loại hình báo chí được khảo sát; phân tích nội dung thông điệp về tác hại của rượu, bia để tìm hiểu chủ đề này được báo chí thông tin như thế nào.

*Thứ hai*, từ lý thuyết này, NCS đi sâu phân tích, đánh giá những tác động của báo chí đối với xã hội thông qua các thiết lập chương trình nghị sự về vấn đề tác hại của rượu, bia. Để làm rõ nội dung này, NCS phân tích cách thức thiết lập chương trình nghị sự của báo chí, phân tích nhu cầu của công chúng khi tìm hiểu về vấn đề này và đánh giá cách thức thiết lập chương trình nghị sự của báo chí đã phù hợp với nhu cầu xã hội, thể chế và đúng với các quy định của pháp luật Việt Nam hay chưa.

### **2.2.2. Thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications)**



Những nghiên cứu về lý thuyết “Sử dụng và hài lòng” bắt đầu từ thập kỷ 40 của thế kỷ XX ở Mỹ, xuất phát từ góc độ công chúng, thông qua phân tích động cơ tiếp xúc với phương tiện truyền thông của công chúng và sự tiếp xúc này đã thỏa mãn được những nhu cầu gì của họ để khảo sát những lợi ích mà TTĐC đem lại cho tâm lý và hành vi của con người. Denis McQuail đã chỉ rõ: “không nghiên cứu phương tiện truyền thông đã làm gì cho con người, mà chúng ta phải nghiên cứu con người đã làm những gì thông qua phương tiện truyền thông”.

Lý thuyết này đã được nghiên cứu và phát triển bởi nhiều nhà nghiên cứu truyền thông trên thế giới và trên các loại hình truyền thông khác nhau: Phát thanh, truyền hình, báo in và truyền thông Internet. Tất cả nghiên cứu chỉ ra rằng: Công chúng có nhu cầu, có sự lựa chọn khi tiếp xúc với các phương tiện truyền thông và có vai trò quan trọng chi phối hiệu quả m truyền thông. Đồng thời, lý thuyết này cũng chỉ ra rằng, TTĐC có hiệu quả hơn.

Thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratification) (Blumler và Brown 1972) giả định rằng mọi người lựa chọn thông tin họ cần một cách ý thức để thỏa mãn nhu cầu cụ thể của họ. Ngoài ra, công chúng còn có cảm giác "thỏa mãn" khi có thể "chống lại" ý đồ truyền tải thông điệp của nhà truyền thông.

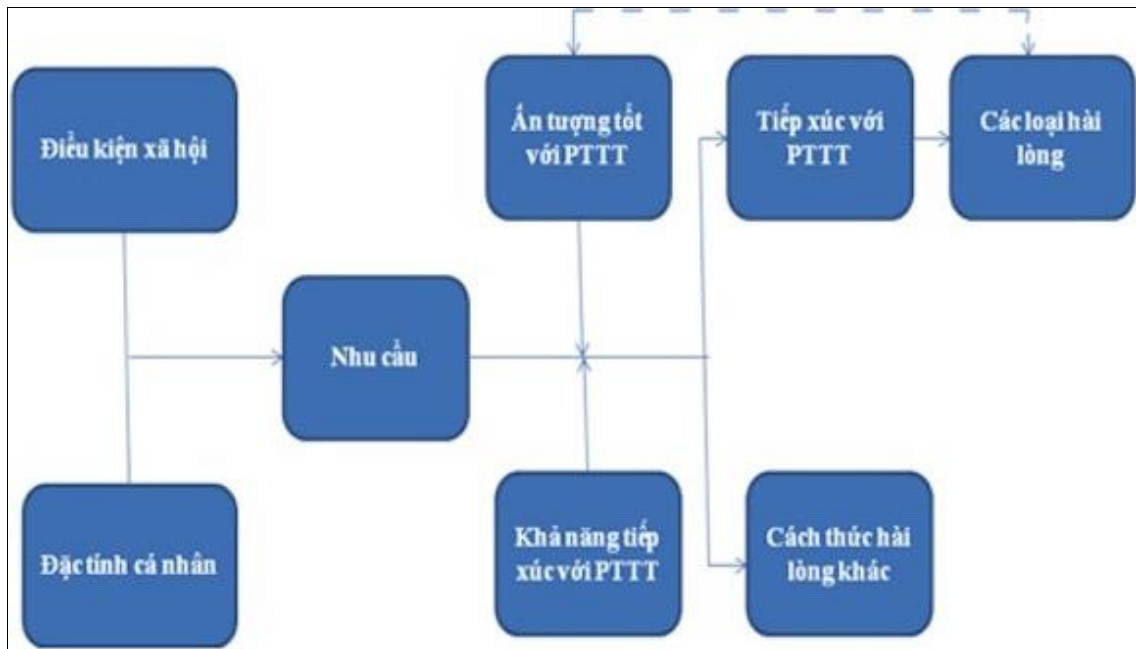
Giả định rằng khán giả không phải là người tiêu dùng thụ động của phương tiện truyền thông. Thay vào đó, khán giả có sức mạnh trong việc sử dụng phương tiện truyền thông và đóng vai trò tích cực trong việc diễn giải và tích hợp các phương tiện truyền thông vào cuộc sống của họ. Katz, Blumler và Gurevitch đã tổng hợp rằng phương pháp tiếp cận thuyết sử dụng và hài lòng. Nguyên lý cơ bản của thuyết này là mọi người sẽ chọn phương tiện truyền thông theo kỳ vọng và theo ý muốn của họ để đạt được sự hài lòng. Thuyết này cho rằng mọi người là những người tiêu dùng chủ động của phương tiện truyền thông và họ có những lựa chọn về nơi để đi và những gì phải chú ý.

Nghiên cứu cho thấy những nhóm công chúng khác nhau có nhu cầu thông tin khác nhau và từ đó, họ có những kiểu hài lòng khác nhau về các phương tiện truyền thông.

Trong công trình nghiên cứu với tên gọi “Cá nhân sử dụng truyền thông đại chúng” công bố năm 1969, nhà nghiên cứu truyền thông Elihu Katz và các cộng sự của ông đã khái quát hành vi tiếp xúc với công chúng là một quá trình chuỗi nhân quả “nhân tố xã hội + nhân tố tâm lý – kỳ vọng truyền thông kỳ vọng truyền thông. Tiếp xúc truyền thông — nhu cầu được thỏa mãn”, đồng thời đưa ra mô hình cơ bản của quá trình → “sử dụng và hài lòng”.

Năm 1977, học giả Nhật Bản Ikuo Takeuchi đã có một số bổ sung về mô hình này, có thể khái quát theo hình vẽ dưới đây:

**Bảng 2.1: Mô hình quá trình “sử dụng và hài lòng” của Elihu Katz và Ikuo Takeuchi.**



(Nguồn: Dẫn theo [21])

Với mô hình trên, có thể thấy, mục đích của con người khi tiếp xúc với phương tiện truyền thông là để thỏa mãn những nhu cầu riêng biệt của họ. Những nhu cầu này không giống nhau ở những nhóm công chúng khác nhau và có khởi nguồn xã hội và tâm lý cá nhân nhất định. Thứ hai, quá trình xảy ra hành vi tiếp xúc thực tế cần có các điều kiện về phương tiện vật chất, như báo in, ti vi, máy tính, mạng internet... để tiếp xúc với thông tin. Nếu không có các phương tiện này, con người có thể chuyển sang các phương tiện khác để thỏa mãn nhu cầu của mình. Do thói quen hoặc do tâm lý, công chúng đôi khi dựa vào ấn tượng đối với phương

tiện truyền thông mà quyết định lựa chọn một phương tiện truyền thông hoặc nội dung nào đó để tiếp nhận. Ví dụ, người già thường có thói quen đọc báo giấy, nghe đài, trong khi người trẻ lại thích đọc báo điện tử hoặc xem tivi.

Một vấn đề nữa cũng được chú ý, đó là kết quả thu nhận thông tin từ phương tiện truyền thông đại chúng có ảnh hưởng tới nhận thức, tâm lý, tình cảm của công chúng hay không? Nghiên cứu sử dụng và hài lòng tập trung vào cách mà phương tiện truyền thông được sử dụng để đáp ứng nhu cầu nhận thức và tình cảm liên quan đến nhu cầu cá nhân và nhu cầu giải trí. Stafford và Gonier đã xác định vài sự hài lòng từ việc sử dụng Internet thúc đẩy hành vi của người dùng. Sự hài lòng này bao gồm tìm kiếm Web, tiếp nhận thông tin, khả năng tham gia vào liên lạc giữa các cá nhân, và sự xã hội hóa. Nghiên cứu cho thấy rằng sinh viên đại học dành ít nhất 100 phút mỗi ngày để online, và Internet đóng vai trò chức năng tiện ích cá nhân (ví dụ như xây dựng mối quan hệ, duy trì xã hội, và công nhận xã hội) nhiều như chức năng giải trí và tiện ích thông tin. Sự hài lòng của công chúng thông qua phản hồi là thước đo hiệu quả của quá trình truyền thông.

Lý thuyết sử dụng và hài lòng lấy công chúng làm trung tâm. Công chúng là người chủ động lựa chọn và sử dụng các phương tiện truyền thông để phục vụ mục đích và thỏa mãn nhu cầu của mình. Thay vì trả lời câu hỏi “Truyền thông đã tác động như thế nào đến công chúng”, thuyết này tập trung phân tích “Công chúng ứng xử với truyền thông ra sao?”.

Từ lý thuyết này, NCS tiến hành khảo sát công chúng để chỉ ra công chúng đã tiếp cận các phương tiện truyền thông để tiếp nhận, tìm hiểu về tác hại của rượu, bia như thế nào. Các phương tiện truyền thông nào được công chúng quan tâm và tin tưởng khi cần nắm bắt thông tin về chủ đề này. Các phương tiện truyền thông hiện nay (cụ thể là báo in và báo điện tử trong phạm vi nghiên cứu) đã đáp ứng được nhu cầu tìm kiếm thông tin của công chúng về chủ đề này chưa. Trên cơ sở đánh giá mức độ “Sử dụng và hài lòng” của công chúng, NCS có cơ sở để đánh giá chất lượng thông tin của báo chí về vấn đề tác hại của rượu, bia, đồng thời, phân tích những tồn tại, hạn chế của báo chí khi thông tin về vấn đề này.

### **2.2.3. Thuyết Mũi kim tiêm**

Các nhà nghiên cứu Laswell (1927) và Hovland et.al. (1953) với cách đặt vấn đề chịu ảnh hưởng bởi tâm lý học hành vi, cho rằng, cùng một kích thích sẽ tạo ra cùng một loại phản ứng giống nhau ở đám đông (Williams K., 2003).

Thuyết “Mũi kim tiêm” (hypodermic needle model) hay thuyết “Viên đạn ma thuật” (magic bullet) cho rằng người xem thì thụ động và bị ảnh hưởng trực tiếp bởi các phương tiện truyền thông. Họ mặc nhiên chấp nhận những thông điệp mà họ nhận được từ các phương tiện truyền thông mà không cần phải xem xét lại. Như vậy, thông điệp đã được bắn thẳng vào người xem và thâm nhập vào tâm trí của họ giống như một viên đạn ma thuật, tạo ra các phản ứng giống nhau ở mọi người.

Mặc dù có nhiều tranh luận về học thuyết này, nhưng mô hình “mũi kim tiêm” vẫn chứa đựng các sự thật trong nó. Harold Lasswell (1927) là nhà lý luận nổi bật nhất về mô hình này. Lasswell cho rằng các phương tiện truyền thông đại chúng có sức mạnh vô cùng lớn. Chúng gây ảnh hưởng và thống trị dư luận xã hội. Bằng chứng là trong suốt chiến tranh thế giới II, các hoạt động truyền thông (mang tính chính trị) luôn được sử dụng để tẩy não đám đông” [tr.20, 108].

Từ Thuyết “Mũi kim tiêm”, NCS tiến hành phân tích ảnh hưởng từ các thông tin trên báo chí về tác hại của rượu, bia đối với nhận thức của công chúng, từ đó, phân tích khả năng dẫn đến thay đổi hành vi của công chúng khi tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia qua báo chí.

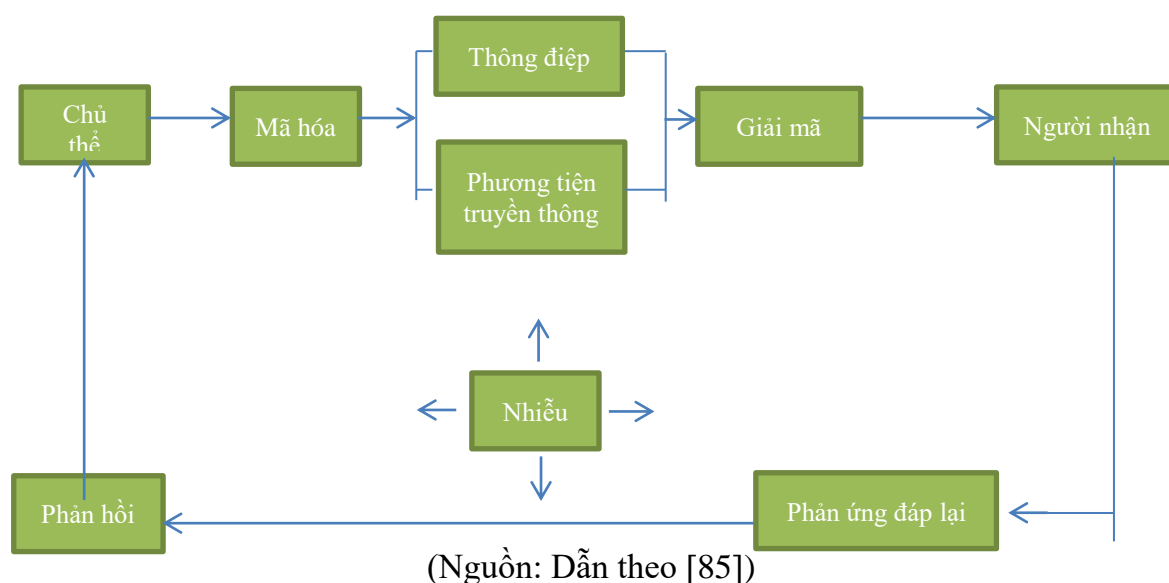
#### **2.2.4. Mô hình truyền thông 2 chiều của Shannon và Weaver**

Với quá trình hình thành và phát triển của nghiên cứu truyền thông qua các giai đoạn khác nhau đã cho thấy có nhiều mô hình truyền thông khác nhau có thể kể tới như mô hình một chiều của H.Lasswell, mô hình hai chiều của C.Shannon, mô hình tuyến tính của C.Shannon và Weaver, mô hình kinh nghiệm của của W.Schramm, mô hình truyền thông về truyền tải thông tin CMCR (Sender – Message – Channel – Receiver) của D.Berlo, mô hình hội tụ của L.Kincaid, mô hình tiếp thị xã hội của Philip Kotler và gần đây là mô hình 4C về truyền thông trực tuyến của S.Livingstone.

Điểm chung của những mô hình này là đều liên quan tới thông điệp và người nhận thông điệp, hai yếu tố này là những mắt xích quan trọng trong chu trình truyền

thông. Điểm khác nhau là ở chỗ trước thập kỷ 80 của thế kỷ XX, truyền thông đại chúng được xem là có sức mạnh vạn năng với mô hình tuyến tính đơn giản, xem người nhận thông điệp, công chúng hoàn toàn thụ động. Sau thập kỷ đó là mô hình truyền thông hai chiều, có nghĩa công chúng có vai trò nhất định trong quá trình truyền thông, tác động trở lại chủ thể truyền thông.

**Bảng 2. 2: Mô hình truyền thông 2 chiều của Shannon và Weaver năm 1948**



Trong đó:

**Chủ thể truyền thông** (hay nguồn hoặc đầu phát) là yếu tố thông tin tiềm năng và khởi xướng thực hiện truyền thông, có thể đó là cá nhân nói, viết, vẽ hoặc làm động tác... Bên cạnh đó, chủ thể truyền thông cũng có thể là một nhóm người hoặc một tổ chức truyền thông như Đài phát thanh truyền hình, một tờ báo hay rạp chiếu phim. Đây là yếu tố đầu tiên quyết định hiệu quả của quá trình truyền thông.

**Mã hóa:** là quá trình biến suy nghĩ được truyền tải trong thông điệp. Chủ thể truyền thông xác định cách người nhận sẽ nhận thông điệp và điều chỉnh sao cho thông điệp được hiểu theo cách họ muốn.

**Thông điệp** (nội dung): là nội dung thông tin được trao đổi, chia sẻ từ nguồn phát đến đối tượng tiếp nhận. Có thể bằng tín hiệu, mã số, lời nói, cử chỉ, thái độ, chữ viết hoặc bất cứ tín hiệu nào mà con người có thể hiểu được và trình bày một

cách có nghĩa. Nói cách khác, thông điệp được diễn tả bằng ngôn ngữ mà người cung cấp và người tiếp nhận có thể hiểu được.

**Phương tiện truyền thông** (kênh): là khả năng vận dụng các phương tiện có sẵn nhằm truyền tải thông điệp từ đầu phát đến người tiếp nhận hoặc từ nơi này đến nơi khác. Có rất nhiều phương tiện truyền thông được sử dụng hiện nay, như: báo in, truyền hình, radio, internet và mạng xã hội.

**Giải mã:** người tiếp nhận thông điệp và giải thích thông điệp cho chính họ. Cách giải mã thông điệp có thể khác nhau ở mỗi người nhận thông điệp, hay nói cách khác, một thông điệp có thể được giải mã khác nhau ở những người nhận khác nhau.

**Người nhận** (công chúng): là độc giả, khán thính giả đại chúng, là đối tượng các phương tiện truyền thông muốn tiếp cận. Đây là yếu tố cuối cùng trong quá trình truyền thông, cũng là khâu cuối cùng quyết định kết quả, biến mục đích truyền thông từ khả năng thành hiện thực. Đó là việc tạo ra thay đổi về nhận thức, dẫn tới thay đổi về hành vi của người tiếp nhận, phù hợp với qui mô, tính chất và khuynh hướng của thông điệp.

**Phản hồi:** mỗi thông điệp có thể được hiểu và chấp nhận ở các mức độ khác nhau tùy theo kiến thức, thái độ của người tiếp nhận, đồng thời tùy thuộc vào người cung cấp thông điệp.

**Nhiều:** là yếu tố gây ra sự sai lệch không được dự tính trong quá trình truyền thông (ví dụ như tiếng ồn, tin đồn, các yếu tố tâm lý, kỹ thuật...), dẫn đến tình trạng thông tin, thông điệp bị hiểu sai. Nhiều ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình truyền thông. Thông điệp càng qua nhiều khâu chuyển tiếp thì càng có nguy cơ chịu ảnh hưởng của các yếu tố nhiễu.

Mô hình này cho thấy, thông tin được bắt đầu từ nguồn phát (chủ thể truyền thông), sau khi thông điệp được mã hóa sẽ truyền tải các kênh truyền thông, thông điệp sẽ được giải mã và đến với người tiếp nhận thông điệp. Ngoài những đặc điểm chung kế thừa từ mô hình truyền thông của Lasswell, mô hình Shannon và Weaver còn bổ sung thêm yếu tố “nhiều” có thể gây ảnh hưởng tới tính rõ ràng, sự chính xác của thông điệp hay làm giảm khả năng tiếp nhận thông điệp của người nhận. Ở

mô hình hai chiều, công chúng tiếp nhận đóng vai trò quyết định trong quá trình truyền thông. Sự quyết định của công chúng không chỉ dừng ở việc tự do lựa chọn kênh truyền thông, tự do đón nhận thông điệp, mà công chúng còn tham gia trực tiếp (nếu họ muốn), trở thành một yếu tố trong mô hình truyền thông.

Đối với cá nhân, những thay đổi và phát triển của các phương tiện truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc cải tiến không ngừng về tốc độ, dung lượng. Những thay đổi này làm cho các phương tiện truyền thông truyền tải thông tin, hình thức giao tiếp và tiếp nhận thông tin. Từ đó có khả năng làm thay đổi đời sống tâm lý, văn hóa của công chúng. Công chúng sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng để tìm hiểu mọi lĩnh vực của đời sống như chính trị, văn hóa, xã hội hay giải trí... Các phương tiện truyền thông đặc biệt là các phương tiện truyền thông mới hiện nay như mạng xã hội giúp mỗi cá nhân tích cực tham gia vào quá trình tạo ra, truyền tải, chia sẻ và phản hồi thông tin nhiều hơn. Truyền thông còn giúp cá nhân mang ảnh hưởng tới cộng đồng với sự lên ngôi của báo chí công dân. Các phương tiện truyền thông cũng giúp công chúng phản hồi, lên tiếng bảo vệ các quyền lợi của mình.

Đối với tổ chức, việc truyền thông, giao tiếp với bên ngoài cũng là một cách để tổ chức tiếp nhận, xử lý thông tin về đối thủ, lắng nghe phản hồi của khách hàng, để từ đó phục vụ cho mục tiêu chiến lược định sẵn. Sử dụng các thông điệp, phương thức truyền thông ra bên ngoài, mỗi tổ chức sẽ thu nhận được các lượt tương tác, phản hồi để từ đó khắc phục những khuyết điểm, phát triển những tiềm năng hiện có. Điều đó cho thấy, để đảm bảo hiệu quả của hoạt động truyền thông đại chúng, việc nghiên cứu công chúng có vai trò quan trọng. Trên cơ sở hệ thống lý thuyết và mô hình truyền thông đã đề cập, NCS sẽ phân tích các vấn đề liên quan đến đề tài, cụ thể gồm:

*Thứ nhất*, phân tích, nhận định về tần suất, nội dung và hình thức thể hiện các thông điệp về tác hại của rượu, bia trên báo chí.

*Thứ hai*, đánh giá mức độ hiệu quả của quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia trên báo chí.

*Thứ ba*, đánh giá phản hồi thông qua ý kiến của công chúng với tiêu chí về nhận thức và thái độ gồm: Mức độ tiếp cận thông tin, nhận thức và đánh giá về tác hại của rượu bia trên báo chí.

### **2.3. Quan điểm của Đảng, Nhà nước về tác hại của rượu, bia và vai trò của báo chí trong lĩnh vực này**

Từ năm 1956, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã ký sắc lệnh độc quyền Nhà nước trong sản xuất, chế biến rượu. Chính sách này tồn tại cho đến cuối những năm 1980. Bắt đầu từ thập kỷ 90 với đường lối đổi mới nền kinh tế, Nhà nước không độc quyền trong sản xuất rượu bia nữa. Tất cả các thành phần kinh tế đều có quyền được tham gia trong lĩnh vực này. Tuy nhiên, trong “Định hướng chiến lược phát triển bền vững của Việt Nam” được chính phủ ban hành trong Quyết định số 153/2004 cũng đã nêu rõ: “Cần phải hạn chế sự phát triển của sản xuất rượu bia, thuốc lá...” Bởi vậy, Bộ Công nghiệp lúc đó đã đề ra một số phương án trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt nhằm từng bước hạn chế phát triển sản xuất rượu bia như: với những dự án đầu tư mới có sản lượng từ 25 triệu lít bia/năm trở lên phải được sự cho phép của Bộ trưởng; từ 50 triệu lít bia/năm trở lên phải được sự cho phép của Thủ tướng Chính phủ.

Theo quy định của Luật Thương mại, Nghị định số 11/1999/NĐ-CP của Thủ tướng Chính phủ và Thông tư số 12/1999/TT-TM của Bộ Thương mại năm 1999, mặt hàng rượu bia là mặt hàng hạn chế kinh doanh. Nhà nước thực hiện quyền kiểm soát liên thông, tiêu thụ trên thị trường. Do vậy, việc cấp giấy phép kinh doanh cần phải giới hạn về số lượng và đối tượng kinh doanh dựa trên các yêu cầu như: có mặt bằng phù hợp, có giấy phép đăng ký kinh doanh do UBND quận, huyện cấp, có hợp đồng làm đại lý với hãng rượu bia, phù hợp với quy hoạch của địa phương về kinh doanh những mặt hàng này trong từng thời kỳ v.v...

Thông tư 12/1999/TT-TM năm 1999 cũng quy định cấm bán rượu bằng máy tự động; cấm bán rượu tại bệnh viện, trường học, công sở, bến tàu, bến xe, nhà ga, sân bay, sân vận động, nhà văn hoá, nhà thi đấu thể thao, nơi biểu diễn nghệ thuật... (trừ tại các cửa hàng miễn thuế)



Tới năm 2005, Nghị định số 150/2005/NĐ-CP về xử phạt hành chính trong lĩnh vực trật tự an toàn xã hội quy định rõ: Phạt tiền từ 200.000 đồng đến 500.000 đồng đối với những hành vi bán đồ uống có cồn từ 14<sup>0</sup> trở lên cho trẻ em <16 tuổi hoặc cưỡng ép trẻ em dưới 16 tuổi uống rượu.

Trong lĩnh vực quảng cáo và tài trợ, Thông tư số 12/1999/TT-TM quy định: cấm quảng cáo rượu bia trái với quy định của pháp luật, cấm dùng rượu để khuyến mại hoặc làm giải thưởng cho các cuộc thi. Đối với rượu từ trên 15<sup>0</sup> - <30<sup>0</sup>, được quảng cáo trong phạm vi các doanh nghiệp kinh doanh rượu và các đại lý.

Nghị định 194/CP ngày 31/12/1994 của Chính phủ và Thông tư số 37/VHTT cũng quy định rất rõ về quảng cáo rượu bia như: Cấm quảng cáo thuốc lá và rượu dưới mọi hình thức; Hạn chế quảng cáo bia...

Ngày 12/11/ 2012, Chính phủ ban hành Nghị định 94/2012/NĐ-CP về sản xuất, kinh doanh rượu bia. Nghị định quy định rõ: Rượu thuộc nhóm hàng hoá Nhà nước hạn chế kinh doanh; Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh sản phẩm phải có giấy phép... Nghị định cũng quy định điều kiện cấp phép sản xuất rượu công nghiệp, rượu thủ công nhằm mục đích kinh doanh và điều kiện cấp phép kinh doanh sản phẩm rượu, theo đó, sản phẩm rượu chỉ được tiêu thụ tại Việt Nam khi có nhãn hàng hoá theo quy định của pháp luật, phải ghi nhãn hàng hoá theo quy định v.v...

**\*. Về chính sách của Nhà nước đối với người sử dụng rượu, bia:**

Nghị định 49/CP của Chính phủ ngày 15/8/1996 quy định: Người sử dụng rượu, bia phải chịu trách nhiệm hình sự nếu phạm tội trong tình trạng say rượu hoặc sử dụng các chất kích thích mạnh khác; Xử phạt từ 500.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với hành vi say rượu gây rối trật tự công cộng; Không được chi trả bằng bảo hiểm y tế, không được Bảo Việt bồi thường trong trường hợp bị tai nạn do sử dụng rượu bia.

Cũng trong năm 1996, Chính phủ ban hành Chỉ thị 351/CT-CP ngày 28/5/1996 cấm cán bộ, viên chức uống rượu, bia trong giờ làm việc.

Điều 8, Luật Giao thông đường bộ năm 2008 quy định: Cấm người điều khiển phương tiện tham gia giao thông có nồng độ cồn vượt quá 80mg/100ml máu

hoặc 40mg/1 lít khí thở. Quy định phạt tiền 1 triệu đồng đến 2 triệu đồng khi lái xe có sử dụng rượu bia mà nồng độ cồn trong máu và hơi thở vượt quá quy định.

Bên cạnh chính sách của trung ương, hầu hết các tỉnh, thành phố trong cả nước chưa có những chính sách riêng về phòng ngừa lạm dụng của rượu bia nhưng thường kết hợp việc triển khai các văn bản của Chính phủ về vấn đề này, kết hợp việc phòng ngừa lạm dụng rượu bia với giảm thiểu tai nạn giao thông. Một số địa phương trong các đợt cao điểm tuyên truyền cũng đã có những thông điệp về phòng chống tác hại của rượu, bia, đẩy mạnh tuyên truyền phòng chống tác hại của rượu, bia tại các địa điểm công cộng. Tuy nhiên, việc thực thi chính sách tại các địa phương cũng còn mang tính “thời vụ”, “theo phong trào”, nhiều khi chính sách bị bỏ quên, không có cơ chế giám sát, theo dõi thường xuyên.

Như vậy, có thể thấy, do việc sử dụng rượu, bia ở xã hội Việt Nam là phổ biến nên pháp luật về quản lý đối với sản phẩm rượu, bia ở nước ta đã được ban hành sớm. Khi xã hội phát triển, cơ sở vật chất, hạ tầng giao thông vận tải cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu của con người ngày càng tăng lên, thì việc cá nhân có phương tiện giao thông cũng tăng lên. Nhiều vấn đề về công tác quản lý nhà nước đã được đặt ra khi việc sử dụng rượu, bia dẫn đến các hậu quả xấu trong các quan hệ xã hội như vi phạm pháp luật, vi phạm trật tự an toàn giao thông có liên quan đến sử dụng rượu, bia; gánh nặng bệnh tật... Lúc này, các cơ quan quản lý nhà nước cũng nhận ra rằng, các quy định về hạn chế tuổi sử dụng, giờ bán, địa điểm bán, kiểm soát quảng cáo, khuyến mại, tài trợ rượu, bia, in cảnh báo sức khỏe trên bao bì, các biện pháp giảm nhu cầu sử dụng rượu, bia, các biện pháp kiểm soát nguồn cung cấp rượu, bia nhằm mục đích phòng, chống tác hại của rượu, bia, quản lý chặt chẽ đối với rượu, bia đều chưa được quan tâm đúng mức và còn thiếu những quy định phù hợp.

Ngày 12/2/2014, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành "Quyết định số 244/QĐ-TTg về Chính sách quốc gia phòng, chống tác hại của lạm dụng đồ uống có cồn đến năm 2020". Chính sách Quốc gia xác định những định hướng chung nhằm tạo nên sự đồng bộ trong các quy định thuộc mọi lĩnh vực thuộc đời sống xã hội về phòng chống tác hại của lạm dụng rượu, bia góp phần vào sự phát triển bền vững

của đất nước. Các quy định tại chính sách này được đánh giá là tiệm cận với các chuẩn mực quy định của quốc tế về phòng, chống tác hại của rượu, bia. Chính sách đã nêu rõ các quan điểm của Chính phủ Việt Nam đối với việc lạm dụng rượu, bia và các đồ uống có cồn khác, đó là: Việc lạm dụng gây tác hại đến sức khỏe của người sử dụng, đến gia đình, cộng đồng và kinh tế - xã hội; Nhà nước không khuyến khích người tiêu dùng sử dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác; Mọi người có quyền được bảo vệ khỏi ảnh hưởng bởi tác hại của lạm dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác; Kiểm soát toàn diện, đồng bộ đối với sản xuất, kinh doanh, sử dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của đất nước và tập quán văn hóa truyền thống để phòng, chống tác hại của lạm dụng rượu, bia, đồ uống có cồn khác và bảo vệ sức khỏe cộng đồng; Tham gia phòng, chống tác hại của lạm dụng rượu, bia và đồ uống có cồn khác là trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân; thông tin, giáo dục, truyền thông là biện pháp quan trọng nhằm nâng cao nhận thức của người dân về tác hại của lạm dụng rượu, bia và đồ uống có cồn. Chính sách cũng quy định năm nhóm giải pháp nhằm thực hiện bảy mục tiêu cụ thể đến năm 2020 nhằm giảm tác hại của rượu, bia, bao gồm: giải pháp kiểm soát nhu cầu sử dụng, kiểm soát cung cấp, giảm tác hại, giải pháp về hoàn thiện pháp luật, cơ chế, tổ chức, nguồn lực và giải pháp trong nghiên cứu khoa học và hợp tác quốc tế. Chính sách này khi mới được ban hành không thu hút nhiều sự quan tâm của dư luận nhưng rõ ràng đã thể hiện rõ cam kết chính trị mạnh mẽ của Chính phủ Việt Nam trong phòng chống lạm dụng rượu, bia.

Tiếp đó, ngày 25/10/2017, Ban Chấp hành Trung ương khoá XII ban hành Nghị quyết số 20-NQ/TW về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới. Trong đó, Nghị quyết 20-NQ/TW đã nhấn mạnh việc thực hiện đồng bộ các giải pháp nhằm giảm tiêu thụ rượu, bia là một trong các giải pháp quan trọng nhằm đạt mục tiêu về nâng cao sức khỏe.

Ngày 14/6/2019, tại Kỳ họp thứ 7, Quốc hội khoá XIV đã thông qua Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia (có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2020) với 7 chương, 36 điều. Tại Điều 3, Luật Phòng chống tác hại của rượu bia quy định, một loạt chính sách của Nhà nước trong phòng, chống tác hại của rượu đã được nêu

rõ như: Thực hiện đồng bộ các biện pháp phòng, chống tác hại của rượu, bia; Ưu tiên hoạt động thông tin, giáo dục, truyền thông; giảm tính sẵn có, dễ tiếp cận của rượu, bia; giảm tác hại của rượu, bia; tăng cường quản lý sản xuất rượu thủ công; thực hiện các biện pháp phòng, chống tác hại của rượu, bia đối với trẻ em, học sinh, sinh viên, thanh niên, phụ nữ mang thai.

Chương II của Luật bao gồm 9 điều quy định “Biện pháp giảm mức tiêu thụ rượu, bia”. Chương III Luật Phòng chống tác hại của rượu bia gồm 6 điều quy định các “Biện pháp quản lý việc cung cấp rượu, bia”. Luật Phòng chống tác hại của rượu bia cũng dành hẳn Chương IV với 6 điều quy định “Biện pháp giảm tác hại của rượu, bia”, Chương V với 3 điều để quy định về các điều kiện bảo đảm cho hoạt động Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Chương VI với 6 điều quy định về Quản lý nhà nước và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong Phòng, chống tác hại của rượu, bia.

Đặc biệt, tháng 7/2022, Ban Chấp hành Trung ương Đảng ban hành Quy định số 69-QĐ/TW về kỷ luật tổ chức, đảng viên vi phạm đã lần đầu quy định chi tiết về việc xử lý kỷ luật đảng viên vi phạm quy định của pháp luật về nồng độ cồn. Theo đó, việc đảng viên vi phạm quy định về cấm uống rượu, bia và các chất kích thích khác bị xếp vào hành vi vi phạm quy định về đạo đức, nếp sống văn minh, nếu gây hậu quả ít nghiêm trọng thì bị kỷ luật bằng hình thức khiển trách, nếu tái phạm hoặc gây hậu quả nghiêm trọng thì sẽ bị kỷ luật bằng các hình thức cao hơn.

Như vậy, có thể thấy, quan điểm của Đảng và Nhà nước ta đối với các tác hại của rượu, bia là nhất quán. Hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật nhằm kiểm chế, tiến tới giảm thiểu tác hại của rượu, bia cũng khá đầy đủ, minh bạch, rõ ràng.

**\*. Về vai trò của báo chí đối với tác hại của rượu, bia:**

Thực hiện Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định số 100/2019/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2019 của Chính phủ quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt (Nghị định số 100), ngày 16/1/2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 03/CT-TTg về Tăng cường thực hiện Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định số 100/2019/NĐ-CP

của Chính phủ quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt.

Chỉ thị dành hẳn một mục yêu cầu “ *Bộ Thông tin và Truyền thông chỉ đạo các cơ quan thông tấn, báo chí trung ương, địa phương, hệ thống truyền thanh cơ sở (huyện, xã, phường) tăng cường đưa tin về tinh thần nhân văn của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định số 100; phối hợp với ngành Công an, Giao thông vận tải tuyên truyền đến đông đảo nhân dân về tính nghiêm minh của pháp luật cũng như kết quả xử lý vi phạm quy định về TTATGT, tạo niềm tin, sự đồng thuận và ủng hộ của nhân dân đối với lực lượng chức năng trong quá trình thực thi công vụ; có biện pháp xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật đối với các hành vi đưa tin, tuyên truyền về các hành động sai trái, đi ngược lại các quy định của pháp luật”.*

Trước đó, ngày 10/9/2015, Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí, Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp với Tổ chức Y tế thế giới (WHO) tại Việt Nam, tổ chức tọa đàm với chủ đề "Báo chí với vấn đề An toàn giao thông" với đại biểu là các nhà báo viết về lĩnh vực giao thông. Tại buổi tọa đàm, nhiều nội dung được đưa ra thảo luận như: Vấn đề sử dụng rượu, bia ảnh hưởng trực tiếp đến an toàn giao thông; Tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe và tình trạng gia tăng tai nạn giao thông do lạm dụng rượu bia; Làm thế nào để nâng cao ý thức cho người tham gia giao thông, nhằm giảm thiểu tai nạn giao thông ở Việt Nam; Làm thế nào để nâng cao hiệu quả và cách thức tuyên truyền của các cơ quan báo chí đối với vấn đề An toàn giao thông... được đưa ra thảo luận.

Tháng 10/2015, Hội Nhà báo Việt Nam tiếp tục phối hợp với Văn phòng Tổ chức Healthbridge Canada tại Việt Nam phát động giải thưởng “Báo chí viết về phòng, chống tác hại của rượu bia” năm 2015. Giải thưởng nhằm tăng cường công tác truyền thông về lĩnh vực này, qua đó nâng cao nhận thức của nhân dân, các cấp chính quyền về phòng chống tác hại rượu, bia. Cuộc thi cũng ghi nhận, cổ vũ, động viên các cơ quan báo chí, nhà báo tham gia vào công tác tuyên truyền phòng chống tác hại rượu bia.

Tháng 11/2015, tại thành phố Bắc Ninh, Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí – Hội Nhà báo Việt Nam đã phối hợp với Tổ chức Y tế thế giới và Báo Bắc Ninh tổ chức hội thảo “Báo chí đưa tin về an toàn giao thông”. Hội thảo thu hút sự tham gia của đông đảo phóng viên các cơ quan báo chí Trung ương và một số tỉnh phía Bắc. Phát biểu tại Hội thảo, Theo Hội Nhà báo Việt Nam, trong thời gian qua, mặc dù số lượng tin, bài về tình hình ATGT ở các địa phương đã được phản ánh đều đặn, kịp thời trên các phương tiện thông tin đại chúng song nội dung, cách thức thể hiện các bài viết chưa được phong phú. Đặc biệt, một số báo thiếu những bài phóng sự điều tra hay về ATGT, vì vậy trong thời gian tới, phóng viên cần quan tâm phản ánh nhiều hơn nữa về các vấn đề cụ thể : Tác hại của rượu, bia với sức khỏe; thực trạng chất lượng mũ bảo hiểm; hậu quả TNGT đến kinh tế gia đình; chất lượng mũ bảo hiểm với chấn thương sọ não; học sinh đi xe đạp điện không đội mũ bảo hiểm; sử dụng điện thoại khi lái xe... Những thông tin này sẽ giúp cho công tác tuyên truyền của các cơ quan báo chí có hiệu quả hơn, tạo sức lan tỏa trong việc nâng cao kiến thức, ý thức cho người tham gia giao thông, tiến tới giảm thiểu tai nạn giao thông ở Việt Nam.

Tháng 9/2019, tại Hà Nội, Liên minh Phòng, chống bệnh không lây nhiễm Việt Nam (NCDs-VN) phát động Cuộc thi tác phẩm truyền thông phòng chống tác hại của rượu, bia. Ban Tổ chức yêu cầu nội dung các bài viết dự thi phải xoay quanh chủ đề tác hại của rượu bia liên quan đến sức khỏe, bạo lực giới, tai nạn giao thông, nghèo khổ và tệ nạn xã hội tại Việt Nam...; đề xuất các giải pháp cho vấn đề sử dụng rượu, bia ngày càng tăng tại Việt Nam được đăng tải trên báo chí và kênh truyền thông xã hội trong thời gian từ ngày 1/9/2019 đến ngày 15/12/2019.

Trả lời phỏng vấn Báo Giao thông vận tải ngày 22/6/2020, ông Khuất Việt Hùng, Phó Chủ tịch chuyên trách Ủy ban An toàn giao thông quốc gia khẳng định: “Báo chí có vai trò đặc biệt quan trọng, là động lực cho hoạt động tuyên truyền, phổ biến, giáo dục quy định pháp luật về TTATGT”. Ông Khuất Việt Hùng nhận định: Tuyên truyền, giáo dục là một trong những giải pháp căn bản trong công tác bảo đảm ATGT. Trong đó, tuyên truyền trên phương tiện thông tin đại chúng luôn có vai trò quan trọng nhất, giúp đưa quy định, chính sách về ATGT đến toàn xã hội.

Thực tế cho thấy, tuyên truyền qua báo chí đã góp phần tạo chuyển biến tích cực về ý thức của người tham gia giao thông, kết quả kiểm chế, kéo giảm TNGT cả về số vụ, số người chết liên tục qua các năm là minh chứng rõ ràng nhất. Các cơ quan báo chí luôn chủ động lựa chọn hình thức, chủ đề bám sát thực tiễn công tác bảo đảm ATGT, chuyên tải đến người dân những thông tin, các quy định của pháp luật về trật tự ATGT một cách kịp thời, rộng khắp và hiệu quả.

Ngày 13/1/2020, tại cuộc gặp mặt báo chí nhân dịp xuân Canh Tý, Tổng Thư ký, Chủ nhiệm Văn phòng Quốc hội Nguyễn Hạnh Phúc đánh giá, báo chí có vai trò rất lớn trong việc tuyên truyền phổ biến Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia.

Như vậy, trên mọi diễn đàn, bên cạnh việc khẳng định vai trò của báo chí nói chung, Đảng, Nhà nước ta đánh giá rất cao tầm quan trọng của báo chí khi truyền thông về tác hại của rượu, bia.

#### **2.4. Nội dung, hình thức, tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động truyền thông chính sách**

Truyền thông chính sách được Đảng, Nhà nước xác định là một nhiệm vụ quan trọng, không chỉ của báo chí, mà còn của cả hệ thống chính trị ở nước ta. Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá XII tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đã xác định: “...trong mọi công việc của Đảng và Nhà nước, phải luôn quán triệt sâu sắc, thực hiện nghiêm túc quan điểm “dân là gốc”; thật sự tin tưởng, tôn trọng và phát huy quyền làm chủ của Nhân dân, kiên trì thực hiện nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng”; “Thực hành và phát huy rộng rãi dân chủ xã hội chủ nghĩa, quyền làm chủ và vai trò chủ thể của Nhân dân; phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc; củng cố, nâng cao niềm tin của Nhân dân, tăng cường đồng thuận xã hội”.

Cùng với đó, Nghị quyết 27-NQ/TW ngày 09/11/2022 về tiếp tục xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN Việt Nam trong giai đoạn mới của Ban chấp hành Trung ương Đảng Khóa XIII đã đặt ra yêu cầu về đổi mới công tác phổ biến giáo dục pháp luật với phương châm lấy người dân làm trung tâm, bảo đảm tối đa quyền làm chủ của nhân dân, trong đó, trước hết phải nói đến quyền làm chủ về thông tin, đặc biệt là thông tin chính sách, pháp luật. Theo đó, để quyền làm chủ này của

người dân ngày càng trở nên thực chất, phù hợp với yêu cầu thực tiễn, với tinh thần “*Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng*”, việc truyền thông chính sách nói chung, truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật được coi là một trong những giải pháp hữu hiệu, cần thiết và cấp bách hiện nay. Nghị quyết cũng chỉ ra rằng, hoạt động truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật được tiến hành song song, đồng thời, không thay thế quy trình lấy ý kiến về dự thảo văn bản quy phạm pháp luật theo quy định hiện hành, mà có tính chất hỗ trợ, giúp cho công tác xây dựng pháp luật đạt hiệu quả, góp phần tạo đồng thuận trong đời sống, xã hội.

Trên cơ sở đó, ngày 30/3/2022, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg Phê duyệt Đề án "Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022 - 2027". Đây được coi là một trong những “cú hích” quan trọng để hoạt động truyền thông dự thảo chính sách được thực hiện từ sớm, từ xa, ngay từ khi lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, bảo đảm đồng bộ, bài bản, hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng chính sách, thể chế, tạo đồng thuận xã hội cũng như ý thức tôn trọng, tuân theo pháp luật của người dân, doanh nghiệp. Do đó:

#### **2.4.1. Về nội dung**

Truyền thông chính sách là quá trình quảng bá, phổ biến thông tin về chính sách đến với người dân thông qua các phương tiện truyền thông. Tại Việt Nam, báo chí và truyền thông có chức năng thông tin và tuyên truyền chính sách nhằm đưa chính sách vào cuộc sống và tạo ra đồng thuận xã hội. Do đó, đối với báo chí viết về tác hại của rượu, bia, có thể khái quát 3 tiêu chí đánh giá nội dung thông tin như sau:

*Thứ nhất*, thông tin phải phù hợp với chủ trương, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước.

Ở Việt Nam, báo chí được xác định là Cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước, là diễn đàn của Nhân dân. Nước ta không có báo chí tư nhân. Do đó, thông qua việc thực hiện các chức năng của mình, báo chí tham gia tuyên truyền chủ



trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trong chiến lược phát triển đất nước nói chung, cũng như trong từng lĩnh vực của đời sống xã hội thông qua sự quản lý của các Bộ, ngành nói riêng. Trong xây dựng, hoạch định chính sách, báo chí thể hiện vai trò bằng việc tham gia lấy ý kiến của người dân, của chính các cơ quan báo chí, đóng góp vào những dự thảo hoạch định chính sách, dự thảo chính sách cụ thể, cho đến khi chính sách được các cơ quan công quyền ban hành. Như vậy, báo chí có vai trò quan trọng tác động tới việc hoạch định chính sách. Những vấn đề dư luận quan tâm được thể hiện trên báo chí, đã tạo ra áp lực đến quá trình xây dựng chính sách của Quốc hội, Chính phủ, các Bộ, ngành. Báo chí có ảnh hưởng gián tiếp đến xây dựng chính sách.

Trên thực tế, nhiều đại biểu Quốc hội đã nêu ý kiến trong xây dựng chính sách, căn cứ vào một vấn đề được phản ánh qua báo chí. Báo chí có tác động lớn đến ý kiến công chúng và những ý kiến của công chúng lại là một trong những yếu tố quan trọng, ảnh hưởng đến các nhà hoạch định chính sách. Do đó, tiêu chí đầu tiên báo chí cần xác định khi tham gia hoạt động truyền thông chính sách là phải đảm bảo phản ánh đúng, đầy đủ, phù hợp các chủ trương của Đảng, chính sách luật của Nhà nước, phù hợp với lợi ích của người dân.

*Thứ hai, thông tin phải thời sự, chính xác, khách quan.*

Thông tin nhanh nhạy, chính xác, kịp thời là một trong những yêu cầu sống còn đối với một tác phẩm báo chí. Muốn cung cấp cho người dân các thông tin về tác hại của rượu, bia, nhà báo không thể né tránh các tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội, nhưng nhà báo cũng không thể bỏ qua thói quen sử dụng rượu, bia như một nét văn hoá truyền thống của người dân Việt Nam. Trong hoạt động báo chí, chất lượng của thông tin rất quan trọng. Tuy nhiên, tốc độ đưa tin và các thức thông tin tới công chúng lại là chìa khóa quyết định hiệu quả truyền thông. Một tin tức báo chí muốn đến được với công chúng và được công chúng tiếp nhận phải là tin nhanh nhất, hay nhất và phù hợp nhất. Báo chí cũng không thể bỏ qua tâm lý và thói quen tiêu dùng của đại bộ phận công chúng của mình khi thông tin về một vấn đề kinh tế, xã hội, đặc biệt là vấn đề phổ quát như việc sử dụng hay tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe con

người và đời sống xã hội. Điều đó có nghĩa là báo chí không thể chỉ đưa tin một chiều bất chấp nhận thức hay thói quen của công chúng. Nhưng báo chí cũng không thể chỉ nuông chiều thói quen của công chúng mà bỏ qua các thông tin cốt lõi về chính sách. Như vậy, sự định hướng rõ ràng sẽ trang bị cho nhà báo phương pháp thông tin và biết cách vận dụng thông tin có hiệu quả để thực hiện chức năng của báo chí. Một hướng quan trọng trong cách tiếp cận thông tin báo chí là mỗi chương trình, mỗi tác phẩm phải được xem xét kỹ lưỡng trong hệ thống những mối quan hệ giữa báo chí và công chúng. Tác phẩm báo chí là điểm trung gian trong mối quan hệ: Nhà báo - Tác phẩm - Công chúng. Tác phẩm báo chí khi được đăng tải, phát sóng, mới chỉ dừng lại ở thông tin tiềm năng, vì thông tin đó chưa chắc đã được công chúng tiếp nhận. Người làm báo phải tìm mọi cách biến thông tin tiềm năng thành thông tin hiện thực. Tính chất thực tiễn của thông tin là tiêu chuẩn để đánh giá giá trị của thông tin cao hay thấp, tức là có mang đến cho công chúng những thông tin phù hợp với nhu cầu của họ không và có khả năng chuyển thông tin tiềm năng thành thông tin hiện thực không. Một tác phẩm báo chí hấp dẫn không chỉ cung cấp được các thông tin mà người dân mong muốn tiếp cận, mà thông tin đó còn phải chính xác và phải nhanh, tức là phải đến được với công chúng ngay khi công chúng có nhu cầu tìm hiểu thông tin.

Để thông tin về một chính sách sắp ban hành hoặc mới được ban hành đến với công chúng, góp phần thay đổi nhận thức và hành vi của công chúng, báo chí phải có những phương pháp nhất định trong quá trình truyền thông. Trên thực tế, việc cung cấp thông tin rộng rãi trước khi ban hành chính sách sẽ nhận được những phản hồi từ phía người dân, đó là những thông tin đầu vào cần thiết cho quá trình hoạch định chính sách. Vấn đề đặt ra là, một chính sách càng có tác động lớn đến người dân thì càng có nguy cơ nhận được nhiều ý kiến phản hồi trái chiều. Nhà chức trách phải chuẩn bị tâm thế như thế nào khi tiếp nhận các thông tin phản hồi từ công chúng? Báo chí cũng có trở thành kênh thông tin phản ánh đầy đủ các ý kiến phải hỏi nhiều chiều từ công chúng đến các nhà hoạch định chính sách hay không, hay chỉ đăng những thông tin mà tòa soạn đó cho là phù hợp? Thực tế, một chính sách phù hợp phải là một chính sách có thể khả thi trong cuộc sống và ở quá trình

xây dựng, thông qua ý kiến phản hồi của người dân, của các tổ chức xã hội, các nhà hoạch định chính sách có cơ sở và cơ hội để xem xét, cân nhắc quyết định các nội dung chính sách một cách đầy đủ và đa diện hơn. Sau khi có chính sách thì việc tiếp nhận chính sách của công chúng sẽ là yếu tố quan trọng để đưa chính sách vào cuộc sống, bởi vì bất cứ chính sách nào của Đảng, Chính phủ cũng phải thông qua người dân mới trở thành hiện thực.

*Thứ ba*, thông tin phải có tính định hướng dư luận xã hội.

Truyền thông chính sách có vai trò hết sức to lớn trong tất cả các khâu của chu trình chính sách, nhưng trong đó vai trò điều tiết dư luận xã hội theo hướng tạo sự ổn định chính trị để phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội của đất nước là rất quan trọng. Hiệu quả truyền thông chính sách không chỉ quyết định sự thành công của từng chính sách riêng lẻ mà còn góp phần bảo đảm năng lực điều hành của Chính phủ cũng như năng lực cầm quyền của Đảng. Truyền thông chính sách nhằm xây dựng sự đồng thuận xã hội được ví như nguồn lực để thực hiện thành công chính sách. Đồng thuận xã hội là trạng thái đa số công chúng đạt được sự đồng tình, nhất trí đối với chính sách có tác động đến lợi ích của họ. Đồng thuận xã hội đạt được khi công chúng đồng tâm, đồng lòng quy tụ theo một hệ giá trị, hệ mục tiêu và lợi ích chung. Nó là kết quả của quá trình trao đổi, thảo luận, thuyết phục, thương lượng, thoả hiệp giữa các bên liên quan, chứ không đơn thuần là sự đồng ý một cách miễn cưỡng hay sự tự nguyện bị thúc bách. Truyền thông là môi trường, phương tiện, chất xúc tác cho quá trình thảo luận, đối thoại chính sách, làm tiền đề thiết yếu cho đồng thuận xã hội. Do đó, sự tương tác, trao đổi giữa các quan điểm, ý kiến khác nhau sẽ giúp các bên liên quan đến gần hơn quan điểm chung mang tính hợp lý, thay vì áp đặt quan điểm của bên này cho bên kia. Truyền thông khi đó không chỉ giúp các bên liên quan có cơ hội bày tỏ quan điểm của mình mà còn đóng vai trò là diễn đàn, không gian cho đối thoại xã hội.

#### **2.4.2. Về hình thức**

Một tác phẩm báo chí đáp ứng tiêu chuẩn không chỉ phải có nội dung hay mà còn phải trình bày đẹp là yêu cầu chung đối với cả báo in và báo điện tử. Nghĩa là, tác phẩm báo chí đó phải đáp ứng cả yêu cầu tiêu chuẩn về nội dung và hình thức.

Tác phẩm báo chí là một chỉnh thể, bao gồm hai yếu tố nội dung và hình thức. Hai yếu tố này có mối quan hệ biện chứng, gắn bó hữu cơ, chi phối lẫn nhau tạo nên chất lượng tác phẩm báo chí. Tác phẩm báo chí còn được hiểu rộng hơn, đó là cả trang báo, số báo, tờ báo, chuyên mục, chương trình phát thanh, truyền hình... Do đó tiêu chí đánh giá chất lượng thông tin báo chí phải coi trọng cả hai yếu tố nội dung và hình thức thông tin. Để báo chí hoạt động hiệu quả, trước hết nội dung phải hay, phải súc tích và hình thức thể hiện phải hấp dẫn.

Năm 2021, Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Bộ tiêu chí chất lượng đối với sản phẩm báo in, báo điện tử thực hiện từ nguồn ngân sách nhà nước thuộc lĩnh vực thông tin và truyền thông kèm theo Quyết định số 1269/QĐ-BTTTT. Theo đó, Bộ tiêu chí chất lượng quy định các tiêu chí về nội dung, hình thức sản phẩm và một số tiêu chí về số lượng phát hành, hiệu ứng lan tỏa, thời gian, số lượng sản phẩm đăng tải. Đối với tiêu chí về hình thức trên sản phẩm yêu cầu vị trí đăng tải tại chuyên trang, chuyên mục, trang nhất, trang chủ phù hợp với chủ đề tuyên truyền và phù hợp quy định đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt; hình thức tuyên truyền phù hợp với yêu cầu, định hướng tuyên truyền của cơ quan chỉ đạo, quản lý nhà nước (dạng sản phẩm Mega Story, Timeline, Ảnh, Infographic, Video, Audio), phù hợp với đối tượng mục tiêu, phù hợp thuần phong, mỹ tục và pháp luật Việt Nam. Ngoài ra, Bộ tiêu chí còn có một số tiêu chí khác như: Số lượng phát hành ấn phẩm/số lượng page view trang (đăng tải sản phẩm của cơ quan báo chí); Hiệu ứng lan tỏa trên các phương tiện truyền thông khác; Thời gian và số lượng sản phẩm đăng tải. Bộ tiêu chí cũng quy định một số phương pháp xác định đối với một số tiêu chí cụ thể như Hội đồng tổ chức nghiệm thu kiểm tra trực tiếp sản phẩm, đánh giá nội dung sản phẩm; đo kiểm, kiểm tra số lượng phát hành, số lượng page view; đối chiếu tôn chỉ, mục đích quy định trong giấy phép; đối chiếu yêu cầu, định hướng tuyên truyền tại các bản bản của cơ quan chỉ đạo, quản lý....

Tựu chung lại, về hình thức, một tác phẩm báo chí đáp ứng yêu cầu phải thỏa mãn nhu cầu mỹ cảm, tác động sâu sắc đến tình cảm và suy nghĩ của đối tượng. Thông tin báo chí phải được chuyển tải bằng các hình thức, phương pháp thể

hiện thuyết phục, dễ hiểu. Nó không chỉ làm cho công chúng thích thú mà còn khơi gợi được sự suy nghĩ theo hướng đúng và thúc đẩy hành động tích cực của họ.

### **2.4.3. Ưu thế và hạn chế của báo in, báo điện tử khi truyền thông về tác hại của rượu, bia**

#### **2.4.3.1. Báo in (Newspaper)**

Sự ra đời của báo in vào cuối thế kỷ XVI, đầu thế kỷ XVII là kết quả tất yếu của các điều kiện lịch sử cụ thể lúc đó - xã hội Châu Âu đang bước vào thời kỳ bản lề giữa xã hội phong kiến và xã hội tư bản chủ nghĩa. Báo in gồm báo và tạp chí, là những ấn phẩm định kỳ chuyển tải nội dung thông tin mang tính thời sự và được phát hành rộng rãi trong xã hội, thông qua các công cụ như máy in, mực in và giấy in. Ở Việt Nam, báo chí ra đời muộn hơn, nhưng ngay sau khi ra đời, báo chí đã khẳng định được vị trí của mình trong mọi phương diện của đời sống xã hội.

Khoản 3, Điều 3, Luật Báo chí 2016 quy định: “*Báo in là loại hình báo chí sử dụng chữ viết, tranh, ảnh, thực hiện bằng phương tiện in để phát hành đến bạn đọc, gồm báo in, tạp chí in*”.

Theo Hà Huy Phương, “Báo in là thuật ngữ chỉ một loại hình báo chí định kỳ thông tin thời sự các sự kiện, các vấn đề trong đời sống xã hội thông qua việc sử dụng ngôn ngữ chữ viết và kỹ thuật in ấn để chuyển tải thông tin” [tr.12, ].

Theo Tạ Ngọc Tấn thì: “Báo in là những ấn phẩm định kỳ chuyển tải nội dung mang tính thời sự và được phát hành rộng rãi trong xã hội”[tr.81, 88].

Còn tác giả Dương Xuân Sơn cho rằng: “Báo in là ấn phẩm định kỳ chuyển tải nội dung thông tin mang tính thời sự và được phát hành rộng rãi trong xã hội thông qua các công cụ như máy in, mực in và giấy in” [tr.77, 84].

Do báo in là loại hình báo chí xuất hiện sớm, được nhiều học giả nghiên cứu nên có nhiều khái niệm, quan niệm và cách hiểu khác nhau được đưa ra về báo in. Tuy nhiên có thể hiểu một cách đơn giản nhất: Báo in là một loại hình báo chí, chuyển tải nội dung các vấn đề, sự kiện bằng văn bản, chữ viết, ký tự, hình ảnh thông qua công nghệ in ấn, cung cấp thông tin cho độc giả. Báo in có những đặc điểm của riêng mình. Trong đó, đặc điểm quan trọng nhất của báo in là truyền tải thông tin qua chữ viết, hình ảnh trên mặt giấy. Toàn bộ thông tin của bài báo được

thể hiện trước mắt người đọc và người đọc có thể chủ động về thời gian, không gian khi tiếp cận các thông tin đến từ một bài báo in. Do phương thức thông tin đặc thù như vậy, báo in có những đặc điểm ưu việt như: luôn được đầu tư về chất lượng, thông tin luôn chính xác, đảm bảo khách quan. Việc biên tập, kiểm duyệt cũng khắt khe và kỹ lưỡng. Các vấn đề về kinh tế, văn hóa luôn luôn được bình luận chuyên sâu... Về đặc điểm của báo in thì ngoài những đặc điểm chung với nhiều loại hình báo chí khác thì báo in có những đặc điểm riêng biệt như: Tính đại chúng; Tính đa dạng; Tính chuẩn xác; Tính cụ thể; Tính ngắn gọn, súc tích; Tính khuôn mẫu; Tính thẩm mỹ... Tuy nhiên, báo in cũng có những hạn chế nhất định, như: do chỉ xuất hiện ở một thời điểm cụ thể, nhất định nên độ nhanh nhạy, tính cập nhật thời sự bị hạn chế hơn các loại hình báo chí khác; sự đơn điệu và khả năng giải mã tín hiệu thông tin dễ làm suy giảm sự hứng thú của người đọc; phạm vi tác động thường bị giới hạn trong số những người biết chữ; việc phát hành báo in được thực hiện theo phương pháp trao tay, do đó thường chậm và phụ thuộc vào điều kiện giao thông, vào phương tiện và con người.

Về quy trình sản xuất, ở Việt Nam, quy mô tổ chức của mỗi báo có khác nhau, nhưng quy trình sản xuất một ấn phẩm báo in thông thường đều gồm các công đoạn sau: (1) Phóng viên tìm hiểu và nghiên cứu thực tế; (2) xác định chủ đề - đề tài - tư tưởng chủ đề; (3) thu thập và khai thác thông tin; (4) thể hiện tác phẩm về nội dung và hình thức; (5) Tòa soạn duyệt, chế bản báo in, in ấn phát hành (6) lắng nghe thông tin phản hồi.

#### **2.4.3.2. Báo điện tử (Online newspaper)**

Những thành tựu của khoa học kỹ thuật và công nghệ đã làm thay đổi mọi mặt của đời sống xã hội nói chung và sự kết nối, truyền thông của con người nói riêng. Năm 1962, ý tưởng đầu tiên về mạng kết nối các máy tính với nhau của J.C.R. Licklider ra đời. Năm 1969: Mạng này được đưa vào hoạt động và là tiền thân của Internet; Internet – liên mạng bắt đầu xuất hiện khi nhiều mạng được kết nối với nhau. Sau bao biến cố thăng trầm, đến năm 1984, giao thức chuyển gửi tin TCP/IP (Transmission Control Protocol và Internet Protocol) trở thành giao thức chuẩn của Internet; hệ thống các tên miền DNS (Domain Name System) ra đời để phân biệt

các máy chủ. Năm 1991, ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản HTML (HyperText Markup Language) ra đời cùng với giao thức truyền siêu văn bản HTTP (HyperText Transfer Protocol), Internet từ đó thực sự trở thành công cụ đắc lực với hàng loạt các dịch vụ mới. WWW ra đời, đem lại cho người dùng khả năng tham chiếu từ một văn bản đến nhiều văn bản khác, chuyển từ cơ sở dữ liệu này sang cơ sở dữ liệu khác với hình thức hấp dẫn và nội dung phong phú. Báo chí cũng hưởng lợi từ những thành quả của sự phát triển công nghệ, kết quả là, những tờ báo điện tử ra đời theo xu thế phát triển của thời đại.

Tờ báo điện tử đầu tiên được biết trên thế giới là tờ *Chicago Tribune* ra đời vào tháng 5/1992 có máy chủ đặt tại nhà cung cấp dịch vụ American Online ( cũng có tài liệu cho rằng tờ báo điện tử đầu tiên ra đời vào tháng 10/1993 tại Khoa Báo chí thuộc Đại học Florida, Hoa Kỳ).

Báo điện tử là loại báo xuất hiện trên Internet (World Wide Web). Khoản 6, Điều 3, Luật Báo chí 2016 quy định: “*Báo điện tử là loại hình báo chí sử dụng chữ viết, hình ảnh, âm thanh, được truyền dẫn trên môi trường mạng, gồm báo điện tử và tạp chí điện tử*”.

Báo điện tử là khái niệm thông dụng ở nước ta với những đặc trưng rất ưu việt như khả năng đa phương tiện, có tính tức thời và phi định kỳ, tính tương tác cao. Một sản phẩm báo chí điện tử có thể kết hợp nhiều yếu tố xem, nghe, đọc của cả 3 loại hình báo chí, như: chữ viết của báo in, âm thanh của phát thanh, hình ảnh của truyền hình. Ưu việt hơn, ấn phẩm Mobil của các báo điện tử phiên bản điện thoại đã giúp cho công chúng có thể tiếp cận các thông tin từ báo chí điện tử dễ dàng hơn và gọn, nhẹ hơn. Thay vì đọc báo, nghe radio, xem tivi, đọc giả có thể dùng điện thoại, máy tính lướt web, đọc báo điện tử hàng ngày với chi phí rẻ và lượng thông tin đầy ắp.

Báo điện tử có những đặc trưng cơ bản như: Khả năng đa phương tiện; Tính tức thời và phi định kỳ; Tính tương tác; Khả năng lưu trữ và tìm kiếm thông tin. Ở khả năng đa phương tiện, có thể thấy, đa phương tiện trên báo điện tử là sự kết hợp nhiều loại phương tiện (văn tự và phi văn tự) để thực hiện và tạo nên một sản phẩm báo chí. Một sản phẩm báo chí được coi là sản phẩm đa phương tiện khi nó tích hợp

nhieu trong số các phương tiện truyền tải thông tin như sau: văn bản (text), hình ảnh tĩnh (still emage), hình ảnh động (animation), đồ hoạ (graphic), âm thanh (audio), video và chương trình tương tác (interactive program) [tr.127, 74]. Đa phương tiện là một trong những ưu điểm vượt trội của báo mạng điện tử so với các loại hình báo chí khác.

Ở tính tức thời và phi định kỳ, có thể thấy, nhờ sự phát triển của công nghệ, máy vi tính, mạng internet, phóng viên chỉ cần một máy tính xách tay, hoặc điện thoại di động có nối mạng, các phần mềm phụ trợ... là đã có thể sản xuất và gửi tin bài về toà soạn hoặc lập tức đăng tải lên báo điện tử. Khi đã đăng tin, bài, ảnh... nếu phát hiện có sai sót hoặc cần bổ sung thông tin, nhà báo đều có thể xử lý ngay lập tức.

Ở tính tương tác của báo điện tử, có thể thấy, nhờ có sự hỗ trợ của công nghệ truyền thông và internet, bạn đọc và toà soạn có thể tương tác, trao đổi thông tin về bất kỳ bài viết nào, vào bất cứ thời gian nào. Đây cũng là đặc tính nổi bật tạo nên sự khác biệt của loại hình báo chí này với các loại hình báo chí truyền thống trước nó.

Về khả năng lưu trữ và tìm kiếm thông tin, đây có thể nói là một thế mạnh vượt trội của báo điện tử. Nếu muốn tra cứu một bài báo trên ấn phẩm báo giấy đã đăng tải cách đây 5 – 6 năm, việc một người cần làm là phải tìm lại ấn phẩm báo giấy đó trong kho, trong thư viện với một hành trình rất khó khăn. Điều này lại rất dễ dàng đối với báo điện tử. Chỉ cần tìm kiếm tên báo, từ khóa, tên bài báo, công chúng dễ dàng tìm kiếm thông tin về bài viết mình muốn tra cứu. Hơn thế nữa, từ một bài báo, người đọc có thể dễ dàng tìm kiếm những thông tin liên quan sâu hơn về vấn đề quan tâm. Từ một trang báo, người đọc cũng có thể dễ dàng đi đến các trang báo khác. Toàn bộ thông tin của báo điện tử được lưu trữ trên serve và người được có thể tìm kiếm, tải về bất cứ lúc nào. Phát thanh và truyền hình không có khả năng lưu trữ và tìm kiếm dễ dàng như báo điện tử. Báo in cũng không tìm kiếm thông tin dễ dàng và nhanh chóng như các thông tin được báo chí điện tử đăng tải.

Về quy trình sản xuất, một tác phẩm báo chí điện tử trải qua ít công đoạn hơn so với báo in, thường gồm: (1) Phóng viên tìm hiểu và nghiên cứu thực tế, đề xuất đề tài hoặc được Tòa soạn giao đề tài (2) thu thập và khai thác thông tin; (3)



Nhập thông tin bài báo vào hệ thống CMS của Tòa soạn báo điện tử; thể hiện tác phẩm về nội dung và hình thức theo quy định của Tòa soạn (4) Các cấp của Tòa soạn duyệt, đăng báo (5) lắng nghe thông tin phản hồi.

Tuy nhiên, báo chí điện tử cũng có những hạn chế nhất định như: phải có phương tiện để truy cập (máy tính, điện thoại...); phải có mạng internet. Báo in lại tiện lợi hơn do người dùng có thể mang theo, đọc báo ở bất cứ đâu, bất cứ khi nào mặc dù hiện nay, để tìm mua được 1 tờ báo in như ý không phải là điều dễ dàng đối với công chúng.

## **TIỂU KẾT CHƯƠNG 2**

Chương 2 là chương nền tảng quan trọng của Luận án. Chương này giải quyết những vấn đề lý luận chung có tính chất chi phối tới các hoạt động nghiên cứu ở những chương sau cũng như toàn bộ Luận án. Thông qua bàn luận và giới thuyết về đề tài nghiên cứu, tác giả đã nêu những khái niệm, thuật ngữ trong phạm vi nghiên cứu đề tài như: “Báo chí”, “báo in”, “báo điện tử”, “rượu”, “bia”, “sử dụng rượu bia có hại”, quan điểm của Đảng, Nhà nước về tác hại của rượu bia và vai trò của báo chí trong lĩnh vực này; bàn về tính đặc thù của truyền thông chính sách và những yếu tố tác động đến quá trình truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí. Từ các nội dung triển khai nghiên cứu trong Chương này, tác giả có những luận bàn về các thuật ngữ chuyên sâu về các loại hình báo in, báo điện tử, rượu bia, truyền thông chính sách và những cách nhìn mới về hiệu quả của truyền thông chính sách trên báo chí. Trên cơ sở phân tích các lý thuyết về báo chí như: Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự, Lý thuyết sử dụng và hài lòng, Lý thuyết mũi kim tiêm; mô hình truyền thông hai chiều của C.Shannon, tác giả bước đầu luận giải những thủ pháp truyền thông mà các cơ quan báo chí đã áp dụng trong quá trình truyền thông về tác hại của rượu, bia, từ đó làm cơ sở đánh giá những thành công, hạn chế của quá trình truyền thông này ở những Chương sau.

Chương này cũng khái quát một cách tổng thể về chức năng, nhiệm vụ của báo chí ở nước ta từ khi ra đời đến nay; những nhìn nhận, đánh giá của Đảng, Nhà nước về vai trò, chức năng của báo chí đối với nhiệm vụ truyền thông chính sách, đặc biệt là những chính sách tác động đến đông đảo tầng lớp nhân dân. Bên cạnh đó, tác giả cũng khái quát về những chính sách thống nhất của Nhà nước ta đối với rượu, bia và chỉ ra một số nguyên nhân ban đầu của hiện tượng thất bại trong truyền thông về tác hại của rượu, bia giai đoạn đầu xây dựng Dự án Luật Phòng chống tác hại rượu, bia của các cơ quan chức năng. Từ đó, tác giả bước đầu nhìn nhận về những nội dung, hình thức và các tiêu chí cần có để đánh giá hiệu quả của truyền thông đối với một chính sách cụ thể trên báo chí.

Các nội dung ở Chương 2 là cơ sở so sánh, đối chiếu cho những phân tích tiếp theo ở Chương 3.

### **Chương 3. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA TRÊN BÁO CHÍ**

Chương này là kết quả các khảo sát và phân tích của tác giả xung quanh thực trạng truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí. Thông qua các sản phẩm báo chí đăng tải, các báo điện tử, báo in ở Việt Nam đã thể hiện vai trò của mình trong quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia. Các phân tích lý thuyết và giới hạn đề tài nghiên cứu về vai trò của báo in, báo điện tử được biểu hiện cụ thể bằng các sản phẩm báo chí được phân tích, đánh giá.

Thực trạng truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí sẽ được đánh giá, phân tích dựa trên nền tảng cơ sở lý luận và thực tiễn mà Chương 2 đã đề cập. Trong Chương này, tác giả đề cập nội dung: Thực trạng truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí, gồm: (1), Tần suất, mật độ thông điệp về tác hại của rượu bia trên báo chí, (2) Những vấn đề chính được thể hiện, (3), Hình thức chuyển tải thông điệp (4) Nhận thức của công chúng và ý kiến đánh giá.

#### **3.1. Giới thiệu khái quát về các báo trong diện khảo sát**

##### **3.1.1. Các tờ báo in:**

+. Báo Nhân dân là Cơ quan ngôn luận của Trung ương Đảng, là tiếng nói quan trọng của Đảng đối với trong nước và quốc tế. Báo Nhân dân có nhiệm vụ bằng nội dung và hình thức phong phú, sinh động, mở rộng thông tin, trao đổi ý kiến, hướng dẫn dư luận đối với những vấn đề mới của cuộc sống mà quần chúng quan tâm.

Báo Nhân dân là cơ quan sự nghiệp hành chính có thu. Các ấn phẩm báo Nhân dân bao gồm: Số báo đầu tiên ra đời ngày 11 tháng 3 năm 1951 tại chiến khu Việt Bắc. Sang thế kỷ 21 báo phát hành 180.000 tờ mỗi ngày, báo Nhân dân cuối tuần được phát hành 110.000 tờ mỗi kỳ, và nguyệt san Nhân dân hằng tháng được phát hành 130.000 số mỗi kỳ. Báo ngày, tức nhật báo gồm: Báo Nhân dân dạng điện tử; Báo Nhân dân cuối tuần; Báo Nhân dân hàng tháng; Báo Thời Nay; Kênh truyền hình Nhân dân. Nhân dân điện tử được ra đời trên Internet vào ngày 21 tháng 6 năm 1998. Tính đến tháng 6 năm 2014, Nhân dân điện tử có các phiên bản ngôn ngữ tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Trung Quốc và tiếng Pháp. Kể từ 22 giờ 45 phút, 1

tháng 9, 2015 Kênh Truyền hình Nhân dân chính thức ra mắt và được phủ sóng toàn quốc thông qua các mạng Truyền hình kỹ thuật số mặt đất DVB-T2, Truyền hình Cáp (HTVC, SCTV, VTCab,...), IPTV và Truyền hình Vệ tinh (VTC, Mobifone-MobiTV, K+,...).

Là cơ quan trung ương của Đảng Cộng sản Việt Nam, sau ghi thêm là "Tiếng nói của Đảng, Nhà nước và nhân dân Việt Nam", báo Nhân dân là tờ báo có uy tín nhất trong nước, là cơ quan phát ngôn chính thức của Đảng và Chính phủ. Báo thông tin thận trọng, chính xác, các bài xã luận, bình luận (trong nước và quốc tế), phê bình văn học nghệ thuật... có tính chỉ đạo, định hướng cao. Khẩu hiệu "Đọc và làm theo báo Đảng" ứng trước hết với báo Nhân dân. Báo có những đợt tuyên truyền tập trung vào các công tác trọng tâm, cổ vũ phong trào lớn của quần chúng. Báo Nhân dân được Đảng, Nhà nước trao tặng nhiều phần thưởng cao quý. Ngày 9/3/2016 Nhân dân đón nhận Huân chương Độc lập hạng nhất.

+. Báo Công an nhân dân: Ngày 01/11/1946, Báo Công an mới, tiền thân của Báo CAND ra mắt bạn đọc. Báo Công an nhân dân là cơ quan ngôn luận của Bộ Công an. Ngoài những tin thông thường như phóng sự xã hội, tin tức quốc tế, báo Công an nhân dân, báo cũng hướng đến các thông tin trong cuộc sống hàng ngày diễn ra trên mọi lĩnh vực.

Trải qua 77 năm xây dựng và phát triển, mặc dù có nhiều thay đổi, điều chỉnh về tên gọi, phương thức phát hành, bộ máy tổ chức, nhưng Báo CAND đã bám sát tôn chỉ, mục đích, nhiệm vụ chính trị, định hướng tuyên truyền của Đảng, Nhà nước, của Đảng ủy Công an Trung ương, Bộ Công an, đồng hành với sự nghiệp bảo đảm an ninh, trật tự, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Các ấn phẩm của Báo CAND như: Công an nhân dân, An ninh thế giới, An ninh thế giới cuối tháng, Văn nghệ Công an... chú trọng thông tin chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước, chỉ đạo của Đảng ủy Công an Trung ương, Bộ Công an; phản ánh sinh động thực tiễn công tác bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự, an toàn xã hội; đấu tranh phản bác các luận điệu tuyên truyền xuyên tạc của các thế lực thù địch, phản động, bảo vệ, gìn giữ, phát huy những giá trị khoa học của chủ nghĩa Mác - Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh.

Báo CAND cũng là cầu nối giữa lực lượng Công an với các ban, ngành, đoàn thể và nhân dân, đã chủ động kết nối các cơ quan, doanh nghiệp, nhà hảo tâm với người nghèo, qua đó phát huy truyền thống tương thân, tương ái cao đẹp của dân tộc, nối nhịp cầu thân ái giữa lực lượng Công an với nhân dân bằng những việc làm thiết thực, có ý nghĩa nhân văn sâu sắc...

+ Báo Giao thông: là cơ quan ngôn luận của Bộ Giao thông Vận tải và Ủy ban An toàn giao thông quốc gia. Báo Giao thông có tôn chỉ mục đích là: Tuyên truyền đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng; pháp luật của Nhà nước trong lĩnh vực giao thông vận tải; Thông tin hoạt động của ngành giao thông vận tải; những vấn đề, sự kiện xã hội quan tâm thuộc lĩnh vực giao thông vận tải; Phản ánh ý kiến của nhân dân trong việc thực thi các chính sách pháp luật về giao thông vận tải; an toàn giao thông.

+ Báo Sức khỏe và Đời sống: là Cơ quan ngôn luận của Bộ Y tế. Tôn chỉ, mục đích của Báo Sức khỏe và Đời sống là tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về các lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Y tế. Thông tin, tư vấn kiến thức nhằm bảo vệ, nâng cao sức khỏe nhân dân, phục vụ sự nghiệp bảo vệ sức khỏe toàn dân. Thông tin, phản ánh về kinh tế, xã hội gắn với bảo vệ và nâng cao sức khỏe nhân dân, biểu dương, cổ vũ các nhân tố mới, điển hình tiên tiến và đấu tranh, phê phán các hiện tượng tiêu cực trong lĩnh vực y tế theo quy định của pháp luật. Đối tượng phục vụ là cán bộ, công nhân viên ngành Y tế và bạn đọc quan tâm.

### **3.1.2. Các tờ báo điện tử**

+ Báo điện tử Vnexpress.net: VnExpress là một tờ báo điện tử được thành lập bởi tập đoàn FPT, ra mắt vào ngày 26/2/2001 và hoạt động theo giấy phép số 548/GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 24/08/2021, hiện tại do Bộ Khoa học và Công nghệ quản lý. Ngoài ra, VnExpress cũng cho ra mắt một phiên bản báo điện tử Tiếng Anh để phục vụ người đọc tại nước ngoài.

Tôn chỉ mục đích của Vnexpress.net là: thông tin tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; Cập nhật

thông tin về các lĩnh vực của đời sống xã hội, đặc biệt trong lĩnh vực khoa học và công nghệ.

Năm 2014, ứng dụng di động nở rộ, "mobile first" trở thành xu hướng toàn cầu. *VnExpress* nhanh chóng ra mắt ứng dụng đọc báo trên iOS và Android. Không chỉ mang đến những trải nghiệm mới, ứng dụng còn cá nhân hóa trải nghiệm của người dùng. Tại mỗi bài viết, độc giả vừa xem video vừa đọc nội dung, điều chỉnh font chữ theo ý muốn hay vuốt sang trái - phải để đọc bài tiếp theo. Chức năng bình luận cũng được cải tiến để người đọc dễ theo dõi các bình luận hay và gửi ý kiến của mình đến tòa soạn. Trong giai đoạn khởi động, từ năm 2013 đến 2015, *VnExpress* đã triển khai chạy thử nghiệm IPv6 trên một số sản phẩm nội bộ. Giai đoạn thực tế bắt đầu từ năm 2016 đến 2019 với việc chuyển đổi các trang web chính như *VnExpress.net*, *Ngoisao.net*...

Năm 2017, *VnExpress* trở thành đơn vị nội dung số đầu tiên chuyển đổi thành công IPv6, sớm hơn hai năm so với kế hoạch hành động quốc gia về IPv6 cũng như kế hoạch ban đầu gửi Ban công tác thúc đẩy quốc gia. Cũng trong năm 2017, khi vừa hoàn tất chuyển đổi sang giao thức IPv6, đội kỹ thuật của *VnExpress* đã áp dụng thành công tính năng Recommendation (Có thể bạn quan tâm) trong hoạt động xuất bản, bước đầu ghi nhận tỷ lệ nhấp chuột (CTR) của độc giả đạt từ 15 đến 20%. Theo trang web Alexa, *VnExpress* được xếp hạng top 5 trong những trang web có lượng truy cập nhiều nhất tại Việt Nam vào năm 2019. Tòa soạn của báo được đặt tại tầng 10, tòa A FPT Tower, số 10 Phạm Văn Bạch, phường Dịch Vọng, quận Cầu Giấy, Hà Nội.

+. Báo điện tử *Vietnamnet.vn*: Báo điện tử *VietNamNet* là đơn vị sự nghiệp trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông, thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước; góp phần giáo dục, nâng cao dân trí, phục vụ đời sống tinh thần của người Việt Nam; đồng thời là một kênh thông tin quan trọng cung cấp thông tin trung thực về các hoạt động quản lý nhà nước của Bộ Thông tin và Truyền thông. Báo *VietNamNet* được thành lập vào ngày 19/12/1997. Ngày 23/1/2003, *VietNamNet* được cấp giấy phép là tờ báo

mạng điện tử và trở thành một trong những tờ báo mạng có mặt trong thời kỳ đầu xuất hiện loại hình báo mạng đầu tiên ở Việt Nam.

Tôn chỉ mục đích của Vietnamnet.vn là: tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước; thông tin về lĩnh vực thông tin và truyền thông, tình hình đời sống chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội trong và ngoài nước; Thông tin về những tiến bộ khoa học, công nghệ và sự phát triển công nghệ thông tin, bưu chính viễn thông, báo chí - xuất bản trong và ngoài nước; Giới thiệu các nhân tố mới, nhân tố điển hình tiên tiến, phê phán các hiện tượng tiêu cực góp phần định hướng dư luận xã hội. Vietnamnet.vn tập trung thông tin về Tin tức Thời sự, Đời sống, Thời sự, Kinh doanh, Thể thao, Xe, Bạn đọc, Giải trí, Văn hóa, Công nghệ.. với nội dung phong phú.

### **3.2. Tần suất, mật độ thông tin về tác hại của rượu bia trên báo chí**

Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia là một Luật rất đặc biệt khi có quá trình soạn thảo, lấy ý kiến dài tới 10 năm với rất nhiều quan điểm khác nhau mà không được đưa vào Chương trình xây dựng luật để trình ra Quốc hội. Sau nhiều năm, lần đầu dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia được trình ra Quốc hội cho ý kiến tại Kỳ họp thứ 6, Quốc hội khoá XIV diễn ra vào cuối năm 2018. Ở lần thứ 2 trình ra Quốc hội để thảo luận thông qua tại kỳ họp thứ 7, Quốc hội khoá XIV diễn ra vào tháng 5-6/2019, Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia phải tiến hành bỏ phiếu biểu quyết riêng một số nội dung quan trọng, trong đó có việc có cấm tuyệt đối người điều khiển phương tiện giao thông uống rượu, bia hay không.

Từ khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia được thông qua và có hiệu lực thi hành từ 1/1/2020, thông tin về rượu bia trên báo chí tập trung phản ánh quá trình thực thi pháp luật, đặc biệt việc xử phạt người tham gia giao thông có sử dụng rượu bia. Báo chí cũng dành một thời lượng nhất định để nhìn nhận, đánh giá về những bất thường trong quá trình soạn thảo, thông qua dự án Luật này với những bài phỏng vấn chuyên gia, các nhà làm luật có liên quan tới quá trình xây dựng dự án Luật.

Các bài viết trên Báo điện tử hình thành từ 3 nguồn chính: phóng viên tự sản xuất; phóng viên biên tập hoặc biên dịch từ các nguồn khác nhau; bạn đọc cung cấp

thông tin hoặc đăng tải ý kiến của bạn đọc. Trong khi đó, các bài viết trên báo in chủ yếu hình thành từ nguồn chính là phóng viên tự sản xuất.

Tần suất, mật độ thông điệp về tác hại của rượu bia trên các báo được khảo sát tập trung trong Giai đoạn từ khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia có hiệu lực thi hành 1/1/2020 đến 30/6/2023.

Nội dung thông tin được khảo sát tập trung quanh các chủ đề lớn, gồm: tác hại của rượu bia đối với sức khỏe; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội.

So sánh số lượng tin bài trên các báo thuộc diện khảo sát có thể thấy có sự chênh lệch lớn về số lượng các bài viết về tác hại của rượu, bia giữa báo điện tử và báo in. Lượng tin bài viết về tác hại của rượu bia, ở tất cả các khía cạnh chủ yếu xuất hiện trên báo điện tử, nhiều gấp khoảng 3 lần so với lượng bài viết về cùng đề tài trên báo in. Các bài viết về tác hại của rượu bia trên báo in chủ yếu đề cập tới tác hại của rượu bia đối với an toàn giao thông và quá trình Quốc hội thảo luận thông qua Luật Phòng chống tác hại của rượu bia. Trong khi đó, các bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo điện tử tập trung phản ánh cả về các quy định của pháp luật; tình hình thực thi chính sách về tác hại của rượu, bia; tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội, đóng góp của công nghiệp sản xuất rượu, bia đối với nền kinh tế; văn hóa truyền thống về rượu, bia; phê phán những hành vi vi phạm pháp luật về sử dụng rượu, bia v.v...

Số lượng tin bài đăng tải tập trung nhiều nhất ở 2 báo điện tử là Vnexpress.net và Vietnamnet.vn, tiếp theo là các báo Suckhoedoisong.vn, Giaothongvn và Cand.com.vn. Báo Nhandan.vn có ít bài đăng hơn về vấn đề tác hại của rượu, bia trong suốt các mốc thời gian được khảo sát.

Trên các ấn phẩm báo in, các báo có nhiều tin, bài liên quan lần lượt là Sức khỏe đời sống, Giao thông, tiếp đến là Công an nhân dân và Nhân dân.



**Bảng 3.1: Số lượng tin, bài về tác hại của rượu, bia trên các báo chọn khảo sát từ 1/1/2020-30/6/2023**

Toà soạn	Giai đoạn 1/1/2020-30/6/2023	
	Số lượng (tin/bài)	Thứ tự
Vnexpress.net	370	1
Vietnamnet.vn	320	2
Báo Nhân dân (Bản in)	92	9
Báo nhân dân điện tử	91	10
Báo CAND (Bản in)	137	8
Báo CAND điện tử (Cand.com.vn)	144	7
Báo Sức khoẻ và Đời sống (bản in)	234	4
Báo Sức khoẻ và Đời sống điện tử (Suckhoedoisong.vn)	207	5
Báo Giao thông (bản in)	196	6
Báo Giao thông bản điện tử (Giaothong.vn)	291	3
Tổng	2082	

Như vậy, có thể thấy, lượng tin bài về vấn đề tác hại của rượu, bia xuất hiện nhiều nhất trên các báo điện tử và báo phiên bản điện tử, đứng đầu là Vnexpress.net, Vietnamnet.vn, tiếp theo là Giaothong.vn, rồi mới đến Báo Sức khoẻ đời sống bản in.

Lượng tin, bài phản ánh về tác hại của rượu, bia cũng không phân bố đồng đều theo các mốc thời gian trong năm mà tập trung vào các đợt thảo luận tại Quốc hội về Luật Phòng chống tác hại của rượu bia; các đợt cao điểm ra quân xử phạt vi phạm trật tự an toàn giao thông đối với người có nồng độ cồn tham gia điều khiển phương tiện giao thông.

### **3.3. Những khía cạnh nội dung thông tin về tác hại của rượu, bia được phản ánh trên báo chí**

Đối với vấn đề tác hại của rượu bia, các thông tin được thể hiện trên báo chí rất đa dạng. Bao gồm: Thông tin tuyên truyền phổ biến chính sách về tác hại của rượu, bia; Phản ánh việc thực thi chính sách; Nêu gương, cổ vũ những người thực

hiện tốt chính sách; Thông tin về tác hại của rượu, bia đối với sức khoẻ con người; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội; Phê phán các hành vi vi phạm pháp luật; Xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia” ...Để tìm ra những vấn đề chính được thể hiện trên báo chí về tác hại của rượu, bia, NCS đi sâu phân tích thông điệp trên các báo thuộc diện khảo sát về từng nội dung.

**Bảng 3.2: Số lượng, tỷ lệ tin, bài liên quan các khía cạnh nội dung thông tin về tác hại của rượu, bia được phản ánh trên báo chí**

Nội dung bài báo	Số lượng	Tỷ lệ
Tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về Phòng chống tác hại của rượu, bia	345	35
Phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia	335	34
Nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia	128	13
Thông tin về tác hại của rượu, bia	807	82
Phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia	257	26
Xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia”	128	13
Nội dung khác	79	8
Tổng	2082	

Nhìn vào Bảng thống kê này có thể thấy, các bài báo có thông tin về tác hại của rượu, bia chiếm tỷ lệ nhiều nhất (82%), tiếp theo là tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về Phòng chống tác hại của rượu, bia, rồi mới đến các bài viết phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia. Các bài viết nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia và xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia” chỉ chiếm tỷ lệ khoảng 13% đối với loại. Điều đó chứng tỏ rằng, báo chí vẫn tập trung nhiều hơn vào đề tài thông tin về tác hại của rượu, bia.

Đáng chú ý, trong nội dung các bài viết về tác hại của rượu, bia, thông tin không chỉ đơn thuần phản ánh một chủ đề. Có sự đan xen giữa các nhóm chủ đề được báo chí phản ánh. Chẳng hạn, thông qua một bài viết thông tin về tác hại của rượu, bia, tác giả đồng thời phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia hoặc phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia. Cũng có thể thông qua việc phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia, bài báo hướng đến xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia”.

### **3.3.1. Tuyên truyền, phổ biến chính sách về tác hại của rượu, bia**

Ngày 24/6/2019, Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia được Quốc hội thông qua với một số nội dung chính nổi bật, vốn là các nội dung đã gây nhiều tranh cãi trên báo chí trước đó như: (1) ban hành và thực thi các lệnh cấm hoặc hạn chế toàn diện đối với quảng cáo rượu bia (trên nhiều loại phương tiện truyền thông); (2) ban hành và thực thi các hạn chế đối với sự sẵn có của rượu bia bán lẻ (thông qua hạn chế các địa điểm bán hàng); (3) tăng thuế tiêu thụ đặc biệt đối với rượu bia; (4) ban hành và thực thi chính sách không uống rượu bia khi lái xe. Về mặt hạn chế quảng cáo, khi thực hiện luật mới từ ngày 1 tháng 1 năm 2020, quảng cáo các sản phẩm rượu bia sẽ bị cấm từ 18:00 đến 21:00 mỗi ngày. Quảng cáo cũng sẽ phải thực hiện các cảnh báo về tác hại liên quan đến rượu bia. Về việc hạn chế sự sẵn có của rượu bia, việc thành lập mới các cơ sở kinh doanh rượu bia tại chỗ (tức là các quán bar/nhà hàng bia) trong phạm vi 100 mét từ các cơ sở chăm sóc sức khỏe và trường học cũng sẽ bị cấm theo luật mới. Việc bán rượu bia cho người dưới 18 tuổi cũng không được phép. Về các biện pháp tài khóa, Quốc hội quyết định đề xuất tăng giá rượu bia sẽ được thảo luận trong khuôn khổ của một luật riêng về thuế. Về mặt phòng chống lái xe sử dụng rượu bia, hành vi lái xe sau khi uống rượu bia sẽ bị cấm hoàn toàn cho cả người điều khiển ô tô và mô tô, xe gắn máy.

Đây là một bước tiến lớn so với luật hiện hành - cấm người điều khiển ô tô uống rượu bia, nhưng vẫn cho phép người đi mô tô, xe gắn máy một lượng còn nhất định là 50mg/dL máu (tương đương với hai cốc bia hơi). Luật cũng đảm bảo ngân sách cho các hoạt động và nêu bật tầm quan trọng của tiếp cận đa ngành đối với

việc phòng chống tác hại của rượu bia. Luật nêu rõ vai trò và trách nhiệm của các cơ quan liên quan trong việc thực hiện.

Hiệu ứng của quá trình truyền thông về Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia vào thời điểm này đã khiến cho mọi người dân đều quan tâm đến thông điệp “Đã uống rượu bia thì không lái xe” và đều quan tâm đến các mức phạt nặng quy định tại Nghị định 100/2019/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính lĩnh vực giao thông đường bộ, đường sắt có hiệu lực đồng thời từ 01/01/2020 mặc dù Nghị định 100 là Nghị định thay thế cho Nghị định 46/2016/NĐ-CP ngày 25/5/2016 của Chính phủ, chứ không phải là Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Phòng chống tác hại của rượu bia.

Một ngày sau khi Luật được thông qua, trên trang Web của WHO đăng tải bài viết “Sức khỏe chiến thắng khi Quốc hội thông qua luật phòng chống tác hại của rượu bia”. Trong bài viết này, WHO trích dẫn lời Tiến sĩ Kidong Park, Trưởng Đại diện Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) tại Việt Nam cho biết: "Chúng tôi chúc mừng Việt Nam vì đã đạt được một mốc lịch sử khác trong việc chăm sóc sức khỏe công cộng". Tiến sĩ Kidong Park cũng nhận xét: "với việc thông qua luật mới này, chúng tôi hy vọng sẽ không có người Việt Nam nào phải chịu đựng hoặc mất người thân vì bất kỳ bệnh nào liên quan đến rượu bia, tai nạn giao thông do lái xe uống rượu bia hoặc các tác hại khác do rượu bia gây ra. Đây là một hành trình dài và đầy thử thách bắt đầu từ đầu năm 2012. Chúng tôi đánh giá rất cao sự cam kết của tất cả các cơ quan, tổ chức như Bộ Y tế, Ủy ban về Các vấn đề xã hội của Quốc hội, các cơ quan chính phủ khác, chính quyền địa phương, các đối tác phát triển và tổ chức xã hội dân sự - vì sự lãnh đạo và hỗ trợ của họ trong việc xây dựng và ủng hộ cho chính sách quan trọng này".

Tuyên truyền, phổ biến các chính sách về tác hại của rượu, bia là một điển hình của việc truyền thông đi trước, đi cùng với quá trình thực thi chính sách. Trước thời điểm Luật có hiệu lực 10 ngày, ngày 20/12/2019, Báo Nhân dân điện tử có bài “Sự vào cuộc của các bộ, ngành khi triển khai Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia” của tác giả Đặng Luân. Bài viết nhận định: “Mặc dù được đánh giá có nhiều điểm mạnh so với các Luật phòng chống rượu, bia trên thế giới như quy định nồng

độ bằng 0; quy định chủ phương tiện giao thông phải có trách nhiệm với việc bản thân cũng như lái xe thuê không được uống rượu bia khi lái xe... nhưng với một đất nước sở hữu hơn 3 triệu xe máy, việc quy định nồng độ cồn bằng 0 thật sự là một thách thức đối với các nhà quản lý tại Việt Nam để có thể kiểm soát được tình trạng các chủ phương tiện này có sử dụng rượu, bia khi tham gia giao thông hay không”. Trả lời câu hỏi này, bài viết trích đăng ý kiến của ông Khuất Việt Hùng, Phó Chủ tịch Ủy ban An toàn giao thông quốc gia khẳng định: “Tuyên truyền không sẽ chỉ như “nước đổ lá khoai”, vì thế muốn Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia có tính khả thi thì cần phải có sự vào cuộc của các bộ, ngành và gắn xử phạt với tuyên truyền. “Xử phạt chính là hình thức tuyên truyền”!”.

Báo Giao thông điện tử ngày 9/1/2020 có Tiêu điểm “Luật Phòng chống tác hại của rượu bia - liệu pháp sắc nhưng cần thiết” đăng tải ý kiến của nhiều chuyên gia bàn luận về những quy định mới trong phòng chống tác hại của rượu bia và tăng nặng mức phạt vi phạm giao thông. Từ ý kiến của các chuyên gia, bài viết khẳng định: “Với tình trạng lạm dụng rượu bia kinh khủng như ở Việt Nam, với văn hóa uống hiện nay thì rất cần một liệu pháp sắc, đủ sức răn đe”.

Báo Sức khỏe đời sống ngày 25/6/2020 có bài “Bộ Y tế: Thực hiện nghiêm các quy định của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia trong toàn ngành” của tác giả Dương Hải thông tin việc Thứ trưởng Bộ Y tế Đỗ Xuân Tuyên ký ban hành Chỉ thị số 19/CT-BYT về tăng cường thực thi các quy định của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia trong ngành Y tế. Với Chỉ thị này, Bộ Y tế yêu cầu các cơ quan, đơn vị và cá nhân trong toàn ngành tăng cường thông tin, giáo dục, truyền thông về phòng, chống tác hại của rượu, bia; phổ biến, quán triệt Luật và các quy định, chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia đến toàn thể cán bộ, công chức, viên chức và người lao động tại cơ quan, đơn vị mình.

Để các quy định của Luật đi vào cuộc sống, Thủ tướng Chính phủ đã có nhiều Chỉ thị, Công điện yêu cầu các Bộ, ngành, địa phương thực hiện nghiêm các quy định của Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia. Ngay khi Luật có hiệu lực thi hành, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 03/CT-TTg ngày 16/1/2020 về tăng cường thực hiện Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định số

100/2019/NĐ-CP của Chính phủ quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt. Ngày 3/6/2022, Thủ tướng Chính phủ có Công điện số 488 gửi các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan trực thuộc Chính phủ; Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; Cơ quan trung ương của các đoàn thể; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; Ủy ban An toàn giao thông Quốc gia về việc chấp hành quy định về phòng, chống tác hại của rượu, bia. Thông tin này được báo chí Việt Nam đăng tải đậm đặc trên cả báo in và báo điện tử.

Từ 1/1/2020, Báo Vnexpress.net mở diễn đàn Hỏi – đáp về các quy định của Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia để cung cấp cho độc giả các thông tin về các quy định pháp luật liên quan như: “Lực lượng nào được kiểm tra nồng độ cồn lái xe?” (Ngày 8/1/2020); “Tại sao quy định 'uống rượu bia không được lái xe'?” 9/1/2020; “Cách tính nồng độ cồn trong máu” 9/1/2020...

Như vậy, rõ ràng tại Việt Nam, phòng chống tác hại của rượu bia là một vấn đề lớn với nhiều quan điểm khác nhau. Chính vì vậy, báo chí Việt Nam đã dành rất nhiều dung lượng để đề cập về tác hại của rượu bia với nhiều luồng quan điểm, nhiều khía cạnh khác nhau.

### **3.3.2. Phản ánh việc thực thi chính sách về tác hại của rượu, bia**

Sau khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được Quốc hội thông qua và có hiệu lực thi hành từ 1/1/2020, để đồng bộ với các quy định tại Luật này, ngày 30/12/2019, Chính phủ ban hành Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt. Nghị định 100/2019/NĐ-CP thay thế hoàn toàn Nghị định 46/2016/NĐ-CP và có hiệu lực từ 01/01/2020.

Một trong những điểm mới đáng chú ý nhất của Nghị định 100 là các quy định về tăng mức xử phạt đối với các vi phạm liên quan đến nồng độ cồn. Cụ thể, người điều khiển xe ô tô vi phạm nồng độ cồn vượt quá 80 miligam/100 mililit máu hoặc vượt quá 0,4 miligam/1 lít khí thở (mức cao nhất) sẽ bị phạt tiền từ 30 đến 40 triệu đồng, tước quyền sử dụng giấy phép lái xe từ 22 đến 24 tháng (*quy định cũ tại Nghị định 46 thì mức xử phạt từ 16 - 18 triệu đồng, tước giấy phép lái xe 4 - 6 tháng*), cùng với hành vi vi phạm như trên nếu là người điều khiển xe mô tô sẽ

phải chịu mức xử phạt từ 6 đến 8 triệu đồng, tước quyền sử dụng giấy phép lái xe từ 22 đến 24 tháng (*quy định cũ tại Nghị định 46 thì mức xử phạt từ 3 - 4 triệu đồng, tước giấy phép lái xe từ 3 - 5 tháng*); người điều khiển xe đạp, xe thô sơ sẽ bị phạt từ 400-600 ngàn đồng (*trước đây chưa quy định xử phạt về nội dung này*)... Các mức xử phạt đối với các vi phạm liên quan đến nồng độ cồn khác đều tăng so với các quy định cũ tại Nghị định 46.

Trước ngày Luật có hiệu lực thi hành, Báo Nhân dân điện tử ngày 17/12/2019 đăng bài “Thách thức để triển khai Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia trong cuộc sống” của tác giả Trần Nguyên, nhận định: “Tính sẵn có, dễ tiếp cận của các sản phẩm rượu bia, thói quen tiêu dùng, tỷ lệ người dùng rượu bia vẫn rất cao, nguồn lực cho công tác thanh, kiểm tra còn thiếu... là những thách thức để Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia đi vào cuộc sống nhằm kiểm soát tình trạng lạm dụng rượu, bia hiện nay”. Bởi vậy, tác giả bài viết trích ý kiến bà Trần Thị Trang, Phó Vụ trưởng Vụ pháp chế (Bộ Y tế) khẳng định: “Đã thành thói quen lâu đời, muốn thay đổi hành vi sử dụng rượu, bia rất khó. Vì thế, những biện pháp để có thể triển khai luật hiệu quả là chúng ta phải truyền thông mạnh mẽ để người dân hiểu được, thay đổi hành vi”.

Cùng với Luật Phòng chống tác hại của rượu bia, việc triển khai thực hiện Nghị định 100 đã tạo ra những chuyển biến rất cơ bản trong nhận thức và hành động của người tham gia giao thông.

Trên Báo Công an nhân dân điện tử, ngày 14/1/2020 có bài viết “Thực hiện Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia: Những hiệu quả đáng mừng: của các tác giả Phạm Huyền – Trần Hăng. Nhóm phóng viên Báo Công an nhân dân tiến hành ghi nhận tại các bệnh viện và cho biết: “Sau 2 tuần Luật Phòng chống tác hại của rượu bia có hiệu lực và Nghị định 100/2019/NĐ-CP quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt được thực thi, tình hình TNGT do rượu, bia đã giảm đáng kể. Các bác sĩ cho rằng, Nghị định 100 đã có tác động tích cực trong việc giảm TNGT do rượu bia”.

Trên các báo thuộc diện khảo sát, số lượng tin, bài phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia cũng chiếm tỷ lệ lớn, 34%, chỉ sau

lượng tin bài tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia. Các bài viết phản ánh về khía cạnh này tập trung cao điểm trong giai đoạn từ tháng 6/2019 đến 6/2023, tức là từ thời điểm Quốc hội thông qua Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia, các cơ quan chức năng bắt đầu tăng cường xử phạt người vi phạm các quy định của pháp luật về trật tự an toàn giao thông, về sử dụng rượu, bia trên toàn quốc.

Nếu tra cứu cụm từ “Nghị định 100” trong phần tìm kiếm của Báo Vietnamnet.vn, chúng ta sẽ có 91.100 kết quả trong vòng 0,31 giây. Hàng nghìn bài báo khác được đăng tải liên tục trên báo chí điện tử, báo in trong khoảng thời gian đầu năm 2020 như: “Quán nhậu phải thay đổi để thích nghi với Nghị định 100”, “Hà Nội: Quán nhậu ùi hui vắng khách, thất thu sau Nghị định 100”, “Hậu Nghị định 100 và Covid – 19: nhiều quán bia lớn ở Hà Nội đóng cửa”, “Dân nhậu chỉ cách “sống chung” với Nghị định 100”, “Quy định cứ lái xe có nồng độ cồn là phạt nặng có vượt luật?”... trên Vietnamnet.vn; “Ba lý do Nghị định 100 sớm đi vào cuộc sống”, “Đường thủy nội địa cần chế tài mạnh như Nghị định 100 để răn đe vi phạm”, “Nghị định 100 làm thay đổi văn hoá giao thông”, “Phó Thủ tướng: Nghị định 100 là điểm sáng trong nhiệm kỳ qua của Chính phủ”...đăng trên Baogiaothong.vn.

Trên Vietnamnet.vn ngày 14/1/2020 đăng tải Clip kèm chùm ảnh “Cảnh tượng chưa từng thấy khắp các quán nhậu ở Đà Nẵng” phản ánh việc sau 2 tuần thực thi nghị định 100/2019/NĐ-CP, hàng loạt quán nhậu ở TP Đà Nẵng chung cảnh ùi hui, vắng khách. Những nhà hàng, quán nhậu được hỏi đều cho biết chịu ảnh hưởng sụt giảm doanh thu dao động từ 60-80%, nhiều quán nhậu một tối chỉ phục vụ đúng một bàn nhậu 4 người.”Chị Hiệp, chủ một quán nhậu trên đường Chương Dương buồn bã: Từ sau khi Nghị định 100 có hiệu lực, kinh doanh sụt giảm trầm trọng, trước đây mỗi ngày doanh thu khoảng 15 triệu thì bây giờ còn tầm 2 triệu”.

Cao điểm thực hiện các quy định mới của Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 xuất hiện dày đặc trên báo chí trong khoảng thời gian gần 1 năm, từ 1/1/2020 đến những tháng giữa năm 2020 khi bắt đầu có sự bùng phát của



dịch bệnh Covid-19 thì chững lại do Chính phủ áp dụng các biện pháp giãn cách xã hội và do mối quan tâm của báo chí đã chuyển hướng.

Trong khoảng thời gian từ giữa năm 2011 đến cuối năm 2022, việc tuân thủ các quy định tại Luật Phòng chống tác hại của rượu bia đã có dấu hiệu trùng xuống. Thông tin về tác hại của rượu bia trên báo chí cũng đã giảm đi rất nhiều. Điều này phù hợp với quy luật nhận thức và thực tế hoạt động của các cơ quan báo chí trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19.

Sự quan tâm của dư luận cũng như của báo chí đối với tác hại của rượu, bia bật tăng trở lại khi tháng 7/2022, Ban Chấp hành Trung ương Đảng ban hành Quy định số 69-QĐ/TW về kỷ luật tổ chức, đảng viên vi phạm đã lần đầu quy định chi tiết về việc xử lý kỷ luật đảng viên vi phạm quy định của pháp luật về nồng độ cồn. Theo đó, việc đảng viên vi phạm quy định về cấm uống rượu, bia và các chất kích thích khác bị xếp vào hành vi vi phạm quy định về đạo đức, nếp sống văn minh, nếu gây hậu quả ít nghiêm trọng thì bị kỷ luật bằng hình thức khiển trách, nếu tái phạm hoặc gây hậu quả nghiêm trọng thì sẽ bị kỷ luật bằng các hình thức cao hơn.

Để thực hiện quy định này, công an các tỉnh, thành phố ra quân trở lại để xử lý người điều khiển phương tiện giao thông có nồng độ cồn trong máu. Đáng lưu ý, thông điệp được lực lượng chức năng phát đi là “xử nghiêm, không ngoại lệ” đối với các trường hợp vi phạm trật tự an toàn giao thông mà bị phát hiện có nồng độ cồn trong máu.

Báo Công an nhân dân điện tử ngày 28/5/2023 có bài “Xử lý nghiêm vi phạm nồng độ cồn: tạo thành ý thức, thói quen của người tham gia giao thông” của tác giả Phương Thủy. Từ thông tin phỏng vấn Thượng tá Phạm Quang Huy, Phó Cục trưởng Cục CSGT, bài viết khẳng định: “Việc xử lý quyết liệt nồng độ cồn trong thời gian vừa qua được các cấp, các ngành và nhân dân đánh giá rất cao, thực sự đã đi vào mâm cơm, bữa ăn từng gia đình. Việc giải quyết nồng độ cồn không chỉ góp phần đảm bảo an toàn giao thông, hạn chế tai nạn mà còn phòng ngừa những hành vi phạm tội bột phát do uống rượu như giết người, cố ý gây thương tích, dâm ô, hiếp dâm... Bên cạnh đó, còn có tác dụng bảo vệ, củng cố thể lực, trí lực cho nhân dân, xây dựng đời sống văn hoá trong từng gia đình, cộng đồng dân cư”.

Kết quả khảo sát 53 Cảnh sát giao thông tại các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Hà Giang, Cà Mau, Tiền Giang... cho thấy, từ khi Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia có hiệu lực thi hành, số vụ vi phạm trật tự an toàn giao thông có sử dụng rượu, bia bị xử phạt tăng lên rất nhiều, tuy nhiên, vi phạm vẫn thường xuyên diễn ra và có chiều hướng diễn biến phức tạp. Người vi phạm thường tìm cách trốn tránh sự kiểm soát của lực lượng chức năng, thậm chí nhiều trường hợp chống đối, không chấp hành sự kiểm tra nồng độ cồn của lực lượng chức năng.

### **3.3.3. Nêu gương, cổ vũ người thực hiện tốt chính sách về tác hại của rượu bia**

Lượng tin, bài nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia trên báo chí không nhiều, chỉ khoảng 13%, tập trung chủ yếu phản ánh những nỗ lực của lực lượng bác sỹ trong việc cứu người bị ảnh hưởng sức khỏe do sử dụng rượu, bia; lực lượng cảnh sát giao thông trong việc nỗ lực lập lại trật tự an toàn giao thông có liên quan đến người điều khiển phương tiện giao thông mà trong máu có nồng độ cồn. Một số lượng rất ít bài báo cũng đề cập đến nỗ lực của Chính phủ trong việc xây dựng các quy định của pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu, bia.

Trong bài viết “Quyết liệt xử lý vi phạm nồng độ cồn” đăng trên báo Nhân dân điện tử ngày 31/1/2023, tác giả Thanh Hà đánh giá: “Năm 2022, với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, lãnh đạo Bộ Công an, lực lượng Cảnh sát giao thông đã xử lý hơn 300.000 trường hợp vi phạm nồng độ cồn, chiếm khoảng 11% tổng số trường hợp vi phạm trật tự an toàn giao thông được phát hiện, xử lý”, và “Từ sự quyết tâm, quyết liệt của lực lượng Cảnh sát giao thông, việc xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm nồng độ cồn đã đem lại những hiệu quả rõ rệt”.

Tại chuyên mục “ATGT địa phương” trên Báo Giao thông điện tử, ngày 8/9/2022 có bài: “Bạc Liêu: Doanh nghiệp đồng thuận cam kết "Đã uống rượu, bia không lái xe" phản ánh những nỗ lực của lực lượng CSGT trong việc tuần tra, kiểm soát xử lý vi phạm ATGT. Bên cạnh đó, lực lượng CSGT tỉnh này cũng đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động các cá nhân, tổ chức là chủ quán nhậu, điểm nhậu,

quán karaoke...thực hiện nghiêm khẩu hiệu “Không điều khiển phương tiện tham gia giao thông sau khi đã uống rượu, bia”.

Không chỉ đối với các lực lượng chức năng trực tiếp thực thi các chính sách pháp luật về phòng, chống rượu, bia, báo chí cũng phản ánh cách làm hay ở nhiều địa phương như gắn việc thực hiện các quy định của pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu, bia với việc xây dựng đời sống văn hóa ở cơ sở; nhiều tỉnh, thành thành lập Ban Chỉ đạo Phòng, chống tác hại rượu bia của thành phố; nhiều cơ quan báo chí đã khen thưởng, biểu dương các nhà báo có nhiều bài viết chất lượng về phòng, chống tác hại của rượu, bia v.v..

### **3.3.4. Thông tin về tác hại của rượu, bia**

#### **3.3.4.1. Thông tin về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe con người**

Thông tin về tác hại của rượu, bia trên các báo chiếm tỷ lệ cao nhất, khoảng 82%, bao gồm cả những thông tin về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe con người, tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông, tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội

Trên các báo, cả phiên bản báo in và phiên bản báo điện tử thuộc diện khảo sát đều xuất hiện nhiều bài viết đăng tải về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe, tuy số lượng các bài viết trên báo in ít hơn nhiều trên báo điện tử. Điều này có thể lý giải do đặc thù loại hình báo chí quy định. Báo in với dung lượng có hạn nên không thể đăng tải nhiều bài viết về các vấn đề chưa phải là tâm điểm chú ý của dư luận.

Tuy nhiên, có thể thấy, khác với những nội dung khác quy định tại dự thảo Luật, vấn đề tác hại của rượu bia đối với sức khỏe và trật tự an toàn xã hội nhận được sự đồng thuận cao của dư luận xã hội cũng như các cơ quan chức năng. Cả trước và sau khi Luật phòng chống tác hại của rượu, bia có hiệu lực thi hành, thông tin về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe trên báo chí đều ổn định về số lượng cũng như tính chất thông tin.

Trước khi dự án Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia được trình ra Quốc hội, đã có hàng nghìn bài viết đăng tải trên các báo điện tử về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe con người như: “*Người đổ mặt khi uống rượu bia có nguy cơ đau tim, đột quỵ*” của Lê Anh trên Vnexpress.net ngày 24/11/2013; “*Sai lầm khi uống*

*rượu để 'chống rét' mùa đông” của tác giả Thuy Ân trên Vnexpress.net. ngày 23/10/2013; “Rượu tàn phá cơ thể gây bệnh ung thư như thế nào” của tác giả Nam Phương trên Vnexpress.net ngày 7/3/2017; Lạm dụng rượu bia gây nhiều hậu quả nghiêm trọng cho sức khỏe cộng đồng, an toàn xã hội” đăng trên Suckhoedoisong.vn ngày 22/4/2019 của tác giả Lê Mai...*

Hầu hết các bài viết khi đề cập đến rượu bia và sức khỏe đều tập trung khai thác khía cạnh những tác hại và sự tàn phá của rượu bia đối với cơ thể con người. Rõ ràng, định hướng thông tin về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe của con người trên báo chí là rất cụ thể. Trên Báo Sức khỏe đời sống các năm 2020, 2021, 2022 liên tục đăng tải các bài viết về chủ đề tài như: Nghiện rượu 20 năm người đàn ông suy hô hấp kèm viêm phổi; Rượu bia làm tăng nguy cơ ung thư, vì sao?; Sốc nhiễm khuẩn, viêm phổi do nghiện rượu nặng; Lạm dụng rượu, nhiều người phải vào bệnh viện tâm thần điều trị; Thuốc và rượu: Những hệ lụy khôn lường; Rượu có thể làm trầm trọng các vấn đề sức khỏe trong dịch COVID-19; Uống rượu bia khi sử dụng thuốc giảm đau, hạ sốt: Coi chừng ngộ độc; Lạm dụng rượu bia - những dấu hiệu cảnh báo từ gan!; Nghiện rượu 20 năm, thanh niên lúc nhúc sỏi trong tụy...

Ngày 16/1/2023, trên mục Sức khỏe của Báo Nhân dân điện tử có bài “Uống rượu bia mức nào để an toàn cho sức khỏe và cách giải rượu” của TS. Trương Hồng Sơn. Trong bài viết này, Ts. Trương Hồng Sơn khuyến cáo độc giả “Trong trường hợp phải uống rượu bia thì tốt nhất không sử dụng quá 2 đơn vị cồn mỗi ngày với nam giới, 1 đơn vị cồn với nữ giới và không uống quá 5 ngày mỗi tuần”.

Tại Chuyên mục “Uống rượu, bia an toàn” trên Báo điện tử Vnexpress đăng tải nhiều bài viết hướng dẫn các sử dụng rượu bia thế nào cho phù hợp. Nhiều bài viết phân tích việc xuất hiện nồng độ cồn trong máu người tham gia giao thông khiến vỏ não bị ức chế, lan tỏa, buồn ngủ, phản xạ chậm, dễ gây tai nạn khi điều khiển xe. Trong bài viết “Rượu phá hủy cơ thể như thế nào?” đăng trên Vnexpress.net ngày 19/7/2020, tác giả Thúy Quỳnh trích đăng ý kiến của Bác sĩ Trần Quốc Khánh, Bệnh viện Việt Đức, cho biết trong rượu có hàm lượng cồn rất cao. Khi uống, cơ quan đầu tiên bị ảnh hưởng là đường tiêu hóa. Rượu có khả năng

làm bỏng niêm mạc vùng miệng, niêm mạc thực quản, phá hủy tế bào gan, ảnh hưởng hệ thần kinh, suy giảm miễn dịch...Nhiều bài viết trên Vnexpress.net trích đăng ý kiến của các bác sỹ phân tích ảnh hưởng cấp của rượu lên não bộ người uống và lý do Chính phủ nghiêm cấm uống rượu khi điều khiển phương tiện giao thông. Dưới những bài viết về đề tài này thường có rất nhiều phản hồi của độc giả bày tỏ sự đồng tình với phân tích của các chuyên gia, các bác sỹ về tác hại của rượu, bia. Trong bài viết “Tác hại của rượu, bia dưới góc nhìn Y học cổ truyền”, đăng trên Báo Suckhoedoisong.vn ngày 23/1/2020, TS. Nguyễn Đức Quang có viết: “Theo Y học cổ truyền, rượu có vị cam khô tân ôn, có độc, vào tâm, can, phế, vị. Có tác dụng thông kinh, khai vị, trợ tiêu hóa, khu phong tán hàn, thấp tý. Tuy nhiên, những người âm hư, thấp nhiệt (nhiễm khuẩn cấp tính) cấm kỵ không dung”. Tác giả cũng khẳng định, “Uống bia, rượu - lợi ít hại nhiều” và rượu, bia gây ra nhiều hệ lụy xấu như dễ bị ngộ độc do quá trình sản xuất rượu thủ công chưa loại bỏ các chất độc hại aldehyt, furfurool, methanol... sinh ra trong quá trình lên men và chưng cất. Từ quá trình phân tích tác hại của rượu, bia, bài viết cũng đưa các chỉ dẫn như lý do không ép nhau uống rượu, khi uống rượu thì không hút thuốc lá, không dùng đồ uống có cafein, không uống rượu khi đang dùng thuốc có tương kỵ với rượu, sau khi uống rượu, không được lái xe, vận hành máy móc do dễ gây tai nạn.

Cũng trên Báo Suckhoedoisong.vn ngày 8/10/2019 đăng bài “Tác hại nghiêm trọng khi uống rượu bia” của tác giả Thế Phong. Bài viết trích đăng ý kiến của ThS.BS. Võ Ngọc Quốc Minh - Khoa Nội Tiêu hóa BV. Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh cho biết: “Số lượng các ca nhập viện cấp cứu liên quan đến ăn uống cũng như sử dụng bia rượu tăng mạnh qua các năm. Các bệnh thường gặp như viêm tụy cấp, viêm gan và viêm dạ dày đều liên quan đến bia rượu”. Ngoài những bệnh điển hình do bia rượu gây ra như ngộ độc rượu cấp tính khi sử dụng quá nhiều rượu, viêm gan mạn tính, xơ gan, viêm tụy cấp ở những người uống rượu thường xuyên, rượu bia còn gây ra các vấn đề nghiêm trọng khác về sức khỏe như tăng nguy cơ ung thư miệng và thực quản, ung thư gan, ung thư đại tràng, làm giảm sức đề kháng của cơ thể, do đó rất dễ bị nhiễm trùng đặc biệt những người nghiện

rượu dễ mắc lao phổi...Đáng chú ý, phần cuối bài viết, tác giả dành một phần thông tin để phân tích các triệu chứng ngộ độc rượu và cách xử lý.

Mặc dù là báo chuyên ngành Giao thông vận tải nhưng trên Báo Giao thông điện tử cũng có nhiều bài viết về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe. Ngày 19/1/2020, Báo Giao thông điện tử có bài “Nếu không khước từ rượu bia, quý ông chắc chắn sẽ mắc các bệnh này sau Tết” của tác giả Diệu Thu. Bài viết khẳng định: “Uống nhiều rượu bia vô độ, quý ông chắc chắn sẽ mắc các bệnh nguy hiểm”. Các bệnh nguy hiểm được bài viết đề cập gồm: bệnh viêm tụy cấp, viêm gan, viêm dạ dày, xơ gan. Bài viết cũng thông tin tại Bệnh viện Y dược Thành phố Hồ Chí Minh, Tết Nguyên đán năm 2019, bệnh nhân bị viêm tụy cấp, viêm dạ dày, viêm gan liên quan đến bia rượu tăng 50% so với thời điểm trước Tết. Bài viết đưa ra khuyến cáo của các bác sỹ: để phòng tránh bệnh cần sử dụng rượu bia ở mức độ chừng mực, nếu người bệnh đã bị viêm tụy cấp do rượu bia thì nên tránh không tiếp tục uống vì sẽ có khả năng tái phát, lần sau sẽ nặng hơn những lần trước.

Cũng trên Báo Giao thông điện tử, ngày 20/1/2020 đăng bài “Ngày Tết, mọi người cần "nằm lòng" ngưỡng an toàn này khi uống rượu bia” của tác giả Uyên Vũ. Bài viết đăng tải khuyến cáo của Cục Y tế dự phòng, Bộ Y tế khuyến cáo người dân về việc sử dụng rượu bia trong ngày Tết Nguyên đán Canh tý 2020 sao cho đảm bảo an toàn. Theo đó, trong các ngày Tết Nguyên đán Canh tý 2020, người dân cần tuyệt đối tuân thủ các quy định của Luật phòng, chống tác hại của rượu, bia. Thực tế, khó xác định ngưỡng nào là an toàn với việc uống rượu bia, do vậy nên hạn chế uống. Nếu có uống thì không nên uống quá hai đơn vị cồn/ngày với nam giới, một đơn vị cồn/ngày với nữ giới và không uống quá 5 ngày/tuần. Các chỉ dẫn trong bài rất cụ thể, chi tiết như: Người dân không sử dụng rượu bia trong các trường hợp: Điều khiển phương tiện cơ giới, vận hành máy móc, phụ nữ đang mang thai hoặc đang cho con bú, đang điều trị thuốc có phản ứng với cồn, có các tình trạng bệnh lý mà rượu bia làm cho bệnh nặng lên. Không nên tham gia vào các hoạt động ngoài trời hoặc ở những nơi nguy hiểm, không an toàn vì dễ bị ngã, va chạm, chấn thương... Tuyệt đối không điều khiển phương tiện giao thông sau khi uống rượu,

bia. Bộ Y tế khuyên người dân chỉ uống rượu, bia khi biết rõ nguồn gốc, đảm bảo chất lượng.

Như vậy, có thể thấy, các bài viết về tác hại của rượu, bia đối với sức khoẻ xuất hiện trên tất cả các báo nhưng thường tập trung vào các dịp nghỉ Lễ, đặc biệt là dịp nghỉ Tết. Các bài viết về tác hại của rượu, bia đối với sức khoẻ trên các báo thường do các chuyên gia về y tế, các bác sỹ thực hiện. Nếu là bài viết của phóng viên thì thông tin trong bài cũng được dẫn theo các nguồn tin chính thức từ Bộ Y tế, từ các bệnh viện, dẫn lại phân tích của các chuyên gia tại các hội nghị, hội thảo. Bố cục của các bài viết thường gồm 3 phần, một phần nêu chung về tác dụng, tác hại của rượu bia, một phần tập trung phân tích những tác hại của rượu, bia đối với sức khoẻ và phần kết chỉ dẫn người dân các phòng, tránh tác hại của rượu, bia.

#### **3.3.4.4. Thông tin về tác hại của rượu bia đối với trật tự an toàn giao thông**

Trước khi dự án Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được trình ra Quốc hội lần thứ nhất năm 2018, dự án Luật này đã có quá trình soạn thảo kéo dài tới 10 năm. Lý do mà dự thảo Luật này không được trình ra Quốc hội là do vấp phải nhiều ý kiến trái chiều xung quanh quy định tỷ lệ nồng độ cồn trong máu đối với người tham gia giao thông.

Dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia bắt đầu xây dựng từ năm 2008, đề xuất quy định “đã uống rượu bia thì không tham gia giao thông”. Cùng thời điểm năm 2008, dự thảo Luật Giao thông đường bộ cũng đưa ra quy định không sử dụng rượu bia khi điều khiển ô tô cũng như xe máy. Thế nhưng, Quốc hội lúc đó cho rằng quy định này không khả thi vì ở nước ta lúc bấy giờ người dân đi lại chủ yếu bằng xe máy nên đã có quy định người điều khiển xe máy có nồng độ cồn vượt quá 50 miligam đến 80 miligam/100 mililit máu hoặc vượt quá 0,25 miligam/1 lít khí thở mới bị xử phạt. Trước thời điểm năm 2018 (trước khi dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được trình ra Quốc hội lần thứ nhất), các bài viết về rượu, bia trên báo chí chủ yếu tập trung phản ánh những tác hại của rượu, bia đối với sức khoẻ. Tuy nhiên, ở thời điểm này, nhiều bài viết trên các báo điện tử Vietnamnet.vn, Vnexpress.net đã tập trung phản ánh những quan điểm trái chiều

xung quanh quá trình xây dựng dự thảo Luật, trong đó có nhiều bài viết nghiên cứu về các quan điểm của Bộ Y tế.

Các báo điện tử lại phân chia thành những xu hướng khác nhau đối với việc thông tin về tác hại của rượu bia như: Vietnamnet.vn tập trung đăng tải các bài viết về quá trình soạn thảo dự án Luật Phòng chống tác hại của rượu bia với các quy định mới. Vnexpress.net có nhiều bài viết đăng tải về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe của con người, trong đó trích dẫn nhiều thông tin và ý kiến của Tổ chức Y tế thế giới, các chuyên gia y tế... Baogiaothong.vn và Cand.com.vn đăng tải nhiều bài viết về các vụ tai nạn giao thông có nguyên nhân từ việc người tham gia giao thông có nồng độ cồn trong máu. Số lượng bài viết về tất cả các khía cạnh liên quan đến rượu bia đăng tải trên báo điện tử là rất lớn.

Trên Báo Nhân dân điện tử, tại mục Chính trị ngày 14/6/2023 có bài viết “Ngăn chặn tác hại của rượu, bia” của tác giả Khôi Việt. Tác giả không ngần ngại đưa ra khẩu hiệu: “Đã uống rượu, bia - không lái xe”, đây là câu khẩu hiệu được treo ở mọi nẻo đường, hàng quán, từ thành thị tới nông thôn. Song, có một thực tế, ai cảnh báo cứ cảnh báo, ai uống cứ uống, mặc cho những hậu quả có thể xảy ra phía sau mỗi chén rượu, cốc bia. Chính sự bàng quan, thờ ơ của không ít người đã khiến thời gian gần đây, nhiều vụ tai nạn giao thông nghiêm trọng có nguyên nhân do bia, rượu liên tiếp xảy ra.

Trong khi đó, khảo sát hầu hết các báo in thời điểm này đều không dành nhiều sự quan tâm đến vấn đề tác hại của rượu bia. Báo Nhân dân bản in rất ít khi đăng tải các bài viết phản ánh trực diện về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe, trật tự an toàn giao thông hay trật tự an toàn xã hội cũng như tác hại của rượu, bia đối với nền kinh tế. Trên Báo Nhân dân bản in có chuyên mục “An toàn giao thông” và nội dung nhiều vụ tai nạn giao thông có nguyên nhân từ tác hại của rượu bia chỉ được lồng ghép trong các bài viết như một trong các nguyên nhân dẫn đến tình hình tai nạn.

Ở các báo in khác như Công an nhân dân, Sức khỏe đời sống, Giao thông... sự quan tâm của các báo và các nhà báo đối với vấn đề tác hại của rượu bia



cũng không được đề cập nhiều, khi đề cập thì không cụ thể, chi tiết, trực diện như ở báo điện tử.

Ở 2 báo điện tử lớn là Vnexpress.net, Vietnamnet, các vấn đề liên quan đến rượu, bia được được công chúng quan tâm nhiều thường được tổ chức thành các chuyên mục để thảo luận và mở nhiều cuộc thăm dò dư luận về các quy định cũng như quá trình thực hiện các quy định về phòng, chống tác hại của rượu, bia như: Vietnamnet.vn mở chuyên mục “Uống rượu, bia an toàn”, Vnexpress.net mở chuyên mục “Nói không với rượu, bia”. Các báo điện tử vẫn là kênh chủ lực đăng tải những bài viết về tác hại của rượu bia đối với sức khỏe, tác hại của rượu bia đối với an toàn giao thông hay trật tự an toàn xã hội.

Ở các báo có cả phiên bản báo in và báo điện tử còn lại, trên ấn phẩm điện tử, lượng tin, bài về tác hại của rượu, bia tuy ít hơn nhưng cũng là một đề tài được tập trung thực hiện ổn định. Báo Giao thông điện tử có chuyên mục “Vi phạm nồng độ cồn”.

Tại thời điểm dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được Quốc hội tập trung thảo luận chuẩn bị cho việc thông qua vào tháng 5 – 6/2019, giữa các báo in và các báo điện tử có sự khác nhau rõ nét về số lượng, đề tài các bài viết về tác hại của rượu bia cũng như cách nhìn nhận những vấn đề đang được đại biểu Quốc hội tranh luận. Trên các báo điện tử, thông tin về các quy định đang gây tranh cãi tại dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia xuất hiện dày đặc, thường xuyên, dưới mọi góc độ, từ ý kiến của người dân, các cơ quan chức năng có liên quan đến ý kiến của các Đại biểu Quốc hội. Các báo điện tử tập trung khai thác đề tài này từ dưới rất nhiều góc độ khác nhau như: tính hợp lý hay không hợp lý của các quy định pháp luật về rượu, bia; khuyến cáo của các tổ chức quốc tế; tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe, đối với an toàn giao thông, đối với nền kinh tế, đối với trật tự an toàn xã hội; ý kiến của các doanh nghiệp sản xuất rượu, bia; kinh nghiệm thực thi pháp luật về kiểm chế rượu, bia tại một số quốc gia v.v.... Trong khi đó, trên báo in, hầu hết các báo chỉ đăng thông tin đơn thuần phản ánh nội dung các ý kiến Đại biểu Quốc hội sau mỗi phiên Quốc hội thảo luận về dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia.

Về tổng quát có thể thấy, dù lượng bài viết rất khác nhau nhưng cả báo in và báo điện tử có sự đồng nhất quan điểm trong việc nhìn nhận sự cần thiết phải ban hành Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia, kiểm chế việc sử dụng rượu, bia thông qua hình thức tăng hình phạt đối với người tham gia giao thông có sử dụng rượu, bia, tăng thuế, hạn chế khả năng tiếp cận của người dân đối với rượu, bia.

Bắt đầu từ tháng 6/2019, khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được thông qua (với thời điểm có hiệu lực thi hành từ 1/1/2020), đồng thời với việc Chính phủ ban hành Nghị định 100/2019/NĐ-CP Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt, trong đó có quy định nổi bật là phạt người điều khiển phương tiện giao thông có nồng độ cồn trong máu, thì câu chuyện sử dụng rượu bia khi tham gia giao thông trở thành một đề tài rất nóng trên báo chí. Hầu hết các báo đều tập trung phản ánh các khía cạnh liên quan đến nội dung này.

Ngày 28/12/2021, Chính phủ ban hành Nghị định số 123/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định: Nghị định số 142/2017/NĐ-CP ngày 11 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hàng hải; Nghị định số 100/2019/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2019 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt; Nghị định số 162/2018/NĐ-CP ngày 30 tháng 11 năm 2018 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hàng không dân dụng. Trong đó, các mức phạt đối với người điều khiển phương tiện giao thông có sử dụng rượu bia được điều chỉnh theo hướng tăng nặng thêm.

Đặc biệt, ngày 06/7/2022, Bộ Chính trị đã ban hành Quy định số 69-QĐ/TW về kỷ luật tổ chức Đảng, đảng viên vi phạm thay thế Quy định số 07 ngày 28/8/2018 về xử lý kỷ luật tổ chức Đảng vi phạm và Quy định số 102 ngày 15/11/2017 về xử lý kỷ luật đảng viên vi phạm, trong đó, dành hẳn khoản 1, mục 1 Điều 54. Vi phạm quy định về đạo đức, nếp sống văn minh để quy định đảng viên “Vi phạm quy định về cấm uống rượu, bia và các chất kích thích khác” mà gây hậu quả ít nghiêm trọng thì kỷ luật bằng hình thức khiển trách.

Như vậy, có thể thấy, hiếm có một dự thảo Luật nào, một vấn đề nào trong cuộc sống lại được báo chí và người dân quan tâm như Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia. Báo chí đã theo sát quá trình soạn thảo, thông qua và thực thi trong cuộc sống của Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia. Tất cả những quy định tại dự thảo Luật đã được báo chí phản ánh kịp thời tới công chúng. Những góc khuất trong quá trình soạn thảo luật như những nghi ngờ về sự tác động, can thiệp của các công ty sản xuất rượu, bia tới quyết định của các nhà làm luật, những bất thường trong các quy định tại dự thảo Luật...đều được báo chí đăng tải công khai với một cường độ dày đặc, số lượng lớn bài viết, tạo sức ép đối với các cơ quan ban hành chính sách.

#### **3.3.4.5. Thông tin về tác hại của rượu bia đối với trật tự an toàn xã hội**

Theo Báo cáo về tình hình số vụ phạm pháp hình sự năm 2015 của Học viện Cảnh sát Nhân dân, trên 70% số vụ phạm pháp hình sự có nguyên nhân xuất phát từ sử dụng rượu bia ở nhóm tuổi trẻ dưới 30 tuổi. Báo cáo cũng chỉ ra một con số rất lớn các hộ gia đình ở Việt Nam có người sử dụng rượu bia ở mức nguy hại như: người tạo thu nhập chính là người sử dụng rượu bia ở mức nguy hại; trên 11% bạo lực gia đình xảy ra trong các hộ gia đình có sử dụng rượu, bia v.v.. Vấn đề này cũng được báo chí rất quan tâm, dù lượng tin, bài đăng tải không thường xuyên như vấn đề tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe hay tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông.

Trên Báo Công an nhân dân, có nhiều bài viết phản ánh các vụ vi phạm pháp luật, bị kịch gia đình xuất phát từ nguyên nhân người chồng, người con sử dụng hoặc nghiện rượu, bia. Báo Công an nhân dân điện tử ngày 7/2/2023 tác giả Trần Hằng có bài “Những bi kịch từ rượu” phản ánh những bi kịch từ nhiều gia đình trong những ngày đầu năm mới. Trong đó, có những trường hợp tai nạn giao thông thương tâm, ngộ độc thập tử nhất sinh, tâm thần...do dùng rượu.

Phần lớn các bài viết trên Báo Công an nhân dân về tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội đều được viết dưới dạng bài ghi chép, phản ánh, phóng sự về những trường hợp người thật, việc thật, những bi kịch đau đớn của các gia đình,

đặc biệt là người vợ, có chồng, con nghiện rượu. Trong các bài viết cũng lồng ghép nhiều thông tin cảnh báo việc lạm dụng rượu và sử dụng rượu kém chất lượng.

Trong bài “Bi kịch từ rượu cồn công nghiệp” trên Báo Công an nhân dân điện tử ngày 24/10/2021, tác giả Ngọc Thiện nhận định: Nghiện rượu đáng sợ không kém nghiện ma túy và để lại hậu quả khôn lường cho gia đình và xã hội. Bất lực, tuyệt vọng, bức xúc, xấu hổ... là vô vàn cảm giác khó chịu đã ngự trị và xâm chiếm tâm trí của những người vợ, người con, kết tụ thành "quả bom" ứ đầy cảm xúc tiêu cực, dẫn đến bùng nổ thành bạo lực gia đình. Bi kịch hơn, còn là những cái chết tức tưởi do ngộ độc rượu gây ra. Trước tình trạng nhiều người vì quá nghiện rượu, thèm rượu đã pha cồn công nghiệp để uống, bài viết đưa ra cảnh báo “Cồn công nghiệp có chứa các độc tố như aldehyde, metanol,... gây ngộ độc. Đây là các chất cực độc, uống vào nếu không tử vong cũng gây ra viêm gan, nhiễm độc, suy thận cấp, viêm thị giác dẫn đến mù lòa và bị cấm hoàn toàn trong thực phẩm”.

Trên Vnexpress.net, Vietnamnet.vn, những tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội cũng được phản ánh dưới dạng các bài viết sinh động, có câu chuyện cụ thể. Trong bài viết “Ma men đưa lối và những án mạng sau cuộc nhậu” trên Vietnamnet.vn ngày 19/7/2020, tác giả Gia Như điếm lại một số trường hợp người thật, việc thật do sử dụng rượu, bia đã dẫn tới mất kiểm soát, đâm chết người, có những trường hợp anh em ruột giết nhau vì mâu thuẫn khi nhậu. Tác giả nhận định: “Có thể thấy uống nhiều rượu làm cho con người mất khả năng kiểm soát và điều khiển bản thân là điều không phải bàn cãi. Việc Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia được thông qua cho thấy quyết tâm của cả cơ quan quản lý lẫn người dân đối với hành vi rượu chè. Vấn đề còn lại là phải thực thi hiệu quả những quy định tiên bộ của luật. Song, sự tự kiềm chế đối với rượu bia của mỗi người dân để không xảy ra những hậu quả đáng tiếc là điều cần có trước”.

#### **3.3.4.6. Phê phán hành vi vi phạm pháp luật khi sử dụng rượu, bia**

Tình hình vi phạm pháp luật do người dân sử dụng rượu, bia được báo chí tập trung phản ánh. Trong bài “Diễn biến pháp lý vụ người mẹ dùng búa đánh chết con trai nghiện rượu” ngày 27/3/2023, tác giả Đức Sơn phản ánh bi kịch người mẹ là bà H Mĩ Niê, trong một lúc không làm chủ được bản thân đã dùng búa giết chết

anh Y Khai Niê, người con trai nghiện rượu của bà. Bài viết có trích đăng ý kiến của Luật sư Lê Hoàng Phúc An phân tích nguyên nhân, động cơ phạm tội của người mẹ và đề nghị các cơ quan chức năng cần xem xét tới yếu tố tác động lên tinh thần của người gây án. Báo Sức khỏe đời sống điện tử cũng trích dẫn, đăng lại nguồn từ nhiều báo khác nhau các bài viết về tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội như: “Từng nghiện rượu, đập phá nhà cửa nhưng tôi đã thay đổi nhờ vợ hiền” ngày 17/1/2020 dẫn lại nguồn từ Nguoiduatin.vn; “Tôi đã đánh vợ chỉ vì cô ấy nói một câu mà tôi cực ghét” ngày 1/10/2020, dẫn lại nguồn từ Dantri.vn.

Ngày 6/2/2023, trên Báo Nhân dân điện tử, tác giả Đặng Luân có bài “Đề tránh rối loạn tâm thần do "sảng rượu"”. Bài viết khẳng định: “Hoang tưởng, ảo giác và rối loạn hành vi rầm rộ do "sảng rượu" nếu không được phát hiện và can thiệp kịp thời có thể dẫn đến nguy cơ tai nạn và tử vong”. Bài viết trích ý kiến của Bác sĩ nội trú Nguyễn Thị Phương Thảo, Bệnh viện Bạch Mai cho biết, "sảng rượu" là biểu hiện của các triệu chứng khi uống quá nhiều rượu gây ra tình trạng ngộ độc rượu bao gồm: rối loạn tâm thần, mất khả năng kiểm soát, hay cãi lộn, tấn công xâm phạm người khác bằng lời nói hoặc hành vi bạo lực, cảm xúc không ổn định, mất sự chú ý, giảm khả năng suy xét, ngoài ra có thêm các dấu hiệu như đi không vững, nói không chuẩn, giảm ý thức, đỏ mặt, ...Loạn thần do rượu là trạng thái liên quan chặt chẽ tới quá trình sử dụng rượu, biểu hiện bằng rối loạn cảm xúc, hành vi, ảo giác (như ảo âm thanh hoặc ảo hình ảnh...), hoang tưởng như nghi ngờ ghen tuông vô cớ, lúc đầu chỉ ghen trong trạng thái say, về sau xuất hiện thường xuyên và rất vô lý... dẫn tới hành vi tự vệ cho bản thân hoặc mâu thuẫn trong gia đình, thậm chí là tấn công người khác. Các trạng thái này thường xuất hiện trong khi hoặc ngay sau khi sử dụng rượu.

Trong bài viết “Tăng cường ra quân “nói không với rượu bia” đăng trên Báo Nhân dân điện tử ngày 19/1/2023, tác giả Hoàng Phú cho biết, để bảo đảm an toàn giao thông dịp Tết Nguyên đán Quý Mão 2023, lực lượng cảnh sát giao thông sẽ tăng cường xử lý các lỗi vi phạm về trật tự an toàn giao thông (ATGT), đặc biệt kiểm tra về nồng độ cồn với lái xe. Cũng theo thông tin từ bài viết này, các cơ quan chức năng, báo chí đã nhấn mạnh nhiều thông điệp mang tính cảnh báo như “Đã

uống rượu bia thì không lái xe”, “Phía trước tay lái là tính mạng”... Đáng tiếc là với khá nhiều người, chỉ đến khi cơ quan chức năng xử phạt rất “nặng tay”, họ mới e ngại trong việc “nâng lên đặt xuống” ở các cuộc liên hoan, tiệc tùng, cưới hỏi cuối năm. Nhưng rất đáng băn khoăn khi đã có các quy định xử phạt rất nặng về các lỗi vi phạm nồng độ cồn, chỉ đến dịp ra quân trấn áp người dân mới “biết sợ”. Cụ thể, từ khi Nghị định 100 ban hành, nồng độ cồn luôn là trọng điểm thanh kiểm tra. Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Chỉ thị về tăng cường thực hiện Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định số 100 của Chính phủ. Thậm chí, quy định đã rất nghiêm khắc nhưng người điều khiển phương tiện tham gia giao thông sau khi sử dụng rượu bia vẫn chưa chấp hành nghiêm, thậm chí phớt lờ những cảnh báo hoặc sẵn sàng chống đối lại lực lượng chức năng khi bị xử lý vi phạm.

Như vậy, khi đề cập tới tác hại của rượu, bia, các báo đều có quan điểm nhất quán khẳng định rượu, bia nếu bị lạm dụng sẽ rất có hại, đồng thời phê phán trực diện các hành vi vi phạm pháp luật về sử dụng rượu, bia.

### **3.3.5. Xây dựng văn hoá không uống rượu, bia**

Nếu như trước 1/1/2020, các báo còn dè dặt trong việc chuyên tải thông điệp “Nói không với rượu, bia” thì từ khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia có hiệu lực thi hành, thông điệp này trở nên nhất quán và việc xây dựng văn hoá không rượu, bia được báo chí chú trọng thực hiện.

Từ năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị 26/CT-TTg ngày 05/9/2016 trong đó có nội dung nghiêm cấm cán bộ, công chức, viên chức sử dụng rượu bia trong giờ làm việc. Tuy nhiên, việc thực hiện quy định này ở nhiều lúc, nhiều nơi chưa nghiêm. Đến Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, khoản 5, Điều 5 của Luật quy định rõ cấm: “Cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan, tổ chức, sĩ quan, hạ sĩ quan, quân nhân chuyên nghiệp, chiến sĩ, người làm việc trong lực lượng vũ trang nhân dân, học sinh, sinh viên uống rượu, bia ngay trước, trong giờ làm việc, học tập và nghỉ giữa giờ làm việc, học tập”. Từ quy định của Luật, nhiều Bộ, ngành, địa phương đã ban hành các văn bản quy định cụ thể và hướng dẫn xử lý cán bộ, công chức, viên chức, người làm việc theo chế độ hợp

đồng và cán bộ, chiến sĩ các lực lượng vũ trang uống rượu, bia trước và trong giờ làm việc trên phạm vi quản lý của Bộ, ngành, địa phương mình.

Trong bài “Hiệu quả từ chỉ thị “nói không” với rượu, bia trong giờ hành chính” đăng trên báo Công an nhân dân điện tử ngày 24/11/2020, tác giả Văn Vĩnh phản ánh, trên địa bàn tỉnh Trà Vinh, từ khi Ban Thường vụ Tỉnh ủy ban hành Chỉ thị số 10-CT/TU về việc “không được uống rượu, bia trong giờ làm việc và việc chấp hành giờ giấc hành chính, kỷ luật phát ngôn của cán bộ, đảng viên”, nhiều cán bộ, công chức tại Trà Vinh đã không còn dám đi nhậu buổi trưa. Tuy nhiên, vẫn có một số cán bộ, đảng viên không thực hiện nghiêm Chỉ thị 10 và đã bị xử lý kỷ luật. Theo Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Trà Vinh, từ ngày 1/7/2016 đến ngày 31/6/2019, Đảng bộ tỉnh có 26 đảng viên vi phạm Chỉ thị số 10. Trong đó, vi phạm an toàn giao thông 2 trường hợp, kỷ luật phát ngôn một trường hợp, uống rượu bia gây mất trật tự công cộng 3 trường hợp, uống rượu, bia trong giờ làm việc 7 trường hợp, uống rượu bê tha một trường hợp, chấp hành giờ giấc làm việc chưa nghiêm 12 trường hợp.

Đáng chú ý, từ đầu năm 2023, lực lượng Cảnh sát giao thông đã triển khai quyết liệt các giải pháp bảo đảm trật tự, an toàn giao thông, trong đó đặc biệt là chuyên đề vi phạm về nồng độ cồn được dư luận và quần chúng nhân dân ủng hộ. Hầu hết các vi phạm về người điều khiển phương tiện giao thông có nồng độ cồn đều bị xử lý nghiêm, không còn “xin bỏ qua” được như trước kia. Điều này tác động rất lớn đến hành vi, thói quen sử dụng rượu, bia của người dân. Bài viết nhận định: “Kết quả xử lý vi phạm chuyên đề nồng độ cồn được dư luận và quần chúng nhân dân ủng hộ. Câu chuyện về “xử lý nghiêm vi phạm nồng độ cồn đã đi vào bữa cơm từng gia đình”. Mọi người trong gia đình, bạn bè nhắc nhở nhau đã uống rượu, bia thì không lái xe. Qua đó đã dần dần hình thành thói quen, văn hóa tham gia giao thông của người dân “không điều khiển phương tiện sau khi sử dụng rượu bia” và hạn chế tình trạng gây mất an ninh, trật tự, gây tổn hại đến tính mạng, sức khỏe, nhân phẩm, danh dự của con người do uống rượu, bia gây ra” Đặc biệt, thông tin từ bài viết cho biết, “Lãnh đạo Bộ Công an, lãnh đạo Cục CSGT cũng đã nhận được thư của nhiều chị phụ nữ cảm ơn, hoan nghênh vì trước đây, chồng thường xuyên

say rượu về gây gỗ với vợ con, bây giờ không dám uống rượu nữa nên không còn gây sự, cuộc sống gia đình bình yên, hạnh phúc hơn”.

Trong bài viết “CSGT Hà Nội đến quán nhậu dán áp phích 'đã uống rượu bia không lái xe' trên Vnexpress.net ngày 25/7/2023, tác giả Đình Hiếu cho biết, nhằm nâng cao ý thức chấp hành luật an toàn giao thông, đặc biệt là "đã uống rượu bia không lái xe", Phòng CSGT Hà Nội triển khai dán áp phích tuyên truyền tại hàng quán. Lực lượng CSGT Công an thành phố Hà Nội cũng cho các chủ hàng quán ký cam kết thực hiện nghiêm quy định về cấm uống rượu, bia khi điều khiển phương tiện tham gia giao thông. Nhiều thực khách ban đầu có bất ngờ khi thấy lực lượng CSGT tuyên truyền ngay trong quán bia nhưng sau khi được xem, nghe tuyên truyền về sự nguy hiểm khi đã uống rượu bia vẫn lái xe thì đã quyết định sẽ gửi ô tô lại quán để đi taxi về.

Báo Công an nhân dân cũng có nhiều bài viết phản ánh về hoạt động lực lượng Cảnh sát giao thông trên toàn quốc trong việc xử phạt các vi phạm về sử dụng rượu, bia khi tham gia giao thông như: “Dấu ấn CSGT trong xây dựng thói quen “đã uống rượu bia thì không lái xe” ngày 27/4/2023; “Tai nạn giao thông ở Hà Nam giảm mạnh từ hiệu quả xử lý nghiêm vi phạm nồng độ cồn” ngày 25/4/2023; “Quảng Ngãi xử nghiêm tài xế ô tô khách vi phạm nồng độ cồn” ngày 16/4/2023... Các bài viết đều truyền đi thông điệp, việc xử lý "mạnh tay" vi phạm nồng độ cồn đã góp phần từng bước thay đổi hành vi của người tham gia giao thông, xây dựng văn hóa “Nói không với rượu, bia” khi giao thông của người dân.

Báo Sức khỏe đời sống lại khai thác các khía cạnh về sức khỏe để đăng tải các bài viết khuyến khích người dân không sử dụng rượu bia như: “Uống rượu vào, cơ thể, gan bị tàn phá ra sao?” ngày 26/1/2023; “Điều gì xảy ra với cơ thể nếu bạn không uống rượu trong một tháng?” ngày 9/2/2023.

### **3.3.6. Những vấn đề khác được phản ánh**

Trên báo chí, đề tài về rượu, bia khá đa dạng. Tuy lượng bài viết phản ánh những tác hại của rượu, bia chiếm tới 82% tổng số bài viết được đăng tải nhưng bên cạnh thông tin chủ đạo này, các bài viết về văn hóa sử dụng rượu, bia, những lợi ích của việc sử dụng rượu, bia hợp lý hay những đóng góp của ngành công nghiệp



rượu, bia đối với nền kinh tế cũng được báo chí khai thác như: “Bia sẽ tăng giá mạnh, nỗi lo hàng lậu lần sâu” trên Vietnamnet.vn ngày 9/5/2022; “Thuế tiêu thụ đặc biệt: Tăng thuế với rượu, bia, thuốc lá” trên Vietnamnet.vn ngày 25/2/2023; “Doanh nghiệp bia, rượu, nước giải khát xin hoãn tăng thuế” trên Vnexpress.net ngày 27/2/2023...Trên một số bài viết, bên cạnh việc thông tin về các sản phẩm rượu, bia, các tác giả khéo léo lồng vào bài viết thông tin về việc Uống rượu là một nét đẹp văn hóa của người Việt đã có từ lâu đời, chén rượu như là cái cớ mở đầu cho cuộc vui. Một số bài viết cũng phản ánh các hoạt động của các hãng bia, rượu tài trợ cho các hoạt động thể thao hoặc các nhân vật nổi tiếng là hình ảnh đại diện cho các hãng bia, rượu.

#### **3.4. Hình thức chuyển tải thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí**

Hiệu quả truyền tải thông điệp được nâng cao rõ rệt nhờ vào hình thức chuyển tải thông điệp, đối với báo chí điện tử, đó là yếu tố đa phương tiện. Khác với báo in chỉ sử dụng chữ viết, hình ảnh; phát thanh chỉ sử dụng âm thanh; truyền hình chỉ sử dụng hình ảnh..., báo chí đa phương tiện, mà cụ thể là các báo điện tử thuộc diện khảo sát tích hợp nhiều phương tiện trong quá trình chuyển tải thông tin tới công chúng như: văn bản, hình ảnh, âm thanh, đồ họa...

Truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí là một quá trình truyền thông chính sách có mục đích, trong đó, thông điệp cốt lõi mà các nhà hoạch định chính sách muốn truyền tải đến công chúng là “rượu, bia có tác hại” và “đã uống rượu bia thì không lái xe” v.v....Kênh chuyển tải thông điệp được nghiên cứu ở đây chính là các báo in và báo điện tử. Bản thân tên của Luật đã là thông điệp “phòng, chống tác hại của rượu, bia”. Báo chí là một trong các phương tiện được sử dụng để dòng chảy thông tin từ các cơ quan hoạch định chính sách đến được với đông đảo quần chúng nhân dân. Thông qua các kênh truyền của mình, báo chí chuyển tải thông tin tới công chúng, đồng thời, phản ánh lại tâm tư, nguyện vọng của công chúng đến các nhà hoạch định chính sách. Tuy nhiên, do các đối tượng tiếp nhận thông tin của báo chí rất đa dạng, nên báo chí cũng phải áp dụng các hình thức đa dạng để tiếp cận công chúng của mình. Chẳng hạn, ngay trong phạm vi một gia đình, nếu đối tượng tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu bia là người chồng, sẽ

khác, nếu là người vợ, sẽ khác và nếu là thanh, thiếu niên, sẽ có các quan điểm khác. Đối với các vị Đại biểu Quốc hội, người ủng hộ quan điểm cần giảm thiểu tai nạn giao thông do người sử dụng rượu, bia gây nên có phát biểu khác, người ủng hộ phải phát triển ngành công nghiệp sản xuất rượu, bia có phát biểu khác. Trong các trường hợp cụ thể này, kênh truyền thông nối giữa các chủ thể là báo chí với những hình thức chuyên tải thông điệp đều rất phong phú, đa dạng.

Thực tế cho thấy, cuộc sống rất đa dạng và phong phú. Tuy nhiên, tại một thời điểm cụ thể, luôn xuất hiện một số vấn đề xã hội song chỉ có một số ít các vấn đề được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chọn lựa đưa ra bàn bạc để trở thành vấn đề chính sách. Điều này có phụ thuộc vào ý chí của các cơ quan báo chí hay không? Các cơ quan báo chí có thể tác động để định hướng sự quan tâm của dư luận tới 1 hoặc một nhóm vấn đề xã hội nào đó hay không? Ở đây, có thể thấy, việc sử dụng rượu, bia hay những nhận định về tác hại của rượu, bia không phải là vấn đề mới. Tuy nhiên, khi xã hội ngày càng phát triển, sự phát triển bền vững ngày càng được coi trọng thì các tổ chức quốc tế, trong đó có Tổ chức Y tế giới ngày càng kiên quyết trong việc kiểm chế tác hại của rượu, bia. Vấn đề đặt ra là, việc sử dụng rượu bia vốn đã trở thành một thói quen của đông đảo người dân Việt Nam và các chính sách về rượu bia chắc chắn sẽ có ảnh hưởng đến đông đảo các tầng lớp trong xã hội. Do đó, để tạo được sự đồng thuận của người dân thì bắt buộc phải huy động sự tham gia của người dân vào quá trình xây dựng Luật. Một nhiệm vụ quan trọng khác, là quá trình truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí phải hiệu quả.

Trong phạm vi nghiên cứu của Luận án, NCS nhận thấy, quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu bia là một quá trình khó khăn, trải qua nhiều giai đoạn và không phải lúc nào cũng đạt hiệu quả. Tuy nhiên, kết quả của quá trình truyền thông này đã tác động rất lớn đến việc Quốc hội quyết định thông qua dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia với những quy định đang và sẽ làm thay đổi hẳn thói quen và nhận thức của người dân về rượu bia.

Đối với các báo điện tử và báo in trong phạm vi khảo sát của Luận án, các hình thức chuyên tải thông điệp phổ biến được các báo sử dụng là: Chữ viết; Ảnh minh họa; Âm thanh; Video Clip; Sơ đồ, Infographic; Các biểu bảng thăm dò ý

kiến. Trên mỗi báo điện tử, tùy thuộc vào quan điểm của từng tòa soạn, tùy thuộc vào tính chất, mức độ của thông tin mà việc sử dụng các phương tiện truyền tin khác nhau. Tuy nhiên, có thể thấy, các báo đều nỗ lực thông tin bằng nhiều hình thức đa dạng nhất để người đọc dễ tiếp cận và lựa chọn. Nhờ vậy, các sản phẩm trên báo điện tử có thể nói là ngày càng sinh động và hấp dẫn. Cụ thể:

### **3.4.1. Kết cấu tác phẩm báo chí được sử dụng**

\*. Về cách đặt tiêu đề (tít): Tiêu đề của tác phẩm báo chí có vị trí, vai trò rất quan trọng, thể hiện ý chính của bài viết, thể hiện quan điểm, mục đích chính mà tác giả muốn gửi tới công chúng. Tiêu đề là tên của tác phẩm báo chí. Khảo sát ngẫu nhiên 350 tiêu đề của tin, bài liên quan về tác hại của rượu, bia trên cả báo in và báo điện tử thuộc diện khảo sát, chúng tôi nhận thấy, tiêu đề của bài báo về đề tài này rất đa dạng, phong phú. Trong đó, tin, bài sử dụng tít trên 12 chữ chiếm 34 %. Loại tít là câu dưới 12 chữ chiếm tỷ lệ lớn, 63%. Các loại tít dài thường được sử dụng cho dạng bài phản ánh, phỏng vấn.

Cá biệt, có 3% bài có tít chỉ chứa từ 2 – 5 từ, là những bài bình luận, chủ yếu xuất hiện trong các chuyên mục Góc nhìn, Bình luận của Vnexpress, Vietnamnet.vn, Kết quả khảo sát cũng cho thấy, có 7% tít bài viết là một ngữ, 63% tít bài là cấu trúc một câu, trong đó tít là câu tường thuật chiếm tỷ lệ 37%, tít dạng câu hỏi chiếm tỉ lệ cao, 43%, tít dạng câu cảm (!) cũng xuất hiện nhiều trong các bài viết về đề tài này, 21%.

Đối với mảng đề tài về tác hại của rượu bia, những kiểu tít phổ biến xuất hiện trên các báo thuộc diện khảo sát, gồm:

+. Dùng con số để nhấn mạnh, gây ấn tượng: Với đề tài này, các báo có xu hướng dùng những con số để gây ấn tượng bên cạnh đó dùng những con số lẻ để tạo cảm giác chân thật và kích thích đến với độc giả. Ví dụ: Đánh thuế 65%, Rượu bia tăng giá mạnh (Vietnamnet.vn); Từ 1/1/2020: Uống rượu bia lái xe bị phạt tới 40 triệu, tước GPLX 2 năm (Baogiaothong.vn); 80% đàn ông TP HCM uống rượu bia (Vnexpress.net)...

+. Dùng cấu trúc bỏ lửng mà dấu lửng lại thường hiện diện ở giữa tít: Việc sử dụng cấu trúc bỏ lửng ở tít báo cũng là một tít mở cho độc giả có thể tò mò về

những thông tin có trong bài. Từ đó sẽ thu hút người đọc click vào bài báo. Ví dụ: Rượu vào ... nhiều thứ ra (Vietnamnet.vn)...

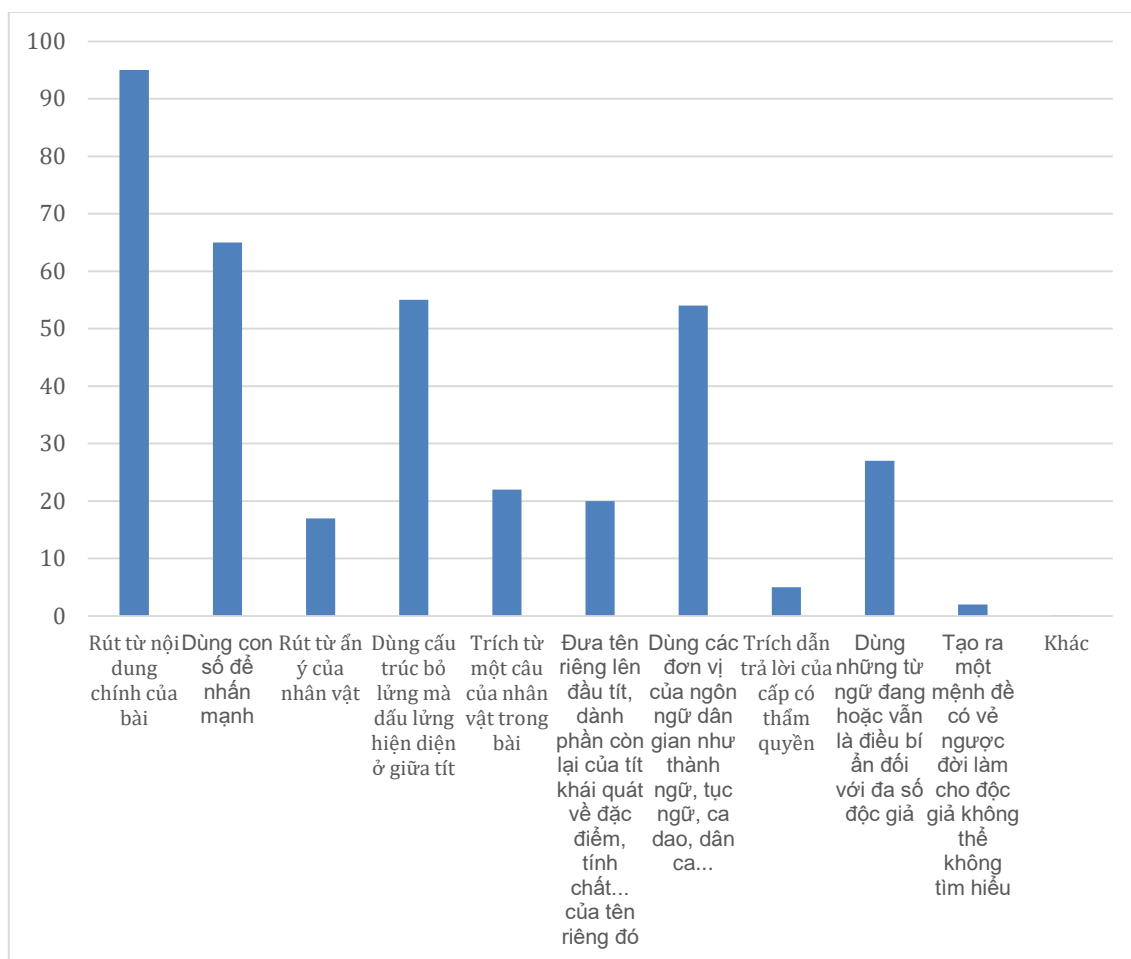
+. Đặt ra những câu hỏi: Việc sử dụng các câu hỏi trong tit báo về đề tài tác hại của rượu, bia được sử dụng với mật độ khá dày trên các báo điện tử. Cách đặt tit này góp phần gợi sự phán đoán của độc giả về một vấn đề bức xúc, đáng được quan tâm nào đó, vừa hứa hẹn câu trả lời thỏa đáng ở phía dưới. Chính vì vậy tit sử dụng những câu hỏi thường thu hút được sự tò mò của độc giả. Tuy nhiên cần hạn chế trong việc đặt câu hỏi trong tit. Phóng viên cần cân nhắc việc bài có trả lời hết được câu hỏi trên tit hay không. Ví dụ: Có nên ly hôn người chồng nghiện rượu? (Vnexpress.net); F0 có nên uống rượu bia? (Suckhoedoisong.vn)

+. Dùng các đơn vị của ngôn ngữ dân gian như thành ngữ, tục ngữ, ca dao, dân ca. Ví dụ: “Sinh ly tử biệt” sau chén rượu tất niên (Vnexpress.net);

+. Dùng những biện pháp tu từ (so sánh, ẩn dụ, nhân hóa, chơi chữ, ...). Tit dạng này sẽ khiến độc giả tò mò, bên cạnh đó tit còn gây thích thú cho độc giả, chính vì vậy độc giả phải click vào bài để nắm bắt được thông tin rõ hơn. Ví dụ: "Cám cảnh" Việt Nam dẫn đầu Đông Nam Á về mức độ tiêu thụ rượu bia (Suckhoedoisong.vn); Từ 1/1/2020, 'ma men' lái ô tô bị phạt tới 40 triệu, đi xe máy 8 triệu (Vietnamnet.vn)....

+. Dùng những từ ngữ đang hoặc vẫn là điều bí ẩn với đa số độc giả. Sử dụng những từ ngữ bí ẩn gây tò mò cho độc giả nhấn vào bài báo để xem cho tiết. Ví dụ: 101 cách 'né' đo nồng độ cồn dân mạng truyền tai nhau để về nhà (Vietnamnet.vn);

Thống kê cho thấy:



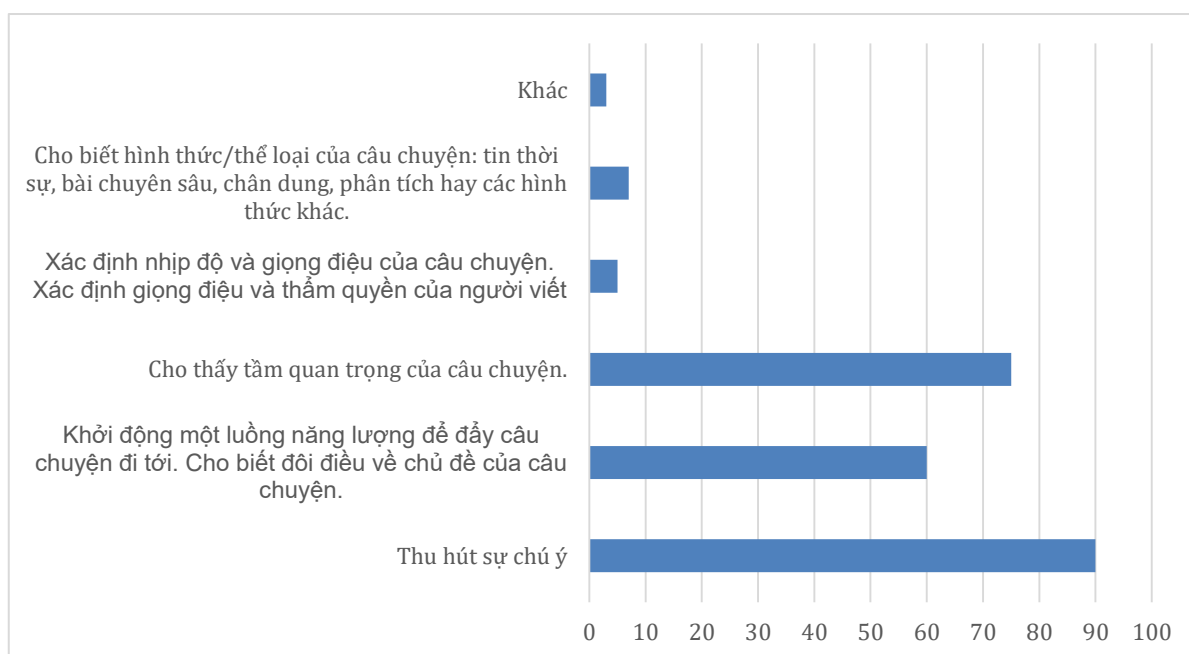
**Biểu đồ 3.1. Tỷ lệ cách rút tít bài báo trên các báo thuộc diện khảo sát**

Kết quả khảo sát cũng cho thấy, đa số các tiêu đề đã thể hiện được nội dung của thông điệp, chỉ có một tỉ lệ rất nhỏ (0,1%) bài viết có biểu hiện có tiêu đề mập mờ, khó hiểu hoặc không diễn đạt minh bạch ý của thông điệp trong bài viết. Hầu hết các tít bài về đề tài này đều rất dễ hiểu. Việc sử dụng các tít bài quá dài, gây nhàm chán cũng ít xuất hiện trong các bài viết về tác hại của rượu, bia trong suốt một khoảng thời gian dài NCS khảo sát.

\*. Về cách triển khai nội dung tác phẩm: Khảo sát cho thấy, phần lớn các tác phẩm báo chí về đề tài tác hại của rượu, bia đều có kết cấu 3 phần: Đặt vấn đề (sapo), giải quyết vấn đề và kết thúc vấn đề. Với đặc trưng của báo chí điện tử, các thể hiện đề tài tác hại của rượu bia trên các báo điện tử thuộc diện khảo sát có những cách thể hiện khác với ấn phẩm báo in.

Ở các báo điện tử, Sa-pô là bức thông điệp ngắn gọn từ bài báo, là lời chào đầu nằm ngay sau tít dẫn chính, một điểm nhấn cần thiết, nêu vấn đề đầu đề bài báo

đặt ra để lôi cuốn người đọc. Có thể hiểu đơn giản như sau: Sapo hay còn gọi là đoạn dẫn nhập, nằm dưới tí t và trước phần chính văn bản có vai trò tóm tắt, giới thiệu nội dung chính của bài viết, đóng vai trò thu hút sự chú ý của công chúng, nó cho người đọc biết đôi điều về chủ đề của câu chuyện. Bên cạnh đó sapo còn giúp xác định nhịp độ và giọng điệu của câu chuyện, xác định giọng điệu và thẩm quyền của người viết. Sapo gồm khoảng một vài câu với dung lượng ngắn. Độ dài của Sapo phụ thuộc vào độ dài của bài báo. Phần lớn Sapo trong các bài viết thuộc diện khảo sát là chính xác và chứa thông tin phù hợp với nội dung bài báo, không quá mơ hồ, chung chung. Sapo đưa ra ý tưởng chung, góc độ và giọng điệu của bài viết. Phần dẫn nhập có nhịp điệu, đưa người đọc tới nội dung bài viết một cách dễ hiểu.



**Biểu đồ 3.2. Chức năng của sapo trong các tác phẩm báo chí thuộc diện khảo sát**

### 3.4.2. Các thể loại báo chí được sử dụng

Qua khảo sát, NCS nhận thấy các bài viết mang thông điệp về tác hại của rượu, bia trên các báo khảo sát chủ yếu là bài phản ánh, chiếm tỷ lệ 51,1% tổng số bài viết. Tiếp theo là thể loại tin, chiếm 34,5%. Thể loại phỏng vấn cũng được sử dụng khá nhiều với 4,2%, nhưng vẫn ít hơn thể loại phóng sự. Ngoài ra còn có một số lượng các bài tương tác, phản hồi ý kiến của độc giả cũng được báo chí, đặc biệt là báo chí điện tử chú trọng sử dụng.

Thể loại tin bài	Số lượng	Tỷ lệ
Tin	718	34,5
Phóng sự	167	8
Phản ánh	1064	51,1
Bình luận	29	1,4
Phỏng vấn	87	4,2
Xã luận	15	0,7
Khác	2	0,1
Tổng	2082	100

**Bảng 3.3. Thể loại tin bài báo chí viết về phòng, chống tác hại của rượu, bia**

Điều này lý giải bởi đặc trưng của thể loại phản ánh là các sự kiện, vấn đề xuất hiện trong bài phản ánh mang tính chất toàn diện. Bài phản ánh là một trong những thể loại được sử dụng nhiều và giữ vị trí quan trọng trong công tác thông tin của các cơ quan báo chí. Ý nghĩa của nó, cũng như các thể loại báo chí khác, là cổ vũ những hiện tượng mới, có tính tiến bộ của đời sống xã hội, phổ biến những kinh nghiệm tiên tiến, chỉ ra những tồn tại đang cản trở sự vận động đi lên của đất nước. Bài phản ánh chủ yếu phản ánh vấn đề, sự kiện đã tương đối định hình, cho phép nhà báo có thể thấy được một cách khá đầy đủ các bình diện, khía cạnh về đề tài tác hại của rượu, bia với những tranh luận đa chiều xung quanh vấn đề này.

Với thể loại tin, tin được xem là thể loại cơ bản, xung kích nhất trong các thể loại báo chí. Tin là một trong những thể loại của báo chí, trong đó thông báo, phản ánh, bình luận có mức độ một cách ngắn gọn, chính xác và nhanh chóng nhất về sự kiện, vấn đề, con người đã, đang và sẽ xảy ra trong đời sống, có ý nghĩa chính trị-xã hội nhất định. Bất cứ một tác phẩm báo chí nào, dù ngắn hay dài, đơn giản hay phức tạp đều có mục đích trả lời đúng, kịp thời những câu hỏi có liên quan đến sự kiện, sự việc, vấn đề, con người, tình huống, hoàn cảnh mà người viết muốn truyền đạt và công chúng muốn biết. Tin trên báo điện tử có một tính năng mà báo giấy không thể làm được đó là có thể cập nhật liên tục.

Thể loại Phỏng vấn thể hiện dưới hình thức hỏi - đáp giữa nhà báo với một nhân vật nào đó về một sự kiện; vấn đề quan trọng hoặc quan điểm, ý kiến, phẩm

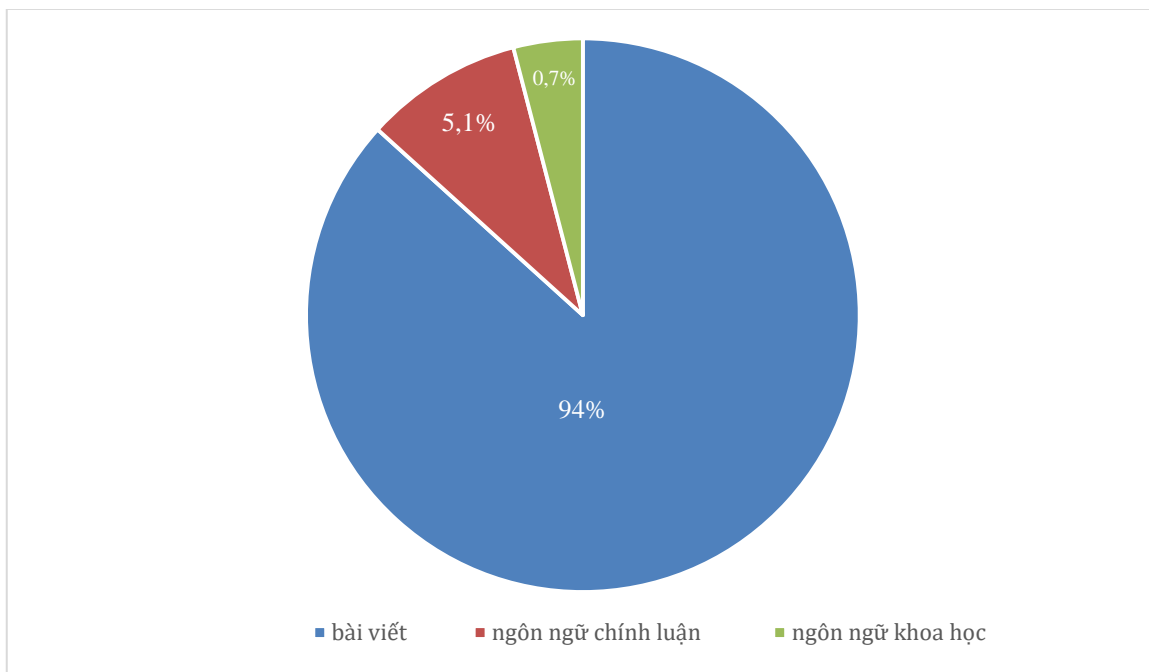
chất của con người tiêu biểu. Phỏng vấn, với tư cách là thể loại báo chí độc lập, mặc dù có liên quan mật thiết với các thể loại báo chí khác, nhưng có những nét riêng, có cách tổ chức tác phẩm riêng, cách thể hiện riêng, khó lẫn với các thể loại khác. Thể loại này được sử dụng khi cần cung cấp thông tin nhanh chóng về một sự kiện, vấn đề vừa hoặc đang diễn ra. Khi một chủ trương, chính sách mới được ban hành cần phỏng vấn để giải thích, làm rõ các vấn đề liên quan. Hoặc khi có sự kiện, vấn đề xảy ra mà công chúng chưa thống nhất cách hiểu, hoặc hiểu chưa đủ, phỏng vấn sẽ cung cấp thông tin, giúp công chúng hiểu đúng, hiểu đủ để có cách ứng xử phù hợp. Thể loại bình luận xuất hiện ít hơn nhưng có nhiệm vụ giải thích, cắt nghĩa một vấn đề trong cuộc sống, qua đó hướng dẫn cách nhìn nhận cho công chúng.

Ngoài các thể loại trên, khảo sát những bài viết trên các báo, NCS nhận thấy một dạng bài viết khác mà chỉ có ở báo điện tử, đó là dạng bài mang tính tương tác phản hồi, trình bày ý kiến từ độc giả theo những chủ đề của báo đưa ra hoặc của chính công chúng viết lên để độc giả phản hồi. Với thể loại bài mang tính tương tác này sẽ tìm thấy rất nhiều trên Vnexpress, Vietnamet.vn. Thể loại này chính là một đặc trưng của báo điện tử. Ví dụ, một số bài đăng tải ý kiến của người nhân như: Khi dân nhập ngục biện (Vnexpress.net); Tôi khôn khổ vì nộp phạt giao thông ở Nhật Bản (Vnexpress.net); Hãi thôi phạt nồng độ cồn, quý ông Nghệ An nhờ vợ chở đi nhập (Vietnamnet.vn); "Uống có trách nhiệm" - Uống rượu bia vào liệu còn đủ tỉnh táo để nghĩ đến trách nhiệm? (Suckhoedoisong.vn)...

### **3.4.3. Ngôn ngữ thể hiện**

Để có cái nhìn tổng thể cũng như đưa ra nhận định khái quát về ngôn ngữ sử dụng trong truyền tải thông điệp về tác hại của rượu, bia, NCS phân tích những ngôn ngữ chính được thể hiện qua các bài báo và nhận thấy: ngôn ngữ thể hiện chính trong các bài báo là ngôn ngữ đời thường, ngôn ngữ khoa học, ngôn ngữ chính luận. Khảo sát 2.082 bài viết, tác giả nhận thấy, nhìn chung các bài viết trên các báo thuộc diện khảo sát dùng ngôn ngữ đời thường với 1.958 bài viết chiếm tỷ lệ 94%. Tiếp theo là ngôn ngữ chính luận với 106 bài viết, chiếm tỷ lệ 5,1%, ngôn ngữ khoa học 15 bài viết chiếm tỷ lệ 0,7%.





**Biểu đồ 3.3. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ sử dụng ngôn ngữ trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia.**

+. Chữ viết: Chuyển tải thông điệp qua bài viết dạng chữ là hình thức phổ biến được các báo điện tử và báo in sử dụng khi truyền thông về tác hại của rượu bia. Người ta nghĩ ngay đến chữ viết khi nghĩ đến báo chí. Văn bản là thành phần quan trọng cấu tạo nên một tác phẩm báo chí. Nhìn vào tổng thể một tờ báo điện tử, văn bản (chữ viết) vẫn chiếm diện tích lớn nhất. Điều này càng đúng đối với báo in. Bản thân văn bản có khả năng truyền tải đầy đủ và trọn vẹn những nội dung thông điệp. Khi kết hợp với các phương tiện khác như hình ảnh, đồ họa, âm thanh, chữ viết giúp tác phẩm báo chí được chuyển tải tới công chúng một cách chân thực và mạch lạc nhất. Ngoài ra, văn bản còn được dùng để chú thích, bổ trợ, cung cấp, làm rõ nội dung thông tin cho các đoạn video, hình ảnh, đồ họa...

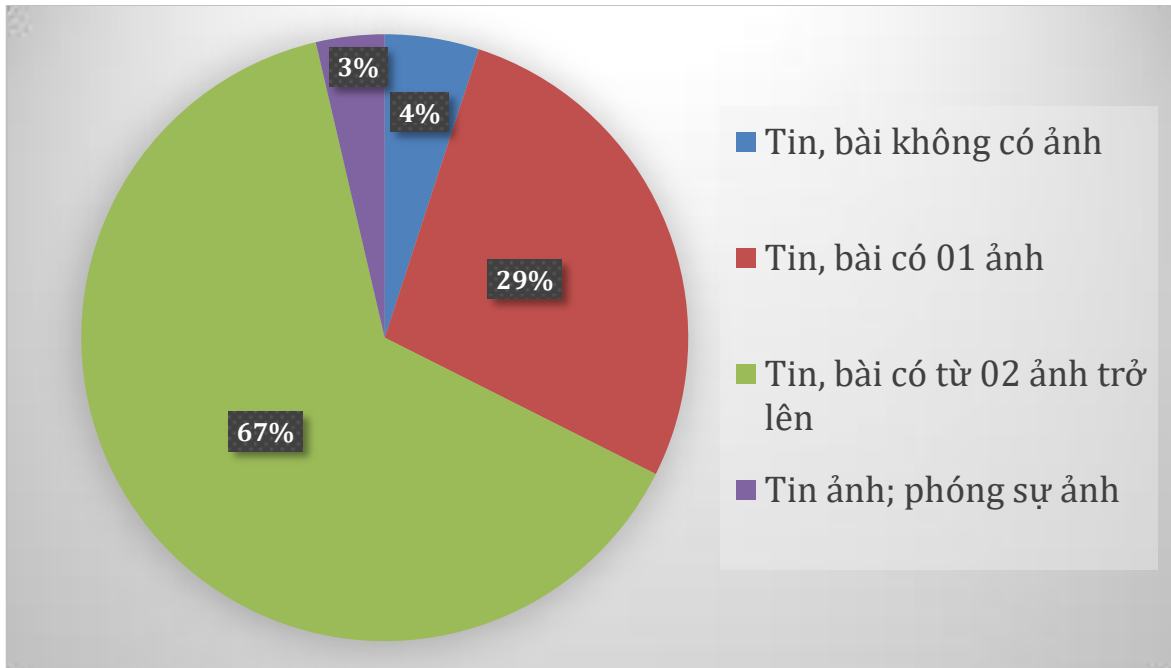
Các tác phẩm báo chí về vấn đề tác hại của rượu bia là điển hình của việc tác phẩm báo chí sử dụng ngôn ngữ nhiều cửa thông tin ở mức độ phức tạp và rất hiệu quả. Hầu hết các bài viết trên báo in đều sử dụng chữ viết và ảnh minh họa. Chỉ một số tin là chỉ dùng chữ viết. Trên báo điện tử, các báo đều sử dụng ảnh minh họa đa dạng, kết hợp âm thanh từ Video, Audio; Infographic; sử dụng thủ thuật hyperlink (siêu liên kết) để tăng mức độ kết nối thông tin.

Ở nhiều bài báo, các toà soạn kết hợp cả bảng khảo sát và nhiều thủ thuật để tăng độ tương tác với độc giả. Mỗi Tòa soạn cũng sẽ có những lựa chọn về kiểu chữ, cỡ chữ, màu sắc... để tăng tính hấp dẫn cho tác phẩm báo chí. Thực tế, việc sử dụng kiểu chữ, cỡ chữ như thế nào đều đã có những quy chuẩn nhất định và kiểu chữ, cỡ chữ sử dụng trên một tờ báo điện tử thường đồng nhất, thông dụng.

+. Hình ảnh tĩnh: Hình ảnh bao gồm ảnh chụp và hình hoạ. Ở báo in, do dung lượng hạn chế hơn nên ảnh thường được dùng ở trang nhất và những bài quan trọng ở trang trong. Tuy nhiên, ở báo điện tử, hầu hết tất cả các tin, bài đều sử dụng ảnh, bao gồm: ảnh đại diện và một hoặc nhiều ảnh trong bài. Ảnh tĩnh trên báo điện tử có thể đứng độc lập, có thể kết hợp với văn bản hoặc được dùng làm đường dẫn tới các phần nội dung khác. Nhiều báo điện tử để chế độ cài đặt bắt buộc phải có ảnh đại diện thì mới có thể xuất bản được một tin hoặc 1 bài trên báo điện tử. Ảnh không chỉ là yếu tố tăng tính xác thực của các thông tin mà còn là công cụ giúp mắt người đọc được nghỉ ngơi, thoải mái hơn khi đọc những bài viết dài. Việc bố trí những bức ảnh xen kẽ một cách hợp lý giữa các khối chữ, các đoạn văn sẽ làm người đọc không cảm thấy nhàm chán, đơn điệu khi tiếp cận thông tin.

Số lượng, kích cỡ ảnh và vị trí sắp xếp ảnh tùy thuộc vào từng bài báo, từng tờ báo. Thông thường, một bức ảnh lớn kèm theo một bài viết quan trọng là tâm điểm của số báo sẽ được trên trang chủ của báo in/báo điện tử. Ngoài ra, đối với báo điện tử, một bài viết có thể đăng kèm nhiều ảnh thì những ảnh còn lại có thể có kích cỡ nhỏ hơn hoặc ở thứ tự xếp sau. Ở các trang nội dung, số lượng ảnh và vị trí ảnh được sắp xếp tùy theo nội dung bài viết và quy định của tờ báo.

Đối với đề tài tác hại của rượu, bia, ảnh được báo chí sử dụng triệt để. Kết quả khảo sát cho thấy, các bài viết về vấn đề tác hại của rượu đã tập trung chú ý sử dụng ảnh nhằm làm tăng hiệu quả cho các tác phẩm báo chí:

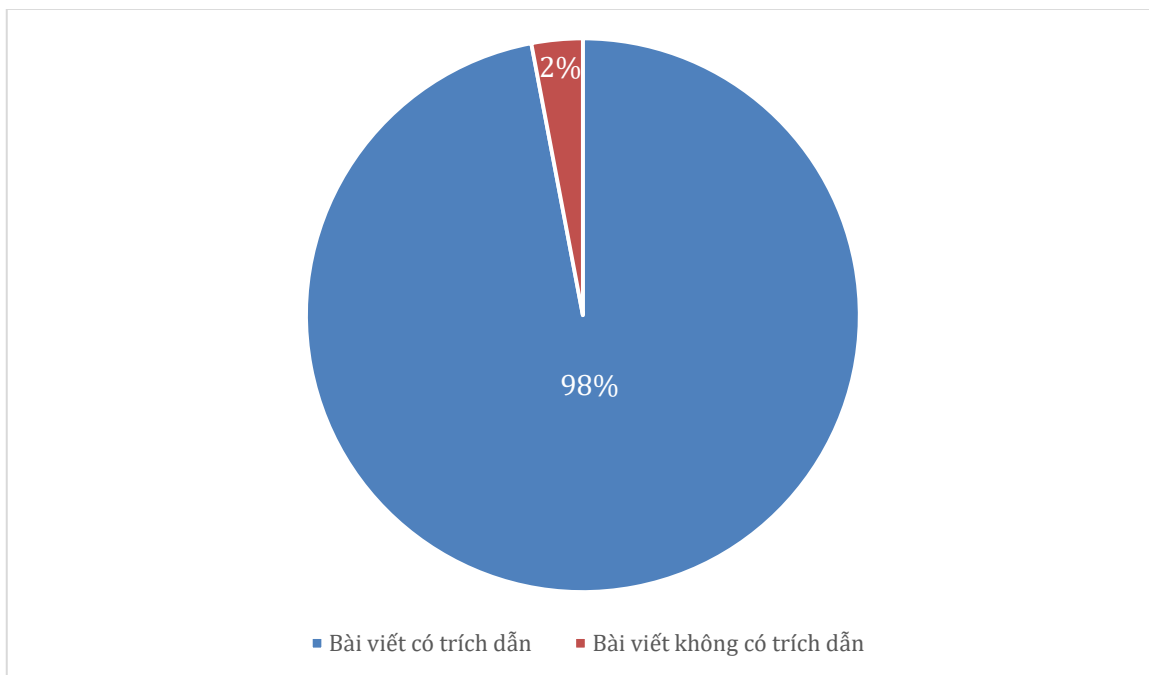


**Biểu đồ 3.4. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ sử dụng hình ảnh trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia**

Như vậy, có thể thấy, số lượng bài viết sử dụng ảnh minh họa (từ một ảnh đến nhiều ảnh) rất lớn, chiếm 96%. Chỉ có 4% tin, chủ yếu là tin, bài trên báo giấy, do dung lượng đăng tải có hạn, đã không sử dụng ảnh minh họa.

Chủ đề của ảnh khá đa dạng: ảnh minh họa về rượu, bia; ảnh các vụ tai nạn giao thông; ảnh các bộ phận cơ thể bị ảnh hưởng do rượu, bia; ảnh thực tế cuộc sống; ảnh các hoạt động, sự kiện diễn ra liên quan đến chủ đề; ảnh nhân vật liên quan đến bài viết v.v... Đặc biệt, có nhiều bài viết là các chùm ảnh, phóng sự ảnh về tác hại của rượu, bia và các đợt ra quân của lực lượng chức năng xử phạt người tham gia giao thông có nồng độ cồn trong máu.

Đáng chú ý, các tác phẩm báo chí về vấn đề tác hại của rượu, bia rất chú trọng tính thuyết phục cho độc giả bằng số liệu cụ thể và các trích dẫn của các nhân vật liên quan. Khảo sát các tác phẩm báo chí về tác hại của rượu, bia cho thấy: Có 2.041 tin, bài viết (tương đương 98%) sử dụng, trích dẫn số liệu nhằm mục đích cung cấp thông tin, phân tích thực trạng tình hình hoặc chứng minh cho luận điểm.



**Biểu đồ 3.5. Biểu đồ thể hiện tỷ lệ tác phẩm có sử dụng trích dẫn trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia**

Nguồn số liệu trong bài được trích dẫn rất phong phú, gồm: Thông tin từ phía các cơ quan soạn thảo dự án Luật; Thông tin từ phía Quốc hội; Báo cáo của nghiên cứu khảo sát; Số liệu của báo chí; Số liệu do người dân, bạn đọc cung cấp... Qua đó có thể thấy, số liệu là một phần nội dung rất quan trọng trong các bài viết về vấn đề tác hại của rượu, bia. Số liệu của bài viết được sắp xếp trong tất cả vị trí của bài báo, nhằm các mục đích khác nhau. Số liệu góp phần tạo nên độ tin cậy và sức nặng thông tin cho bài viết.

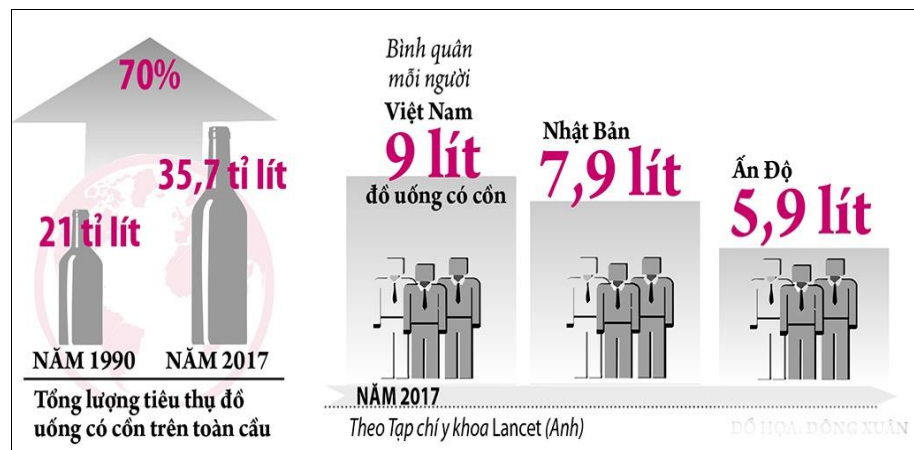
+. Hình ảnh động: Hình ảnh động trên báo mạng điện tử thường được thể hiện qua hai hình thức là slideshow (trình diễn ảnh) và animation. Hình ảnh động không xuất hiện trên báo in do đặc tính của báo in. Hình ảnh động trên báo điện tử cũng không xuất hiện quá nhiều do các Tòa soạn phải tính toán cân đối giữ dung lượng một bức ảnh động hoặc một chùm ảnh động có làm ảnh hưởng tới tốc độ truy cập của trang báo hay không, có làm rối mắt công chúng khi ảnh động xuất hiện quá nhiều trên trang báo hay không... Do đó, tùy theo thiết kế của từng tờ báo điện tử mà các slide ảnh có tốc độ chuyển ảnh, giao diện trình diễn khác nhau. Đi kèm mỗi hình ảnh trong hình thức này thường có thêm phần chú thích ảnh để làm rõ hơn nội

dung hoặc để tạo sự liên kết trong các bức ảnh được trình diễn. Ảnh động trên báo điện tử góp phần làm tăng sức hấp dẫn rất nhiều cho các bài báo.

+ **Đồ họa:** Đồ họa xuất hiện trên cả báo in và báo điện tử. Trước kia, báo chí ít sử dụng đồ họa do nguồn cung các sản phẩm đồ họa không nhiều cho báo chí. Sau này, cùng với hình ảnh, đồ họa xuất hiện ngày càng nhiều trên báo mạng điện tử và trở thành một trào lưu sản xuất tin bài theo hình thức đồ họa trên báo chí trong những năm gần đây. Đồ họa là những hình ảnh được vẽ, thiết kế bằng các chương trình, phần mềm đồ họa ứng dụng trên máy vi tính để mô tả, minh họa cho những chi tiết, ý tưởng của tác giả. Nếu xuất hiện trên báo in, mức độ sinh động của đồ họa giảm đi rất nhiều nhưng sẽ vẫn là một phần quan trọng của tác phẩm báo chí. Dù trong bài có thể đã đưa ra các số liệu cụ thể, song việc sử dụng đồ họa sẽ giúp cho độc giả cảm thấy được sự biến thiên của các số liệu và dễ dàng hình dung vấn đề mà tác giả bài viết đưa ra. Với cách biểu thị này, độc giả dễ dàng tiếp nhận các thông tin mà tác giả muốn chuyển tải. Đồ thị cũng là một trong các hình thức thông tin phi văn tự được sử dụng khá nhiều trên báo điện tử khi thông tin về tác hại của rượu bia. Biểu đồ cũng được sử dụng ngày càng nhiều trên báo điện tử.

Mục đích chủ yếu của việc sử dụng bảng là để thể hiện một cách toàn diện nhưng dễ hiểu các thông tin bằng số liệu. Không phải diễn đạt nhiều, chỉ cần một bảng thống kê, các con số sẽ hiện lên trước mắt người đọc một cách chi tiết và còn giúp họ có thể so sánh các thông số qua nhiều thời kỳ khác nhau.

**Hình 3.1. Biểu đồ về lượng tiêu thụ bia của người Việt trong bài viết trên báo Vnexpress.net (Nguồn: Vnexpress.net)**



Qua các bài viết được khảo sát có thể thấy, ảnh giúp cho các khối chữ, các đoạn văn trong một tác phẩm báo chí không còn nhàm chán, đơn điệu. Ảnh giúp độc giả dễ chịu hơn khi tiếp nhận các thông tin từ một bài báo. Số lượng ảnh sử dụng minh họa phù hợp cho 1 bài viết khoảng từ 3-5 ảnh, còn tùy thuộc vào nội dung phản ánh. Báo điện tử lợi thế hơn các loại hình khác là có thể đăng nhiều ảnh minh họa mà không bị hạn chế về số trang.

**Hình 3.2. Hình minh họa về tác hại của rượu bia dùng trong bài viết trên Suckhoedoisong.vn (Nguồn: Suckhoedoisong.vn)**



NCS đã lập bảng thống kê về các loại hình ảnh minh họa của 2.082 bài khảo sát trên các báo ở 3 dạng Ảnh động, Ảnh tĩnh và Đồ họa. Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn các bài viết sử dụng ảnh tĩnh để minh họa cho nội dung bài viết, một số bài sử dụng đồ họa. Một số bài viết sử dụng ảnh động, video clip, nhưng không nhiều trên một số báo điện tử. Có 95% bài viết sử dụng ảnh là ảnh tĩnh trên cả 06 báo, 2% bài viết sử dụng đồ họa, biểu đồ; 3% bài sử dụng ảnh động, video minh họa cho bài viết. Số, tin bài không có ảnh chỉ khoảng 4%, tập trung ở báo in. Tin bài có 1 – 2 ảnh trở lên chiếm tỷ lệ nhiều nhất. Ngoài ra, còn có các phóng sự ảnh.

Bài báo sử dụng ảnh	Tổng số	Tỷ lệ %
Tin, bài không có ảnh	83	4
Tin, bài có 01 ảnh	542	26
Tin, bài có từ 02 ảnh trở lên	1395	67
Tin ảnh; phóng sự ảnh	62	3
Tổng	2082	100

**Biểu đồ 3.6. Tỷ lệ tác phẩm sử dụng ảnh minh họa tĩnh, ảnh động, đồ họa trong diện khảo sát**

Trong 2.082 bài khảo sát, ở những bài có dùng ảnh, có tới 34% bài dùng ảnh là ảnh nhân vật, sự kiện; 42% bài dùng ảnh là ảnh minh họa các hình liên quan đến rượu, bia, tai nạn giao thông; 20% bài dùng ảnh nhưng không rõ ý tưởng và 4% ảnh hầu như không liên quan đến nội dung bài viết.



**Biểu đồ 3.7. Tỷ lệ ý nghĩa ảnh minh họa trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát**

+. Âm thanh (Audio): Âm thanh ở đây là một trong các yếu tố đa phương tiện trên báo điện tử, có tác dụng tạo nên sự gần gũi hơn giữa người tiếp nhận thông tin với nguồn cung cấp thông tin. Thông thường, công chúng có cảm giác tin cậy hơn khi tiếp nhận thông tin từ các tập tin âm thanh. Âm thanh trên báo điện tử bao gồm: tiếng động, âm nhạc bài đọc, các chương trình phát thanh dành riêng cho web... Theo kết quả khảo sát 2.082 bài viết trên các báo điện tử, phiên bản điện tử thì có rất nhiều bài viết có cả phần Âm thanh đính kèm. Âm thanh thành đến từ nhiều nguồn như: Âm thanh từ phần AI tự động đọc bài viết; Âm thanh từ các clip gắn kèm với bài, chủ yếu trên Vnexpress; Vietnamet.vn. Phần lớn các báo điện tử đều bật chế độ để AI (người máy) đọc bài khi bài viết được xuất bản.

+. Video: Video sử dụng trên báo điện tử bao gồm các hình thức: video minh họa cho bài viết; video dành riêng cho web, các chương trình video phát lại từ các đài truyền hình, các chương trình video theo yêu cầu. Theo kết quả khảo sát lượng bài có sử dụng video nhiều nhất nằm trên báo Vnexpress với 137 bài; tiếp theo là Vietnamnet.vn với 82 bài. Đáng chú ý, do đặc tính đa phương tiện, Video chỉ xuất hiện trên các báo điện tử.

Như vậy, qua nghiên cứu về hình thức chuyên tải thông điệp trên báo chí về tác hại của rượu bia có thể thấy, báo điện tử có ưu việt nổi trội khi truyền thông về một vấn đề đang được xã hội quan tâm. Không chỉ không giới hạn về dung lượng, báo điện tử còn giúp cho độc giả dễ dàng truy cập vấn đề, tiếp cận thông tin một cách có hệ thống, đồng thời có thể bày tỏ quan điểm, chính kiến của mình. Báo điện tử là “nhà vô địch” về tần suất và tốc độ truyền tin. Không cần phải chờ đến giờ ra báo, phát sóng, bất cứ khi nào có thông tin mới là báo điện tử có thể xuất bản tin bài (tính phi định kỳ). Vì vậy, thông tin trên báo điện tử liên tục được cập nhật. Nhờ khả năng lấp khoảng trống về không gian và thời gian mà báo điện tử nhanh chóng trở thành một công cụ tuyên truyền hữu hiệu.

Tuy vậy, bên cạnh những ưu điểm này, báo điện tử cũng có những hạn chế nhất định như độ chính xác, độ an toàn của thông tin không cao như báo giấy. Thông tin được báo điện tử đưa rất nhanh nên nhiều khi vẫn còn những lỗi về tính chính xác. Nhiều độc giả cũng cho rằng vì báo điện tử đưa rất nhiều thông tin nên nhiều khi người đọc bị nhiễu, không xác định được đâu là thông tin trọng tâm, đâu là thông tin đáng tin cậy cho mình. Bên cạnh đó, cũng có tình trạng một số báo điện tử đưa tin vụn vặt, câu khách... làm giảm lòng tin của độc giả.

+. Tính tương tác - một đặc điểm nổi bật trong các bài viết về tác hại của rượu, bia.

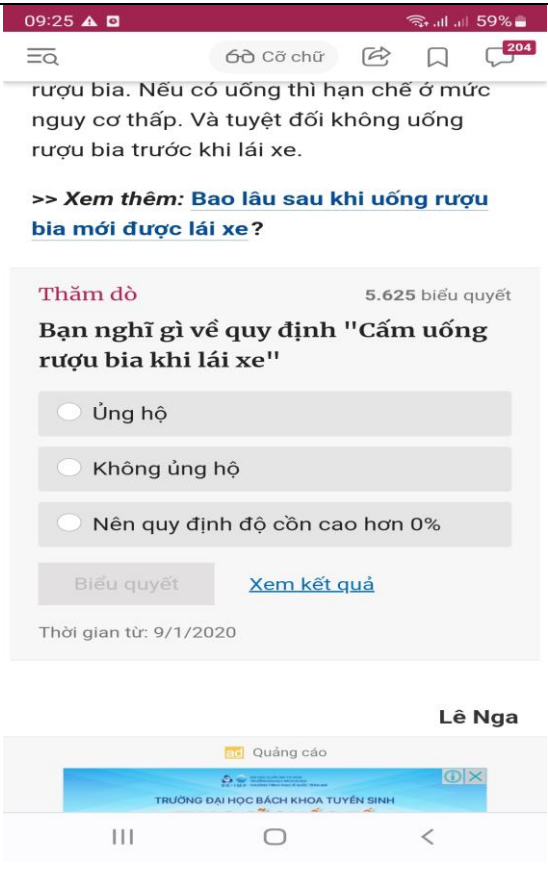
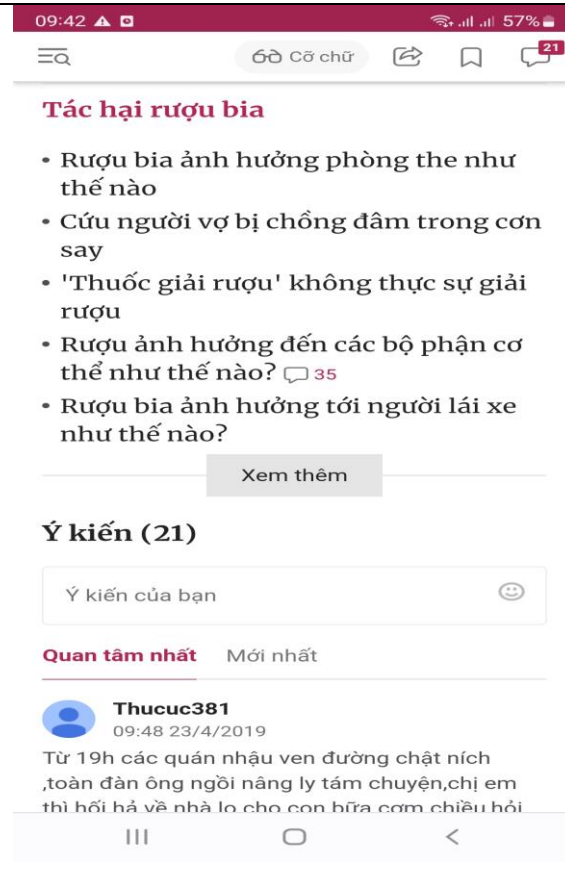
Như trên chúng ta đã nhắc đến tính tương tác của các bài viết trên báo điện tử khảo sát. Đây là một đặc quyền của loại hình báo này. Tất cả các bài viết khảo sát đều có mục ý kiến bình luận dành cho độc giả bên dưới bài viết. Tại những thời điểm quan trọng trong quá trình xây dựng dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, số lượng phản hồi của công chúng đối với các nội dung thảo luận trên mọi diễn đàn là rất lớn. Nhiều báo điện tử đã mở các diễn đàn để độc giả trao đổi, bình luận thông tin; tổ chức các bài viết, các tuyển bài viết từ chính các ý kiến phản hồi của độc giả. Bình luận (comment) của độc giả là bằng chứng rõ ràng nhất cho thấy sự quan tâm của độc giả đến vấn đề mà nhà báo đưa ra. Đây cũng là 1 dạng phản biện trực tiếp, nhanh chóng của độc giả đối với bài viết.

Do dễ thực hiện và dễ tiếp nhận, bình luận là một công cụ hữu ích trên báo điện tử. Từ những ý kiến bình luận của người đọc mà tòa soạn sẽ nắm bắt được



nhanh “đur luận” về bài viết, đôi khi đó còn là ý kiến bổ sung cho bài viết. Công chúng không chỉ thể hiện quan điểm của mình qua bình luận, phản hồi, mà đôi khi, đây còn là cách để công chúng gửi gắm tâm tư, tình cảm của mình đối với một chính sách hoặc đối với chính tờ báo đó. Đây chính là một kênh tương tác hữu hiệu giữa các tòa soạn điện tử với người đọc.

**Hình 3.3. Một số cách thức tương tác với độc giả trên Vnexpress.net về vấn đề tác hại của rượu bia (Nguồn: Vnexpress.net)**

	
<p>Tương tác với độc giả qua hình thức Thăm dò</p>	<p>Tương tác với độc giả qua hình thức đăng ý kiến phản hồi</p>

Như vậy, có thể thấy, ưu điểm nổi trội của báo điện tử là khả năng tương tác giữa Tòa soạn và công chúng; giữa công chúng với công chúng và giữa công chúng với các cơ quan ban hành chính sách. Trước khi báo điện tử ra đời, tính tương tác trong hoạt động báo chí đơn giản là sự tác động qua lại giữa cơ quan báo chí, nhà báo với người tiếp nhận thông tin. Nhưng sự xuất hiện của báo điện tử đã làm cho

tương tác trong hoạt động báo chí được mở rộng, có nhiều hình thức hơn và giảm đi những hạn chế của các hình thức tương tác cũ.

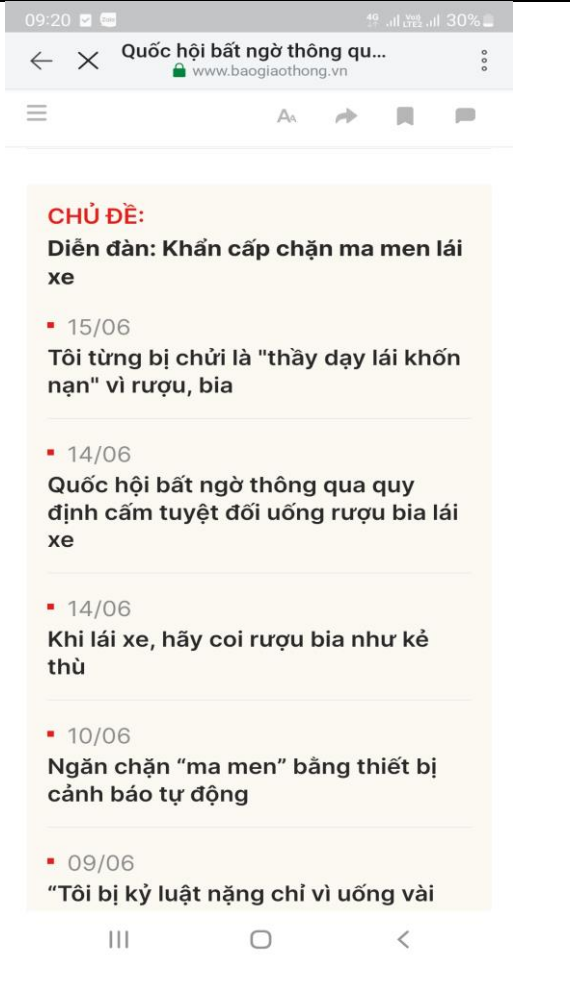

+. Các siêu liên kết (hyperlinks) tổ chức thông tin thành từng lớp, tạo mối quan hệ giữa thông tin mới nhất với các thông tin tham chiếu bổ sung trong cùng một chủ đề. Chẳng hạn, ở trang chủ từ tít và tít dẫn, siêu liên kết sẽ dẫn người đọc đến nội dung chính, từ nội dung chính này lại dẫn người đọc đến các nội dung khác có liên quan trong bài báo, cụ thể, người đọc đi vào hành lang vô tận. Siêu liên kết có mặt ở mọi trang báo giúp các trang mạng điện tử không tồn tại độc lập, riêng lẻ mà gắn kết với nhau thành kho tư liệu khổng lồ. Người đọc có thể thu nhận lượng thông tin phong phú, đa dạng, sâu sắc về mọi vấn đề. Các siêu liên kết không chỉ dẫn người đọc từ văn bản này đến các văn bản khác mà còn nối kết các hình ảnh, âm thanh, đồ họa hay đoạn clip với nhau. Trên một tờ báo điện tử, càng nhiều siêu liên kết càng tăng sự lựa chọn, định vị nội dung thông tin cho người đọc.

Có thể thấy, tương tác tùy biến là tính thông minh của các công cụ cá nhân (hộp thư điện tử) cho phép báo điện tử thích ứng để tiếp đón công chúng, nhận sự phản hồi về tin bài, về tác giả bài báo, về hình thức bào báo... và nhanh chóng trả lời họ. Cũng như các loại hình báo chí khác, mối liên hệ giữa tòa soạn và bạn đọc hết sức quan trọng đối với báo điện tử. Bên cạnh những phản hồi, thắc mắc, còn có nhiều đóng góp mang tính chất xây dựng nhằm nâng cao chất lượng nội dung và hình thức của tờ báo. Qua đó, tòa soạn không chỉ hiểu được tâm tư, tình cảm của bạn đọc mà còn thu thập và phân loại được đối tượng độc giả của mình. Nhưng thông tin trên thường được đăng trong các mục như: “Bạn đọc viết”, “ý kiến bạn đọc”, “hộp thư bạn đọc”...

Bất cứ tờ báo điện tử nào cũng có mục “Liên hệ tòa soạn”, trong đó có những thông tin và địa chỉ e-mail của tòa soạn, bạn đọc chỉ cần điện nội dung góp ý vào là gửi được cho tòa soạn... Nếu ý kiến nào được sử dụng, tòa soạn sẽ gửi thư riêng cho độc giả đó, quá trình chọn lọc và xử lý thông tin từ thư bạn đọc có thể được tiến hành và xử lý nhanh chóng nhờ sự hỗ trợ của công nghệ cao. Đây là công việc rất quan trọng bởi qua đó công chúng cảm nhận được sự coi trọng khi đến với báo điện tử.

+ Về khả năng lưu giữ thông tin theo chủ đề: Có một điểm đặc biệt trên các báo điện tử có lượng truy cập lớn ở Việt Nam là các Tòa soạn này rất nhanh nhạy trong việc nắm bắt nhu cầu thông tin của độc giả, từ đó thiết lập các tuyến tin bài, các dòng chủ đề và lưu trữ thông tin theo chủ đề để đáp ứng nhu cầu của công chúng. Không chỉ phân tích nhu cầu thông tin của độc giả theo chủ đề, một báo điện tử có thể đo, đếm được lượng độc giả quan tâm theo từng khung giờ trong ngày, từ đó, cung cấp thông tin theo nhu cầu của công chúng một cách sát sao nhất. Việc lưu trữ thông tin theo chủ đề trên các báo điện tử giúp công chúng có cách nhìn hệ thống về lịch sử của một vấn đề và dễ dàng lật lại các thông tin đã được đăng tải trước đó.

**Hình 3.4. Một ví dụ về khả năng lưu giữ thông tin theo chủ đề trên các báo điện tử (Nguồn: Giao thông.vn)**

 <p>The screenshot shows a mobile browser interface with the address bar displaying 'Quốc hội bất ngờ thông qua quy định cấm tuyệt đối uống rượu bia lái xe'. Below the address bar, there is a list of articles under the heading 'CHỦ ĐỀ: Diễn đàn: Khẩn cấp chặn ma men lái xe'. The articles are dated from 09/06 to 15/06 and cover topics like 'Tôi từng bị chửi là "thầy dạy lái khốn nạn" vì rượu, bia', 'Quốc hội bất ngờ thông qua quy định cấm tuyệt đối uống rượu bia lái xe', 'Khi lái xe, hãy coi rượu bia như kẻ thù', 'Ngăn chặn "ma men" bằng thiết bị cảnh báo tự động', and '"Tôi bị kỷ luật nặng chỉ vì uống vài'.</p>	 <p>The screenshot shows the same mobile browser interface but with the 'GIAO THÔNG' logo and navigation elements. Below the main article, there is a section titled 'TIN LIÊN QUAN' (Related News) with three articles: 'PTT Trương Hòa Bình: Cả xã hội đều thấy sự nguy hiểm của ma men sau tay lái', 'Lập tổ liên quân đón lồng "ma men"', and 'Khi Quốc hội bác tăng mức phạt ma men lái xe'. There is also a 'Bình luận (0)' (Comments) section and a 'CÓ THỂ BẠN QUAN TÂM' (You may also like) section.</p>
<p>Lưu giữ thông tin theo chủ đề</p>	<p>Chỉ dẫn các thông tin liên quan</p>

+ Về khả năng gắn kết với truyền thông mạng xã hội, có thể nói, mạng xã hội là không gian mà tất cả các tờ báo đều phải gia nhập nếu muốn tồn tại và phát triển trong giai đoạn này. Xu hướng liên kết báo điện tử với các mạng xã hội cũng là xu thế. Các báo điện tử đều thiết kế để bài viết có thể gửi qua Messenger, Facebook,... để có thể tương tác, nhúng link kết nối, chia sẻ bài mình thích, theo sự quan tâm.

**Hình 3.5. Các chỉ dẫn để bài viết có thể gửi qua Messenger, Facebook, Zalo... cạnh bài viết về tác hại của rượu, bia trên Báo Công an nhân dân điện tử**



Theo số liệu thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông, tính tới tháng 9/2022, số lượng người dùng Internet ở Việt Nam là khoảng 70 triệu người, tăng 0,8% trong giai đoạn 2020 - 2021 (chiếm hơn 70% dân số). Số người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam là gần 76 triệu người, tăng gần 10 triệu người trong vòng 1 năm (tương đương 73,7% dân số). Với con số này, Việt Nam là quốc gia có lượng người dùng Internet cao thứ 12 trên toàn thế giới và đứng thứ 6 trong tổng số 35 quốc gia/vùng lãnh thổ khu vực châu Á. Người dùng Việt Nam dành trung bình tới gần 7 giờ mỗi ngày để tham gia các hoạt động liên quan tới Internet và tỉ lệ người dùng Internet ở Việt Nam sử dụng Internet hàng ngày lên tới 94%.

Trong những năm gần đây, mạng xã hội đã trở nên phổ biến vào cuộc sống hàng ngày của hầu hết người Việt Nam cùng với tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh và internet ngày càng tăng của Việt Nam. Nhờ có dân số trẻ, hiểu biết về kỹ thuật số và có tính kết nối cao, Việt Nam đã nằm trong số các quốc gia có số lượng người dùng mạng xã hội cao nhất trên toàn thế giới. Điều này cho ta thấy mạng xã hội là một nền tảng cần thiết cho mọi con người trong mọi thời đại. Và tiền đề để tạo ra một xu hướng phát triển báo điện tử mới - liên kết với mạng xã hội. Biết tận dụng mạng xã hội vào việc quảng bá tên tuổi, báo điện tử sẽ giúp kéo lại lượng người truy cập mất đi qua trang chủ thậm chí tăng lượng truy cập lên một con số cao bất ngờ. Mạng xã hội vẫn tiếp tục là cuộc chơi mà tất cả các tờ báo đều phải gia nhập nếu muốn tồn tại và phát triển trong giai đoạn này, trong đó có việc truyền thông về tác hại của rượu, bia.

Có thể thấy, trong bối cảnh báo chí đang phải cộng sinh cùng mạng xã hội, để công chúng không xa lánh báo chí truyền thống và xích gần hơn với mạng xã hội, công cuộc khai thác tối ưu và đưa mạng xã hội vào quả là một điểm tựa hữu ích. Đặc biệt là, đa số các bài viết về tác hại của rượu, bia tuân thủ tính khách quan của thông tin. Ngoại trừ một số ít bài bình luận, hầu hết các bài viết về nội dung này thể hiện tính trung lập của nhà báo đối với 1 loại quan điểm trong 1 bài viết.

Và trên thực tế, sau thời điểm Quốc hội bấm nút không thông qua một số quy định tại dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, một phần vì sức ép của báo chí, một phần vì sức ép của dư luận trên mạng xã hội, Quốc hội đã phải giải thích và quyết lại vấn đề này.

### **3.5. Thành công, hạn chế của báo chí viết về tác hại của rượu, bia**

#### **3.5.1. Thành công**

Góp phần thay đổi nhận thức và thói quen của công chúng về tác hại của rượu bia được xem là một thành công của báo chí trong truyền thông chính sách. Điều này thể hiện cụ thể như sau:

Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia được Quốc hội thông qua ngày 14/6/2019 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2020 có những quy định tác động mạnh tới đông đảo người dân như: Đã uống rượu, bia thì không được lái xe; Phải dán thông

báo không bán rượu, bia cho người dưới 18 tuổi; Không mở mới điểm bán rượu, bia gần trường học, bệnh viện; Thành viên gia đình được hướng dẫn kỹ năng từ chối uống rượu, bia; Không quảng cáo rượu, bia dưới 5,5 độ trong khung giờ “vàng”... Trong các quy định đó, quy định về việc đã uống rượu bia thì không lái xe có tác động mạnh nhất là cũng được quan tâm nhiều nhất do có hiệu lực đồng thời với Nghị định 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ, đường sắt.

Nghị định 100/2019/NĐ-CP thay thế Nghị định 46/2016/NĐ-CP có hiệu lực từ 1/1/2020, quy định mức xử phạt cao hơn nhiều đối với nhiều vi phạm giao thông. Đáng chú ý, Nghị định mới tăng mức xử phạt tối đa đối với các hành vi vi phạm quy định về nồng độ cồn. Cụ thể, đối với người điều khiển xe ô tô vi phạm nồng độ cồn ở mức cao nhất, phạt tiền từ 30 - 40 triệu đồng, tước quyền sử dụng giấy phép lái xe từ 22 - 24 tháng đối với người điều khiển phương tiện có nồng độ cồn vượt quá 80 miligam/100 mililit máu hoặc vượt quá 0,4 miligam/1 lít khí thở. Nghị định 46/2016/NĐ-CP quy định xử phạt từ 16 - 18 triệu đồng và tước giấy phép lái xe 4 - 6 tháng. Một điểm mới nữa được quy định trong Nghị định 100/2019/NĐ-CP là đi xe đạp uống rượu, bia cũng bị xử phạt. Theo đó, điều khiển xe trên đường mà trong máu hoặc hơi thở có nồng độ cồn vượt quá 80 miligam/100 mililit máu hoặc vượt quá 0,4 miligam/1 lít khí thở sẽ bị phạt từ 6 - 8 triệu đồng, tước quyền sử dụng giấy phép lái xe từ 22 - 24 tháng đối với người điều khiển xe mô tô. Người điều khiển xe đạp, xe thô sơ vi phạm như trên sẽ bị phạt từ 400 - 600 ngàn đồng. Bên cạnh đó, Nghị định mới cũng sửa đổi quy định về xử phạt trong trường hợp hành vi vi phạm được phát hiện thông qua sử dụng phương tiện, thiết bị kỹ thuật nghiệp vụ. Theo đó, chủ phương tiện có trách nhiệm hợp tác với lực lượng chức năng khi phương tiện có liên quan đến hành vi vi phạm, nếu không hợp tác, không chứng minh hoặc giải trình được mình không phải là người đã điều khiển phương tiện thực hiện hành vi vi phạm thì bị xử phạt theo quy định đối với hành vi vi phạm được phát hiện.

Thực hiện Nghị định số 100, lực lượng cảnh sát giao thông đã ra quân quyết liệt, tạo sự tác động, làm thay đổi ý thức của người tham gia giao thông. Có thời điểm, trung bình mỗi ngày lực lượng Cảnh sát giao thông trên toàn quốc xử lý tới

500 trường hợp vi phạm về nồng độ. So với những năm trước, kết quả tăng không cao, nhưng ý thức người dân có sự chuyển biến do mức xử phạt tăng cao và diện mở rộng. Ví dụ, trước đây điều khiển mô tô còn có thể có lượng cồn tối thiểu dưới 0,25 miligam/l khí thở, nhưng giờ đây đã điều khiển phương tiện là không được sử dụng rượu, bia.

Phát biểu kết luận Hội nghị trực tuyến tổng kết công tác đảm bảo ATGT 5 năm (2016 - 2020) với các địa phương được Ủy ban ATGT Quốc gia tổ chức ngày 9/12/2020, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban ATGT Quốc gia khi đó là ông Trương Hòa Bình đã đánh giá Nghị định 100/2019 là điểm sáng trong nhiệm kỳ qua của Chính phủ. Các số liệu của Ủy ban An toàn giao thông quốc gia cũng cho biết, so sánh giai đoạn 2016 - 2020 và 5 năm trước số vụ tai nạn giao thông (TNGT) giảm hơn 42%, số người chết giảm hơn 19% và số người bị thương giảm gần 54%. Đặc biệt năm 2020, TNGT đã giảm sâu nhất trong vòng 10 năm qua số vụ giảm trên 18%, số người bị thương giảm gần 20% và lần đầu tiên số người chết do TNGT giảm xuống dưới 7.000 người. Các cơ quan chức năng nhận định, có được kết quả này, bên cạnh sự chỉ đạo quyết liệt và sự vào cuộc của hệ thống chính trị thì việc hoàn thiện thể chế ATGT có vai trò quan trọng, đặc biệt là việc ban hành và thực thi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100.

Việc các cơ quan báo chí đồng loạt vào cuộc tuyên truyền về tác hại của rượu bia; các lực lượng chức năng ra quân xử lý vi phạm với mức phạt nặng người có nồng độ cồn khi tham gia giao thông đã tạo chuyển biến rõ nét trong đảm bảo ATGT. Báo cáo chính thức của Chính phủ cũng cho biết, Nghị định 100 cũng ảnh hưởng một phần đến sản xuất, kinh doanh mặt hàng này nhưng các cơ sở sản xuất rượu bia cũng ủng hộ. Điều đó cho thấy sự đồng thuận cao trong xã hội. Theo Phó Thủ tướng Chính phủ Trương Hoà Bình: "Việc triển khai nghị định 100 là điểm sáng trong nhiệm kỳ này của Chính phủ. Nhiều người ví Nghị định 100 cũng hiệu quả như nghị định cấm đốt pháo trước đây, được sự đồng thuận ủng hộ trong nhân dân". Như vậy, có thể khẳng định, qua 3 năm triển khai thực hiện, báo chí đã góp phần đưa Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ đi vào cuộc sống, tạo thành hành lang pháp lý chặt chẽ với chế tài xử

phạt nghiêm minh, có tính răn đe, bước đầu thu được hiệu quả trong công tác đảm bảo an ninh trật tự và an toàn giao thông.

### **3.5.2. Hạn chế**

Từ thực tế khảo sát hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu bia cho thấy, còn nhiều hạn chế cần khắc phục trong nghiệp vụ truyền thông chính sách nói chung và truyền thông về tác hại của rượu bia nói riêng. Có thể thấy, thời gian đầu, báo chí hầu như không chủ động hay có chính kiến riêng về vấn đề tác hại của rượu bia mà chỉ đưa tin, phản ánh thuần túy theo các sự kiện diễn ra.

Mặc dù báo chí là kênh thông tin đồng hành cùng các cơ quan chức năng cũng như công chúng nhưng báo chí cũng không phải là kênh thông tin chủ lực tạo nên những tranh cãi nhiều chiều về vấn đề tác hại của rượu bia, không tạo được sức ép với các cơ quan chức năng phải thay đổi nhận thức và hành động trước lựa chọn có ban hành hay không ban hành một chính sách mới về kiểm chế tác hại của rượu bia. Một tác nhân rất quan trọng có thể làm thay đổi hẳn hành vi của người điều khiển phương tiện giao thông là các mức phạt nặng đối với người có nồng độ cồn khi tham gia giao thông thì đã được chứng minh không phải là một giải pháp bền vững. Cụ thể, chỉ sau 2 năm triển khai thực hiện, tháng 10/2021, Bộ Giao thông vận tải đã đề nghị Chính phủ sửa đổi Nghị định 100 với nhiều hành vi vi phạm bị tăng mức phạt lên gấp đôi. Nhiều chuyên gia lên tiếng cho rằng các mức phạt ở Việt Nam hiện nay đang thiên về phạt tiền, và mức phạt luôn tăng theo thời gian, mỗi lần muốn tăng là sửa luật, nghị định. Phạt tiền cao ngoài nguy cơ có thể dẫn đến tiêu cực cho lực lượng thi hành công vụ trên đường, còn khiến cho người tham gia giao thông có tâm lý cứ vi phạm là có thể dùng tiền xử lý.

Một hạn chế nữa cũng phải kể tới là tính “phong trào” trong hoạt động truyền thông chính sách của các cơ quan báo chí. Mặc dù báo chí không thể liên tục dành dung lượng để thông tin về tác hại của rượu bia nhưng việc báo chí bỏ băng đề tài này sau 1 tháng, 1 năm triển khai Luật vào cuộc sống sẽ làm giảm hiệu quả của hoạt động truyền thông.

Trong khi báo chí đã giảm tải dung lượng truyền thông về tác hại của rượu bia thì có 1 thách thức đặt ra là tính sẵn có, dễ tiếp cận của các sản phẩm rượu bia,



thói quen tiêu dùng, tỷ lệ người dùng rượu bia ở nước ta vẫn rất cao, trong khi nguồn lực cho công tác thanh, kiểm tra còn thiếu... So với thế giới, Việt Nam đi sau nhiều năm trong việc kiểm soát tình trạng rượu, bia. Tỷ lệ người dân sử dụng rượu bia ở Việt Nam còn ở mức độ rất cao. Khi đã thành thói quen lâu đời, muốn thay đổi hành vi sử dụng rượu, bia rất khó. Vì thế, những biện pháp để có thể triển khai luật hiệu quả là chúng ta phải truyền thông mạnh mẽ để người dân hiểu được, thay đổi hành vi. Nếu báo chí không kiên trì và có lộ trình cụ thể cho việc truyền thông về vấn đề này thì có thể vẫn có thể góp phần thay đổi nhận thức của người dân nhưng khó có thể làm thay đổi hành vi của người dân đối với rượu bia.

### **3.5.3. Nguyên nhân của thành công, hạn chế**

Đề cập đến tác hại của rượu, bia vốn là một đề tài khó đề cập do việc sử dụng rượu, bia đã quá phổ biến trong xã hội Việt Nam. Việc hạn chế hay cấm sử dụng rượu, bia cũng là một vấn đề rất khó do Nhà nước chưa có nhiều biện pháp quản lý chặt khâu sản xuất, tiêu thụ rượu. Do đó, nếu báo chí chỉ mặc định rượu, bia là có hại sẽ dễ dẫn đến tâm lý công chúng không tin tưởng vào những thông tin do báo chí phản ánh, cho rằng đó là những thông tin giáo điều, xa rời thực tế. Nhưng nếu báo chí không tiết chế việc thông tin về tác hại của rượu, bia thì lại rất dễ trở thành công cụ để quảng bá cho rượu, bia hoặc ủng hộ việc sử dụng rượu, bia.

Bên cạnh đó, do bối cảnh kinh tế báo chí khó khăn, rất khó để nghiêm cấm hoàn toàn các cơ quan báo chí không nhận kinh phí từ các nhà sản xuất, tiêu thụ rượu bia để thông tin ít nhiều có lợi cho quan điểm của họ. Hoặc do nhận thức hoặc do chủ đích của một bộ phận phóng viên mà đôi khi những bài báo cũng không hoàn toàn khách quan khi đưa tin về tác hại của rượu, bia.

Ở nhiều thời điểm, sự quan tâm của công chúng đối với các quy định về phòng, chống tác hại của rượu, bia lại bị đẩy lên quá mức ( như các cao điểm Quốc hội thảo luận Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; các cao điểm lực lượng Cảnh sát giao thông ra quân xử phạt theo Nghị định 100...), lúc này, báo chí lại dễ chạy theo dư luận và không cân bằng được tính định hướng hoặc thông tin có định hướng về các chính sách liên quan tới phòng, chống tác hại của rượu, bia.

Như vậy, cả hiện thực cuộc sống, môi trường pháp lý, ý thức và trình độ của phóng viên, quan điểm của tòa soạn, nhu cầu của công chúng đều có thể là các yếu tố tác động tới thành công hay hạn chế của báo chí khi thông tin về tác hại của rượu, bia.

### **3.6. Nhận thức của công chúng và ý kiến đánh giá**

Nhận thức của công chúng về tác hại của rượu bia rõ ràng đã có thay đổi đáng kể từ khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 số 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt có hiệu lực (1/1/2020) thi hành.

#### **3.6.1. Báo chí là kênh thông tin quan trọng chuyển tải chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia**

Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 của Chính phủ đã tạo nên sự thay đổi căn bản trong nhận thức của công chúng về tác hại của rượu bia. Trong đó, một trong các kênh truyền quan trọng để công chúng nắm bắt thông tin về quá trình xây dựng, ban hành, thực thi các quy định của pháp luật về tác hại của rượu bia chính là báo chí. Theo kết quả khảo sát công chúng, 295 người dân trong số 465 người được hỏi cho biết đến thông tin về Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, trong đó 191 người nghe thông tin từ báo chí. Nhiều người cũng tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia qua kênh truyền miệng (người nhà nói lại, nghe kể chuyện...) và các kênh thông tin khác ngoài báo chí như mạng xã hội. Hầu hết người dân ở mọi tầng lớp, mọi lứa tuổi, vùng miền đều quan tâm tới các thông tin về tác hại của rượu, bia và đều biết sẽ bị xử phạt, xử phạt nặng nếu vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia. Có được hiệu quả này, một phần nhờ tác động tích cực từ các thông tin qua kênh báo chí:

#### **Bảng 3.4. Lý do công chúng quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại của rượu, bia**

Nguyên nhân	Do thường xuyên đọc được thông tin về tác hại của rượu, bia	Do ấn tượng với các thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí	Do buộc phải tìm hiểu thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí	Do báo chí cung cấp đầy đủ thông tin về tác hại của rượu bia hơn những nơi khác	Lý do khác
Số lượng (người)	120	138	57	141	9

Hầu hết người tham gia giao thông được hỏi đều trả lời có quan tâm tới thông tin về tác hại của rượu bia, chỉ một số rất ít người được hỏi trả lời không quan tâm hoặc cho rằng không cần quy định quá khắt khe về việc sử dụng rượu bia khi tham gia giao thông. Không ai trả lời “Chưa từng nghe, xem, đọc được thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí”. Nhiều người được hỏi cho biết “Bản thân và người thân chưa từng bị xử phạt vi phạm do sử dụng rượu, bia” nhưng đã nghe những người xung quanh hoặc chứng kiến bạn bè, người thân bị xử phạt do vi phạm các quy định về sử dụng rượu, bia khi tham gia giao thông với số tiền phạt rất lớn nên sợ. Chỉ có một vài người được hỏi cho biết “Rượu, bia không ảnh hưởng gì đến cuộc sống của bản thân, gia đình”.

Nhiều người được hỏi cho biết không sử dụng rượu bia khi tham gia giao thông vì sợ bị phạt nặng. Còn theo các cơ quan chức năng, việc người dân biết rằng, sử dụng rượu, bia khi tham gia giao thông sẽ bị phạt nặng chính là hiệu quả tuyên truyền của báo chí.

Trên thực tế mức độ xuất hiện các tin bài, hình ảnh về tác hại của rượu, bia ngày càng nhiều, hình thức đa dạng, phong phú; tác động trực tiếp đến nhận thức và hành vi của bạn đọc. Đặc biệt thông qua các vụ việc thực tế về tác hại của rượu bia (như tai nạn giao thông) góp phần vào công tác phòng ngừa. (*Phỏng vấn sâu, mã M7; Phỏng vấn nhóm, mã A1*)

Đặc biệt, độc giả thể hiện sự tin tưởng rất cao với các thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí cũng như các nhà báo. Công chúng đánh giá rất cao vai trò của cơ quan truyền thông, trong đó có cơ quan báo chí về tuyên truyền tác hại của rượu bia trước khi sửa luật và đã sửa luật có hiệu lực thì hành thì hầu như các cơ quan báo chí đều vào cuộc quyết liệt tuyên truyền đưa những thông tin về phòng chống tác hại của rượu bia, đưa những thông tin mà rượu bia mang đến hệ quả là tai nạn chết người do tai nạn giao thông, ảnh hưởng đến sức khỏe con người, gia đình mất hạnh phúc, rồi bạo lực gia đình vì cha mẹ ông bà con cái với nhau thì đây là những cái mà trong thời gian qua báo chí cũng đã tuyên truyền, vận động, thuyết phục và đưa những tin tức, những vấn đề mà nóng, những vấn đề mà quan trọng, trọng tâm của tác hại của rượu bia mà tác động tới việc tuyên truyền, nhận thức của

người dân trong đó có giới thanh thiếu niên, giới trẻ dễ hạn chế uống rượu bia để mà không gây ra những vi phạm đến mức hết sức cần thiết mà đáng lẽ là không đáng có (*Phòng vấn sâu, mã M4*)

**Bảng 3.5. Trả lời của độc giả khi được hỏi có từng nghi ngờ báo chí không thông tin khách quan về tác hại của rượu, bia hay không**

Có	Không	Không để ý
13/465	418/465	34/465

Có tới 89,9% công chúng được hỏi cho biết rất tin tưởng vào thông tin tiếp nhận từ báo chí, không nghi ngờ tính khách quan của báo chí khi thông tin về tác hại của rượu, bia.

Chỉ một số ít các nhà báo, nhà nghiên cứu báo chí có nhiều kênh tiếp cận thông tin có nghi ngờ tính khách quan của báo chí khi thông tin về tác hại của rượu bia khi cho rằng “*Nhóm báo chí/phóng viên này thì khách quan, nhóm khác thì không khách quan do thiếu vô tư. Đương nhiên là có lợi ích nhóm và có sự lồi cuồn những phóng viên thiếu bản lĩnh nghề nghiệp, “a dua” khiến cho thông tin pháp luật bị “méo mó”, thiếu trung thực nên tình hình bị nhiễu, ảnh hưởng nghiêm trọng đến triển khai luật pháp, chính sách và tình hình không giải quyết được.* (*Phòng vấn sâu, mã M2*)

**3.6.2. Nhận thức của công chúng về nội dung của Nghị định 100 và về tác hại của rượu bia**

Tròn 1 tháng kể từ khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 số 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt có hiệu lực (1/1/2020), thống kê của Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức cho biết, bình thường, mỗi ngày Bệnh viện Việt Đức cấp cứu khoảng 30 bệnh nhân, trong đó khoảng 50% là bệnh nhân tai nạn giao thông với các chấn thương từ nhẹ đến nặng như đa chấn thương, chấn thương ngực kín, chấn thương bụng kín, chấn thương sọ não, tuy nhiên, số bệnh nhân liên quan bia, rượu giảm mạnh, trong 5 ngày Tết năm 2020, chỉ có 21 trong số 304 bệnh nhân cấp cứu do tai nạn giao thông có nồng độ cồn trong máu, chiếm khoảng 7% số ca cấp cứu, đã giảm khoảng 3% so với cùng kỳ Tết năm 2019 và các năm trước. Bác sĩ

Đỗ Tất Thành, Bệnh viện Việt Đức nhận định Nghị định 100 đã giúp giảm thiểu các ca tai nạn giao thông. Về mặt chuyên môn, Bệnh viện Việt Đức cũng cho biết, bệnh nhân có nồng độ cồn khiến việc chẩn đoán và điều trị gặp khó khăn. Khi số bệnh nhân sử dụng rượu, bia giảm thì khối lượng công việc của bác sĩ giảm nhiều lần.

Số liệu thống kê của Cục Quản lý Khám chữa bệnh, Bộ Y tế cho biết: Số ca tai nạn giao thông giảm rõ rệt từ ngày 28 đến mùng 4 Tết Canh Tý (năm 2020). Tết năm Kỷ Hợi có 24.581 trường hợp tai nạn giao thông, còn Tết 2020 có 20.292 người bị tai nạn, giảm 17,4%. Còn theo thống kê của Ủy ban An toàn giao thông Quốc gia, từ ngày 1/1 tới 27/1 (một tháng cao điểm triển khai Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 ngay dịp Tết Nguyên đán 2020), có 640 vụ tai nạn giao thông, làm chết 470 người, bị thương 363 người, trung bình mỗi ngày có 17 người chết do tai nạn giao thông. Trong khi đó, cùng kỳ năm 2019 có khoảng 20 người chết mỗi ngày vì tai nạn giao thông. Tính trung bình trong dịp Tết Nguyên đán 2020, kể từ khi triển khai Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100, mỗi ngày đã giảm 3 người chết do tai nạn giao thông so với năm 2019. Như vậy, có thể thấy rõ hiệu quả và tác động trực tiếp tới xã hội khi Luật phòng, chống tác hại của rượu bia được áp dụng. Việc lạm dụng rượu bia, hành vi uống rượu bia giảm rất nhiều, tạo ra nét mới trong đời sống văn hóa ẩm thực của người Việt Nam.

Kết quả khảo sát cho thấy, điểm nổi bật của Nghị định số 100 so với các nghị định, quy định khác trước đây trong lĩnh vực trật tự an toàn giao thông là bổ sung, mô tả, làm rõ hơn các hành vi vi phạm, nâng cao mức phạt đối với các hành vi trực tiếp là nguyên nhân xảy ra các tai nạn giao thông. Thực tế có thể thấy, việc nâng mức xử phạt đã tạo sự răn đe, lời cảnh báo có sức nặng đối với người có ý định vi phạm pháp luật trong lĩnh vực an toàn giao thông. Thực hiện Nghị định số 100, lực lượng cảnh sát giao thông đã ra quân quyết liệt, tạo sự tác động, làm thay đổi ý thức của người tham gia giao thông. Số liệu thống kê của Cục Cảnh sát giao thông cho biết, có thời điểm, trung bình mỗi ngày có 500 trường hợp vi phạm về nồng độ cồn bị lực lượng cảnh sát giao thông phát hiện, xử lý. So với những năm trước, kết quả tăng không cao, nhưng ý thức người dân có sự chuyển biến do mức xử phạt tăng cao và diện mở rộng. Ví dụ, trước đây điều khiển mô tô còn có thể có lượng cồn tối

thiếu dưới 0,25 miligam/l khí thở, nhưng giờ đây đã điều khiển phương tiện là không được sử dụng rượu, bia. Tuy nhiên, bên cạnh mức xử phạt nặng, để Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia cũng như Nghị định số 100 tiếp tục phát huy hiệu quả và để trật tự an toàn giao thông được bảo đảm một cách bền vững thì điều cốt yếu là tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức, hiểu biết pháp luật về giao thông của các tầng lớp nhân dân. Khi người dân hiểu rằng đã uống rượu, bia thì không lái xe, từ đó hình thành một nét văn hóa mới trong sử dụng phương tiện giao thông. Nhiều người đã quay sang sử dụng phương tiện công cộng, taxi, xe ôm... sau khi sử dụng đồ uống có cồn (*Phòng vấn nhóm, Mã A3, Mã A6*).

Số liệu thống kê 7 tháng đầu năm 2020 cho thấy, lực lượng CSGT toàn quốc đã xử lý hơn 2 triệu trường hợp vi phạm trật tự an toàn giao thông, trong đó, đã xử lý 766 trường hợp vi phạm về sử dụng chất ma túy; 102.744 trường hợp vi phạm về nồng độ cồn. Đại tá Đỗ Thanh Bình, Phó Cục trưởng Cục Cảnh sát giao thông, Bộ Công an cho biết, với chế tài xử phạt rất nghiêm minh, hiệu lực của Nghị định 100 phát huy tác dụng ngay lập tức. Hiếm có luật, nghị định nào đi vào cuộc sống mà tạo ra hiệu ứng mạnh như Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và Nghị định 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ. Mức phạt cao đã khiến nhiều người phải nghiêm chỉnh chấp hành, thay đổi thói quen uống rượu, bia bất kể có tham gia giao thông hay không. Về phía người dân, nhiều người đã bày tỏ vui mừng khi hạn chế được tình trạng rượu, bia. Kể cả những người đàn ông hay tham gia các cuộc nhậu cũng rất ủng hộ vì bản thân cũng tránh được những cuộc nhậu không cần thiết, hạn chế được tình trạng ép nhau uống bia rượu, say xỉn.

Tại các địa phương, kết quả khảo sát cũng cho thấy, nhận thức của công chúng đã thay đổi rõ rệt ngay sau khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 số 100/2019/NĐ-CP của Chính phủ có hiệu lực thi hành. “*Trước khi Luật Phòng chống tác hại rượu bia được thông qua và có hiệu lực thi hành, tình trạng người điều khiển phương tiện vi phạm quy định về nồng độ cồn diễn ra rất phổ biến. Tuy nhiên, từ khi luật trên có hiệu lực, các ban, ngành và lực lượng chức năng, đặc biệt là lực lượng CSGT đã tăng cường xử lý nghiêm những hành vi vi phạm quy định về nồng độ cồn khi điều khiển phương tiện tham gia giao thông nên*

*tình trạng vi phạm hiện nay đã có xu hướng giảm đi đáng kể. Tuy nhiên, vi phạm vẫn thường xuyên diễn ra và có xu hướng diễn biến phức tạp, người vi phạm thường tìm cách trốn tránh sự kiểm tra của lực lượng chức năng, thậm chí nhiều trường hợp còn chống lại, không chấp hành sự kiểm tra nồng độ cồn của lực lượng chức năng (Phòng vấn sâu, mã M13).*

Hiệu quả ban đầu từ Luật Phòng chống tác hại của rượu bia và Nghị định 100 của Chính phủ đã được minh chứng cụ thể bằng chính ý thức tham gia giao thông của người dân và các số liệu liên quan đến tình hình TNGT trong thời gian qua. Và có một thực tế là, bên cạnh sự ủng hộ, đồng tình của đa số quần chúng nhân dân thì vẫn còn nhiều ý kiến trái chiều xung quanh việc áp dụng Luật và Nghị định vào thực tiễn cuộc sống. Tuy nhiên, điều chúng ta thấy rõ đó là thói quen sử dụng rượu bia thường xuyên của một bộ phận người dân sau rất nhiều năm giờ đã thay đổi hoàn toàn.

Mặc dù vậy, bên cạnh những tín hiệu đáng mừng, cho thấy sự chuyển biến trong ý thức người dân, vẫn còn đó nhiều nỗi lo về trật tự, ATGT. Theo thống kê của Cục CSGT, Bộ Công an, trong đợt cao điểm từ ngày 15 - 28/12/2020, lực lượng CSGT toàn quốc đã kiểm tra, xử lý 101.085 trường hợp vi phạm giao thông, trong đó có 8.301 trường hợp vi phạm nồng độ cồn các loại. Có thể thấy, mỗi dịp cao điểm Tết, nỗi lo về người điều khiển phương tiện giao thông có sử dụng rượu bia vẫn là nỗi ám ảnh trên nhiều cung đường từ thành thị đến nông thôn. Mới đây nhất, sau các đợt giãn cách xã hội do COVID -19, tình hình uống rượu bia có chiều hướng gia tăng, Bộ Công an phải chỉ đạo Cục CSGT và Công an các đơn vị, địa phương tăng cường xử lý vi phạm, lấy lại “thương hiệu Nghị định 100”. Công an các đơn vị, địa phương phải tiếp tục ra quân xử lý vi phạm nồng độ cồn. Trên các tuyến cao tốc, quốc lộ đến nội đô, đặc biệt là xung quanh các quán nhậu, lực lượng CSGT đều triển khai kế hoạch xử lý vi phạm.

Nhiều chuyên gia cho rằng, mức phạt đã đủ sức răn đe nhưng vẫn có hàng nghìn trường hợp vi phạm, đó là vấn đề về ý thức. Không ít người biết lái xe sau khi đã uống rượu, bia là phạm luật nhưng vẫn cố tình vi phạm, đó là vì chưa ý thức được nguy cơ mất ATGT đối với bản thân, cộng đồng và những hệ lụy cho chính

gia đình họ nếu chẳng may xảy ra TNGT. “Theo tôi thì phải nói rằng là vai trò của báo chí trong thời gian qua công tác tuyên truyền về tác hại của phòng chống tác hại của rượu bia là rất là tích cực, rất đáng trân trọng, không những là tuyên truyền về tác hại của rượu bia không mà tất cả các lĩnh vực khác thì tôi rất là trân trọng, tin tưởng về nhiệm vụ trong công tác tuyên truyền của báo chí, cho nên trong thời gian sắp tới tôi cũng đề nghị báo chí nên phát huy những thành quả, những vấn đề mà mình đã đạt được trong công tác tuyên truyền về phòng chống tác hại của rượu bia, nêu lên những cái bất cập, nêu lên những cái khó khăn, nêu lên những cái thành tựu trong công tác phòng chống tác hại của rượu bia để mà toàn dân, bà con nhân dân người ta biết người ta nắm được để mà phòng ngừa, ngăn chặn có hiệu quả và để cho luật phòng chống tác hại của rượu bia sửa đổi có thể đi vào cuộc sống và được người dân đồng tình, thuận và chấp nhận” (Phỏng vấn sâu, mã M4). Muốn giải quyết vấn đề này cần làm thật tốt công tác tuyên truyền, giáo dục ý thức, văn hóa giao thông. Điều này có một phần trách nhiệm của báo chí.



### TIÊU KẾT CHƯƠNG 3

Quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu bia là một quá trình đòi hỏi thời gian và nguồn lực do tập quán và thói quen uống rượu bia đã tồn tại lâu đời trong xã hội ta. Để thay đổi nhận thức và hành vi sử dụng rượu bia của người dân khi tham gia giao thông, các cơ quan chức năng cần áp dụng nhiều giải pháp, trong đó giải pháp sử dụng báo chí làm kênh thông tin truyền thông là một giải pháp được đánh giá mang lại nhiều hiệu quả thiết thực.

Từ thực tế nghiên cứu về kết quả truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí thời gian qua có thể thấy, do các loại thông tin mà công chúng tiếp nhận qua báo chí ngày nay quá nhiều, mỗi cá nhân lại có cách tiếp cận thông tin khác nhau, bởi vậy, các cơ quan truyền thông cần phải lựa chọn cho mình các mô hình truyền thông phù hợp. Khi đã chọn được mô hình truyền thông phù hợp, điều quan trọng tiếp theo là thông tin truyền tải cần phải chính xác, có độ tin cậy và độ hấp dẫn cao đối với công chúng.

Một chiến dịch truyền thông chính sách hiệu quả là một chiến dịch truyền thông đem lại nhiều thông tin hữu ích nhất đối với công chúng trong một khoản chi phí truyền thông thấp nhất. Từ đó, góp phần thay đổi thói quen sử dụng rượu bia khi tham gia giao thông của công chúng và hiệu quả cao nhất là giúp công chúng tự nhận thức được tác hại của rượu bia, từ đó tự điều chỉnh hành vi một cách phù hợp.

## **Chương 4. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ**

### **4.1. Những vấn đề đặt ra đối với truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia**

Truyền thông về tác hại của rượu bia là một quá trình truyền thông chính sách. Trong truyền thông chính sách, chúng ta cần quan tâm tới hiệu quả của nó. Soi lại quá trình báo chí truyền thông về tác hại của rượu bia, NCS nhận thấy có một số vấn đề đặt ra như sau:

#### **4.1.1. Nâng cao hiệu quả truyền thông của báo chí về tác hại của rượu, bia**

Như phân tích của các nhà khoa học về rượu bia, có rất nhiều tác hại mà rượu bia có thể gây ra đối với sức khỏe của con người cũng như đối với đảm bảo an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội. Mặc dù uống rượu là một nét văn hóa ẩm thực trong đời sống xã hội, tuy nhiên việc sử dụng rượu bia hiện nay có xu hướng tràn lan, bị biến tướng, gây nhiều hệ lụy tiêu cực. Có thể thấy rằng, rượu bia là sản phẩm do con người tạo ra nhằm phục vụ nhu cầu thưởng thức. Rượu bia vốn không có “tội” để người ta phải tẩy chay hay nghiêm cấm. Chính thái độ của người sử dụng rượu bia mới là điều cần phải quan tâm. Việc sử dụng rượu bia hợp lý, đúng mục đích sẽ phát huy được tác dụng trở thành nét văn hóa trong ẩm thực. Nhưng thực tế cho thấy, nếu lạm dụng rượu bia thái quá sẽ phản tác dụng và gây ra nhiều hậu quả nghiêm trọng. Vì thế, việc làm chủ nhận thức, điều chỉnh hành vi, có cách ứng xử phù hợp với vấn đề uống rượu bia là điều nên làm đối với mỗi người, qua đó giảm đến mức thấp nhất tác hại của rượu bia, góp phần xây dựng nếp sống văn minh, lành mạnh. Chính vì vậy, ứng xử phù hợp, đúng mực với rượu bia là điều nên làm và thông tin trên báo chí cũng cần có những cần có những đánh giá đúng về vấn đề này.

*“Tôi đã từng làm nghề biển nên tiếp xúc với bia rượu và người uống bia rượu thường xuyên thì nhận thấy có một luật như trên để phòng chống tác hại của rượu bia ở nước ta là rất cấp thiết. Vì sau bia rượu có nhiều hệ lụy: say xỉn, không làm chủ được bản thân, hủy hoại sức khỏe, tai nạn giao thông và đôi lúc không ít người trở thành “vô nhân tính”, không kiểm soát được hành vi cá nhân: người nhận thức kém thì có hành động gây tổn hại cho người khác cả thân thể và của cải,*

*người có hiểu biết hơn thì dễ sa ngã, sơ hở trong công việc (dễ làm lộ bí mật quốc gia, bí mật đời tư, bị đối thủ tận dụng và lợi dụng bấy “tình và tiền”,...). Bao trùm là gây ra bất ổn định xã hội, ảnh hưởng đến kinh tế, văn hóa và đạo đức mà Nhà nước phải quan tâm, có trách nhiệm. Tuy nhiên, theo tôi, mức độ thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí hiện nay mới chỉ đáp ứng được 1 phần thông tin của công chúng” (Phỏng vấn sâu, mã M2)*

Từ thực tế khảo sát báo chí đối với tác hại của rượu bia, NCS nhận thấy, báo chí đã đánh giá đúng những tác hại của rượu bia đối với đời sống xã hội nhưng chưa có giải pháp truyền thông hiệu quả. Bằng chứng là báo chí chưa chủ động, thường xuyên thông tin về tác hại của rượu bia mà phụ thuộc vào nguồn cung cấp thông tin, như từ các cơ quan chức năng, từ các cao điểm xử phạt. Khi trong dư luận có nhiều luồng quan điểm trái ngược về tác hại của rượu, bia; nhiều ý kiến khác nhau về tính khả thi của dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, báo chí hầu như chỉ là trung gian truyền tải thông tin, không đưa ra được một định hướng nào cụ thể. Biểu hiện rõ nhất là khi Chính phủ tập trung xây dựng dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và dự thảo Luật được đưa ra thảo luận tại Quốc hội, số lượng bài viết về những tranh cãi quanh các quy định tại dự thảo Luật này tăng đột biến. Tuy nhiên, các bài viết trên báo chí chưa thực sự làm rõ bản chất câu chuyện tranh cãi giữa các nhà chuyên môn, các nhà làm luật, dư luận xã hội là do mâu thuẫn về nhận thức về tác hại của rượu bia hay mâu thuẫn về lợi ích giữa các công ty, tập đoàn sản xuất, kinh doanh rượu, bia dẫn tới những tác động về mặt chính sách của nhà nước đối với rượu bia.

*“Vấn đề đặt ra với các cơ quan báo chí là làm thế nào để hoạt động đưa tin của báo chí, không những không tuyên truyền quảng bá cho việc sử dụng rượu bia tràn lan, mà còn phải đi đầu tuyên truyền nâng cao nhận thức, chuyển đổi hành vi, góp phần ngăn ngừa tác hại của việc lạm dụng rượu bia trong đời sống. Chúng ta thấy, đã có rất nhiều cơ quan báo chí, nhà báo với các tác phẩm báo chí đã tiếp cận kịp thời những thông tin khoa học, tin cậy, thiết thực về phòng, chống tác hại của rượu, bia, thể hiện sự quan tâm, tinh thần trách nhiệm của báo chí trước 1 vấn đề xã hội nan giải (Phỏng vấn sâu, mã M4)*

Khi dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được thông qua, đồng thời với việc Chính phủ ban hành Nghị định 100, đã có một sự thay đổi lớn trong dư luận và công chúng về tác hại của rượu bia đối với đảm bảo an toàn giao thông. Tuy nhiên, phần lớn thông tin đều nhắm đến các mức phạt nặng mà người tham gia giao thông có sử dụng rượu bia phải gánh chịu. *“Nhìn chung, thông tin mới chỉ dừng ở bề nổi, nhất thời, chưa đưa tin một cách có chiều sâu, có hệ thống, chưa trở thành một chiến lược truyền thông”* (Phỏng vấn sâu, mã M8)

Các ý kiến cũng cho rằng: *“Phòng, chống tác hại của rượu, bia không phải là công việc của riêng ngành nào mà là nhiệm vụ chung của mọi người. Cần phải có sự phối hợp liên ngành và nguồn lực nhất định để hoạt động phòng chống lạm dụng rượu bia đạt được hiệu quả cao. Ngoài ra, cần sự chung tay của tất cả các cơ quan để ban hành chính sách thực thi và giảm thiểu sử dụng rượu bia. Đối với các cơ quan báo chí, tôi cho rằng, định hướng thông tin của một toà soạn là quan trọng, nhưng năng lực của nhà báo khi thông tin về tác hại của rượu, bia cũng quan trọng không kém trong việc quyết định bài viết đó có chất lượng hay không* (Phỏng vấn sâu, mã M3)

#### **4.1.2. Tăng cường tần suất, mật độ truyền thông trên báo chí về tác hại của rượu, bia**

Kết quả khảo sát báo chí trước, trong và sau khi Luật Phòng chống tác hại của rượu bia được ban hành cho thấy, ngoài các báo điện tử có đông đảo bạn đọc như Vnexpress.net, Vietnamnet.vn...., các báo chuyên ngành còn lại và báo in chưa thực sự dành nhiều dung lượng để truyền thông về tác hại của rượu bia.

Thực tế cho thấy, một dự án Luật được thông qua là một quá trình làm việc không ngừng nghỉ của các cơ quan soạn thảo, thẩm tra và sự nỗ lực của Quốc hội. Bên cạnh đó, không thể không nhắc đến vai trò của báo chí, truyền thông. *“Thông tin về tác hại của rượu, bia còn ít, chỉ đưa tin theo sự vụ, chưa đưa một cách chủ động, thường xuyên, liên tục. Thông tin rộ lên khi có nghị định 100/2019/ NĐ- CP hoặc khi có những vụ ngộ độc rượu, tai nạn giao thông do bia rượu nghiêm trọng* (Phỏng vấn sâu, mã M8).

Có nhiều vấn đề cần bàn luận đằng sau sự phản ứng của công chúng đối với một chính sách, một văn bản luật đang là dự thảo đem ra lấy ý kiến nhân dân hoặc đã được ban hành. Vấn đề đặt ra là nguyên nhân nào khiến chính sách dự kiến ban hành bị công chúng hoặc các cơ quan chức năng phản đối. Điều này có thể do nhiều nguyên nhân nhưng nguyên nhân quan trọng nhất là do hoạt động truyền thông chính sách chưa đầy đủ và kịp thời. Hiểu một cách đơn giản là lỗi ở khâu truyền thông chính sách chưa đầy đủ, sâu sắc. Trách nhiệm này thuộc về cơ quan soạn thảo dự án Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia lẫn các cơ quan báo chí truyền thông. *“Tôi cho rằng điều này phụ thuộc vào lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không. Tiếp đó là mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí, bởi nếu công chúng không quan tâm tới đề tài này thì báo chí cũng sẽ không mặn mà theo đuổi thông tin. Bên cạnh đó, kinh phí Nhà nước và các cơ quan báo chí dành cho việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia cũng là yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia (Phỏng vấn sâu, mã M7).*

Đối với việc có thời điểm phần lớn Đại biểu Quốc hội không đồng ý thông qua dự thảo Luật, có thể thấy, trách nhiệm thuộc về Quốc hội và các cơ quan của Quốc hội. Một trong các yêu cầu của truyền thông chính sách là quá trình truyền thông phải được thực hiện trong tất cả các chu trình ban hành chính sách, từ quá trình xây dựng, soạn thảo, thẩm tra, cho đến thảo luận, thông qua tại các phiên họp toàn thể của Quốc hội. Điều này có nghĩa là truyền thông chính sách phải được thực hiện có hệ thống, bắt đầu ngay từ bước hình thành các kiến nghị lập pháp cho đến khi dự án Luật được Quốc hội thông qua. Việc dòng chảy truyền thông chính sách này tắc ở khâu nào, phụ thuộc vào hiệu quả truyền thông chính sách ở khâu đó.

#### **4.1.3. Báo chí cần có kế hoạch truyền thông theo từng cung đoạn của chính sách**

Truyền thông chính sách là một hoạt động tác động đến đời sống tinh thần của con người, vì vậy, có thể quan niệm một cách chung nhất về hiệu quả truyền thông chính sách là sự tương quan giữa kết quả đạt được và mục đích đặt ra và chi phí để đạt hiệu quả ấy trong những điều kiện cụ thể. Mỗi hoạt động cụ thể của truyền thông chính sách có thể mang lại nhiều kết quả khác nhau và mỗi giai đoạn

của chu trình chính sách, kết quả truyền thông chính sách cũng khác nhau do có mục đích khác nhau. Do vậy, trong từng khâu của chu trình chính sách và trong từng hoạt động truyền thông chính sách, ngoài mục tiêu chung phải xác định từng mục tiêu cụ thể, rõ ràng và có thể định lượng được. Nếu không xác định rõ mục tiêu thì vừa khó thực hiện, vừa khó đánh giá đúng kết quả, dẫn đến khó tính toán được hiệu quả của truyền thông chính sách. Cần *“Điều chỉnh khâu “cùng – cầu”, quy định rõ ai được quyền cung ứng và bán bia rượu, các hộ kinh doanh bia rượu riêng không được ẩn dân các mặt hàng khác khiến cho ai cung bán và cung ứng bia rượu. Người mua dưới 18 tuổi không bán, sau 15:00 chiều hằng ngày mới được bán; nâng mức phạt; ở các nơi công cộng quy định số bia rượu được uống/bán; tăng cường và duy trì thường xuyên kiểm tra độ cồn của người tham gia giao thông; mở rộng tuyên truyền tác hại của bia rượu đến học đường tiểu học bằng các hình thức thích hợp; cấm uống bia rượu trong CQ nhà nước;...(Phòng vấn sâu, mã M2).*

Cũng có ý kiến cho rằng *“Cần tăng cường thông tin các vụ án xét xử những người vi phạm pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu, bia trên báo chí để cảnh báo người dân, tạo hiệu quả truyền thông mạnh mẽ hơn (Phòng vấn sâu, mã M12).*

Có thể thấy, trong các giai đoạn của chu trình chính sách, kết quả truyền thông có giai đoạn có thể đánh giá được ngay nhưng có giai đoạn chỉ thể hiện dần dần, từ từ trong một thời gian tương đối dài. Đặc biệt, trong giai đoạn thực thi chính sách, để thay đổi nhận thức của đối tượng có thể đạt được ngay, nhưng sự thay đổi về thái độ, hành vi cần có thời gian và nhiều yếu tố khác thuộc về công tác tổ chức, bảo đảm cơ sở vật chất, lợi ích cho người thực hiện. Sau khi được truyền thông, tâm thế hành động của đối tượng thụ hưởng chính sách đã hình thành, nhưng nếu thiếu kinh phí, thời gian, công tác tổ chức kém... thì tâm thế đó không thể trở thành hành động của đối tượng. Vì vậy, cần xác định rõ hiệu quả trước mắt và hiệu quả lâu dài của truyền thông chính sách.

Hiệu quả truyền thông chính sách cũng được đánh giá ở mức độ tham gia của người dân vào chu trình chính sách và chất lượng chính sách có bảo đảm hài hoà lợi ích và hợp lòng dân hay không. Do đó, hiệu quả truyền thông chính sách vừa được

đo lường ở phía đối tượng, ngay trong ý thức và hành vi của đối tượng, vừa được đo lường ở kết quả phân tích chính sách. Mặt khác, kết quả truyền thông chính sách phụ thuộc rất lớn vào nhu cầu, động cơ, trạng thái tâm lý của đối tượng. Trong khi đời sống tâm lý của con người lại chịu sự chi phối rất mạnh mẽ của điều kiện khách quan, nhất là mức độ dân chủ của môi trường sống. Môi trường xã hội thiếu ổn định, đa dạng, phức tạp có thể gây khó khăn cho việc đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách.

Đối chiếu với quá trình nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia có thể thấy, ban đầu, các báo không chủ động trong việc truyền thông về tác hại của rượu, bia mà chỉ tập trung phản ánh dư luận và hoạt động của các cơ quan lập pháp, hành pháp ứng xử với vấn đề tác hại của rượu, bia. Khi những tranh cãi quanh các quy định của dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia bị đẩy lên thành một vấn đề xã hội thì nhiều báo mới bắt đầu vào cuộc và có những bài viết rõ ràng định hướng dư luận.

#### **4.1.4. Xác định rõ mục tiêu, định hướng truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia**

Từ quá trình nghiên cứu về báo chí với vấn đề tác hại của rượu bia có thể thấy, truyền thông chính sách thâm nhập trong tất cả các khâu của chu trình chính sách và giúp các bên trong chu trình chính sách tương tác hiệu quả với nhau. Hiệu quả truyền thông chính sách được đánh giá ở hai yếu tố khác nhau về bản chất là kết quả và sử dụng nguồn lực. Kết quả truyền thông chính sách bao gồm cả số lượng và chất lượng, do đó, những chỉ số của hiệu quả về số lượng cũng được áp dụng.

Tuy nhiên, những chỉ số về chất lượng mới là yếu tố quyết định hiệu quả truyền thông chính sách nhưng chúng lại được đánh giá chủ yếu bằng phương pháp định tính như: tốt, xấu, tích cực, tiêu cực, cao, thấp.... Kết quả sử dụng nguồn lực được đánh giá ở các tiêu chí khá đa dạng, không đồng nhất. Vì vậy, cần xác định phương pháp đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách một cách cụ thể, tỉ mỉ, đa dạng và phù hợp với từng yếu tố, bao gồm cả định tính và định lượng.

Quá trình nghiên cứu các báo cho thấy, do báo chí điện tử coi trọng tính tương tác với độc giả nên đôi khi báo chí còn chạy theo dư luận, đăng nhiều bài viết

phản ánh dư luận đa chiều về tác hại của rượu bia nhưng lại ít có bài viết định hướng khẳng định rõ ràng về tác hại của rượu bia và phân tích thuyết phục về lý do tại sao cần có những quy định siết chặt việc sử dụng rượu bia ở nước ta. Có ý kiến cho rằng: *“Thông tin trên báo chí cũng như các giải pháp phòng, chống tác hại của rượu, bia hiện nay thường tập trung vào người uống bia rượu, các đối tượng khác liên quan lại không đề cập hoặc còn mờ nhạt, như: khía cạnh văn hóa, kinh tế, chuỗi kinh doanh và cung ứng,... Vì thế, hoạt động phòng, chống vẫn chưa hiệu quả, vẫn “chống” đỡ các tình huống cụ thể khi xảy ra, không cắt/không kiểm soát được nguồn cung bia rượu, vẫn mang tính phong trào; “phòng” vẫn còn ít quan tâm bằng các giải pháp cụ thể nên không ngăn ngừa được bia rượu. Điều này cũng thể hiện rõ nét qua các bài báo khi đề cập đến tác hại của rượu, bia”* (Phỏng vấn sâu, mã M2)

Mặc dù vậy, sau nhiều năm thông tin về tác hại của rượu bia xuất hiện trên báo chí, đỉnh điểm là từ các năm 2016, 2017, 2018, 2019, 2020... với các cao điểm truyền thông về dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu bia, Nghị định 100 về... và các đợt ra quân xử lý các trường hợp người vi phạm giao thông có nồng độ cồn trong máu, nhận thức của phần lớn người dân đối với rượu bia đã có sự thay đổi rõ nét. *“Ở Việt Nam, đến giờ phút này chúng ta có niềm tin rằng, đại đa số nhân dân, kể cả những người đã từng hay hiện giờ họ vẫn đang uống rượu bia cũng đồng tình rằng điều khiển xe khi có nồng độ cồn là nguy hiểm cho chính họ và cho xã hội. Rõ ràng ở đây hình thành một niềm tin rằng chúng ta cấm hành vi điều khiển phương tiện khi có nồng độ cồn là điều đúng đắn cho xã hội. Điều này nhờ rất lớn vào công tác truyền thông của báo chí. Và tôi cũng nhận thấy rằng, báo chí đã góp phần tuyên truyền về “Nói không với rượu, bia” là một giá trị chuẩn mực trong xã hội. Đồng thời, báo chí cũng góp phần hình thành một chuẩn mực mà chúng ta gọi là văn hóa ứng xử với hành vi vi phạm nồng độ cồn. Khi hiểu được, mọi người đều lên án hành vi vi điều khiển phương tiện khi có nồng độ cồn, và khi đó, báo chí đã thành công* (Phỏng vấn sâu, mã M1).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, kết quả của truyền thông chính sách cao không đồng nhất với hiệu quả cao. Thông thường, hiệu quả cao chỉ khi cùng một



kết quả nhưng có chi phí thấp, nhưng trong nhiều trường hợp nếu không thể giảm chi phí quá giới hạn thì buộc phải sử dụng chi phí hợp lý nhất. Cho nên, truyền thông chính sách không phấn đấu đạt hiệu quả cao bằng mọi giá, mà phải bằng cách sử dụng những phương thức, công cụ, phương tiện hợp lý, tiết kiệm nhất. Hiệu quả truyền thông chính sách khác với hiệu quả sản xuất kinh doanh bởi đây là lĩnh vực hoạt động mà kết quả đạt được tương đối trừu tượng nên rất khó đánh giá hiệu quả một cách rõ ràng. Khi đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách, cần chú ý một số đặc điểm sau: Vì vậy, để nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách, không nhất thiết là giảm chi phí mà vấn đề là sử dụng nguồn lực một cách tối ưu. Có những chi phí không cần thiết cần phải giảm đi, nhưng lại có những chi phí cần phải tăng lên để hoàn thành mục tiêu tốt hơn. Bảo đảm đủ số lượng chủ thể, tăng cường đầu tư, mua sắm, hiện đại hoá phương tiện, cơ sở vật chất cho truyền thông chính sách không có nghĩa là làm giảm hiệu quả của nó.

#### **4.2. Hạn chế và nguyên nhân**

Hạn chế của quá trình truyền thông về tác hại của rượu, bia cũng chính là hạn chế về truyền thông chính sách. Những hạn chế này đến từ cả mặt chủ quan và khách quan như: báo chí chưa thực sự đánh giá đúng mức về tác hại của rượu, bia; báo chí chưa dành thời lượng thích hợp để truyền thông về tác hại của rượu, bia; quá trình xây dựng chính sách về tác hại của rượu, bia chưa coi trọng công tác truyền thông chính sách, còn để xảy ra khủng hoảng về truyền thông; nhận thức của người dân về tác hại của rượu, bia còn ở mức độ nhất định v.v...

Có thể thấy, chu trình truyền thông chính sách không hoàn toàn trùng khớp với chu trình chính sách. Ở đây, cần bổ sung một thành tố đó là rủi ro trong truyền thông về chính sách. Có những chính sách trong quá trình truyền thông đã bị bóp méo hoặc không phát huy được hiệu quả dẫn đến chính sách bị thất bại ngay trước khi được thông qua.

Thực tế khi khảo sát những cao điểm truyền thông về “Cấm bán rượu, bia sau 22h”, “Uống rượu, bia an toàn”, “Đã uống rượu, bia không lái xe” cho thấy, độc giả rất khó phân biệt được đâu là những thông chủ đích tốt, đâu là những thông tin bị báo chí bóp méo để bênh vực lợi ích của các nhà sản xuất, tiêu thụ rượu bia. Trên bình

diện chung, rất khó để đánh giá thành công hay hạn chế của các cơ quan báo chí khi truyền thông về tác hại của rượu, bia đối với công chúng. Bởi vì, thông điệp cốt lõi mà báo chí phản ánh là “rượu, bia” có hại. Tuy nhiên, những quy định cụ thể xung quanh vấn đề này có được ban hành hay không, khi ban hành có được thực thi hay không, khi thực thi có hiệu quả hay không... là những nội dung báo chí hoàn toàn có thể thông tin một cách có chủ đích, hoặc vì công chúng, hoặc vì nhà sản xuất, tiêu thụ rượu bia, hoặc vì cả 2, tức là thông tin không rõ ràng, ủng hộ cả 2 phía. *“Mặc dù đã được tăng cường nhưng tần suất vẫn còn ít; nặng về việc tuyên truyền văn bản; thiếu những câu chuyện sống động; cách thức thông tin còn 1 chiều, chưa tạo được sự tương tác của bạn đọc (Phỏng vấn sâu, mã M7).*

Có ý kiến cho rằng: *“Nói chung là thời điểm nào cũng cần thông tin về tác hại của bia rượu, nhưng thời điểm cần đẩy mạnh nhất là vào dịp lễ tết, các ngày nghỉ trong năm khi nhiều người có thời gian tụ tập ăn chơi (Phỏng vấn sâu, mã M8)*

Theo PGS.TS Hà Huy Phương trong cuốn “Truyền thông chính sách năng lực tiếp nhận của công chúng”: Chính sách là công cụ quan trọng để mỗi quốc gia, tổ chức quản trị xã hội, đơn vị hiệu quả. Nếu chính sách phù hợp với tình hình thực tiễn, nó sẽ giúp cho việc thúc đẩy xã hội ngày càng phát triển. Ngược lại, nếu chính sách không phù hợp sẽ tạo ra khủng hoảng và là mầm mống của sự nổi loạn xã hội. Vấn đề gốc rễ của khủng hoảng chính sách đó là do quy trình xây dựng, ban hành chính sách chưa chuẩn và vấn đề truyền thông chính sách chưa tốt. Đây là 2 vấn đề cốt lõi dễ tạo ra khủng hoảng chính sách nếu như quá trình chính sách và truyền thông chính sách chưa bài bản, chuyên nghiệp [tr.360, 81]

Đối chiếu với quá trình thực thi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia, có thể thấy, dòng thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí là nhất quán. Báo chí nhất quán quan điểm cho rằng cần phòng, chống tác hại của rượu bia đối với sức khoẻ cộng đồng cũng như đối với trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội. Tuy nhiên, đã có thời điểm, thông tin chính sách về tác hại của rượu, bia rơi vào khủng hoảng, bị chi phối bởi nhiều tố và công chúng khó xác định được dòng thông tin chính cần tiếp nhận về vấn đề tác hại của rượu, bia.

Theo phân tích của các chuyên gia truyền thông, gốc rễ của vấn đề khủng hoảng chính sách nằm ở chu trình xây dựng và ban hành chính sách. Một chính sách tốt cần dựa trên chu trình xây dựng và ban hành chính sách chuẩn, đó là phải tuân thủ đầy đủ các bước tiến hành và thực thi nghiêm túc, đề cao trách nhiệm của những người làm chính sách. Có thể đưa ra những khâu quan trọng trong chu trình xây dựng và ban hành chính sách như sau. Một là, nghiên cứu bối cảnh, hiện trạng: khâu này rất quan trọng. Nó là bước khởi đầu quyết định trả lời câu hỏi có cần thiết phải ban hành chính sách đó hay không. Muốn có câu trả lời đầy đủ về tính cấp thiết của việc ban hành chính sách, chủ thể chính sách phải chỉ ra các kết quả nghiên cứu định lượng để minh chứng cho bối cảnh, hiện trạng cần thiết ban hành chính sách. Hai là, xác định rõ mục đích, mục tiêu đạt được của chính sách. Đây là bước quan trọng tiếp theo của chu trình xây dựng và ban hành chính sách. Xác định rõ mục đích và mục tiêu đạt được của chính sách bằng những con số đặt ra cụ thể thì nhiệm vụ thực thi chính sách mới rõ ràng, hiệu quả. Ba là, chỉ rõ cơ hội, thách thức, rào cản rủi ro và khả năng quản lý rủi ro chính sách. Trong quy trình xây dựng và ban hành chính sách, nếu chủ thể chính sách coi nhẹ, không lường trước được những cơ hội, thách thức, rào cản, rủi ro thì cũng sẽ gây ra khủng hoảng chính sách. Bốn là, xác định rõ nguồn lực chính sách rõ ràng, tường minh và chống tham nhũng, lãng phí chính sách. Nhân lực thiết lập và thực thi chính sách có vai trò quyết định chất lượng và hiệu quả của chính sách. Chủ thể xây dựng và ban hành chính sách nên mời các chuyên gia, các nhà chuyên môn, các nhà làm luật để tham vấn ý kiến. Cần tránh tuyệt đối việc tạo cơ hội cho nhóm lợi ích xây dựng chính sách để hòng trục lợi hoặc tạo lỗ hổng cho tham nhũng chính sách. Năm là, xác định thời gian và hạn định của chính sách. Đây là khâu quan trọng để triển khai tiến độ xây dựng và ban hành một chính sách. Việc bãi bỏ hoặc sửa đổi, bổ sung các chính sách là tất yếu, khách quan, bởi thực tiễn vận động biến đổi không ngừng. Tuy nhiên, không vì vậy mà các chủ thể chính sách lạm dụng thời gian để ban hành những chính sách không phù hợp hoặc liên tục thay đổi chính sách, gây khó dễ cho người dân. Khủng hoảng chính sách có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân nhưng cốt lõi vẫn là do chu trình xây dựng và ban hành chính sách chưa chuẩn. Xây dựng chu trình chuẩn với sự

thực thi bài bản, chuyên nghiệp, chắc chắn sẽ tránh được những khủng hoảng chính sách.

Trong trường hợp Luật Phòng, chống tác hại của rượu bia, khủng hoảng chính sách bắt nguồn từ chu trình xây dựng và ban hành chính sách. Cụ thể là có sự không đồng nhất quan điểm giữa cơ quan soạn thảo và cơ quan thẩm tra, thông qua chính sách. Từ khủng hoảng ở chu trình này, kéo theo khủng hoảng ở chu trình truyền thông chính sách. Truyền thông chính sách là quá trình chủ thể chính sách tiếp cận, gắn kết công chúng thông qua các phương thức, phương tiện truyền thông phù hợp nhằm làm cho công chúng hiểu biết và ủng hộ chính sách. Mục tiêu trước hết của truyền thông chính sách là giúp công chúng hiểu biết chính sách, kích thích nhu cầu tìm hiểu, tham gia thảo luận và góp ý chính sách của công chúng. Ở một mức độ cao hơn, truyền thông chính sách lý giải, phân tích và thuyết phục để giành được sự ủng hộ rộng rãi, tự nguyện của công chúng. Do vậy, để tránh khủng hoảng truyền thông chính sách thì truyền thông chính sách phải bài bản, chuyên nghiệp.

Hiệu quả truyền thông chính sách phải đi đôi với hiệu lực truyền thông chính sách. Mục đích cuối cùng của truyền thông chính sách là phải đưa chính sách vào cuộc sống. Vậy hiệu lực của truyền thông chính sách chính là truyền thông đã đưa chính sách vào cuộc sống, góp phần thay đổi xã hội. Ở góc độ này, báo chí đã tham gia vào quá trình đưa Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia đi vào cuộc sống. Tuy nhiên, báo chí hoàn toàn có thể nâng cao hiệu quả thông tin về tác hại của rượu, bia nếu tuân thủ đúng các nguyên tắc báo chí về truyền thông chính sách.

### **4.3. Giải pháp, khuyến nghị**

#### **4.3.1. Giải pháp:**

Một chính sách được xem là có hiệu quả khi chính sách đó đáp ứng được những yêu cầu cơ bản như: tính khả thi, hợp lý, phù hợp với thực tiễn... Vì vậy, trong mọi trường hợp, chính sách phải được hoạch định và thực thi trên cơ sở nghiên cứu cẩn trọng đối tượng thực hiện chính sách. Đối tượng thực hiện ở đây bao gồm những người tổ chức thực thi và những người chịu sự tác động, thụ hưởng từ việc thực thi chính sách đó một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Công chúng chính là đối tượng chịu sự tác động, thụ hưởng chính sách, cũng đồng thời là chủ thể giám

sát, phản biện chính sách. Vì vậy, để chính sách có thể đi vào cuộc sống, bên cạnh việc nghiên cứu, đánh giá năng lực thực thi chính sách từ phía cơ quan nhà nước thì việc nghiên cứu năng lực tiếp nhận chính sách từ phía công chúng cũng là vấn đề không thể xem nhẹ. Khi công chúng có năng lực tiếp nhận chính sách tốt, có sự ủng hộ và tham gia một cách tích cực thì mới bảo đảm cho chính sách được triển khai có hiệu quả trên thực tế. Nói cách khác, nếu việc hoạch định và thực thi chính sách chỉ quan tâm đến chủ thể thực hiện mà không quan tâm đến đối tượng tiếp nhận thì khó có thể đạt được hiệu quả như mong đợi. Để nâng cao hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu bia qua báo chí nói riêng và truyền thông chính sách nói chung, NCS đề xuất một số giải pháp cần thực hiện như sau:

+ **Một là, nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách ở Việt Nam:** Cần cập nhật giới hạn pháp lý điều chỉnh lĩnh vực hoạt động truyền thông chính sách sao cho phù hợp với sự vận động nhanh chóng của thực tiễn. Xác định rõ và ràng buộc trách nhiệm chủ thể và đối tượng truyền thông chính sách, cá nhân và tổ chức liên quan trong sự quản lý hiệu quả của Nhà nước, vừa bảo đảm quyền tự do thông tin, vừa bảo đảm tính định hướng thông tin một cách minh bạch, khách quan. Trong quá trình ấy, cần phát huy hơn nữa vai trò giám sát, phản biện xã hội của truyền thông nhằm tạo ra sự thống nhất ý chí, nguyện vọng, quyền lợi của nhân dân trong suốt chu trình chính sách công, từ xây dựng, thực thi và đánh giá chính sách.

+ **Hai là,** nâng cao năng lực hoạt động của cán bộ quản lý, cán bộ truyền thông, nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý và truyền thông chính sách. Bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng nghề nghiệp, đảm bảo tính chuyên nghiệp của đội ngũ này. Bên cạnh đó, xây dựng mạng lưới đội ngũ cộng tác viên truyền thông chính sách. *“Chất lượng các bài viết về phòng, chống tác hại của rượu bia trên báo chí trước hết phải phụ thuộc vào đội ngũ nhà báo có đủ thông tin và năng lực hay không rồi mới đến lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không. Mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí cũng quyết định động lực của nhà báo khi thực hiện đề tài này”* (Phỏng vấn sâu, mã M8).

+ **Ba là**, đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu công chúng, nghiên cứu truyền thông chính sách và đáp ứng nhu cầu thông tin chính sách của công chúng. *“Cần sinh động hơn, hấp dẫn hơn, bắt đầu từ những tác hại cụ thể của những nạn nhân cụ thể, nhưng cũng cần những thông tin khai quát ở tầm vĩ mô về tác hại của bia rượu với đất nước và xã hội. Thông tin cần được minh họa bằng những dẫn chứng, số liệu một cách khoa học từ những chuyên gia có uy tín”* (Phỏng vấn sâu, mã M8)

+ **Bốn là**, nâng cao năng lực công chúng trong truyền thông chính sách, phát triển nhu cầu thông tin của đối tượng cũng như khả năng tiếp nhận, xử lý thông tin chính sách và thực thi chính sách của nhân dân. Xây dựng môi trường xã hội dân chủ để dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra các mắt, các khâu của chu trình chính sách công. Nâng cao năng lực đánh giá của công chúng truyền thông về các chính sách liên quan đến đời sống của họ. Truyền thông chính sách phản hồi tích cực, đầy đủ ý kiến của người dân về chính sách họ được nắm bắt, thực thi, bảo đảm quyền lợi và trách nhiệm của họ. *“Cần sinh động hơn, hấp dẫn hơn, bắt đầu từ những tác hại cụ thể của những nạn nhân cụ thể, nhưng cũng cần những thông tin khai quát ở tầm vĩ mô về tác hại của bia rượu với đất nước và xã hội. Thông tin cần được minh họa bằng những dẫn chứng, số liệu một cách khoa học từ những chuyên gia có uy tín”* (Phỏng vấn sâu, mã M13)

+ **Năm là**, phát triển đa dạng các loại hình truyền thông, chú trọng ứng dụng công nghệ trong truyền thông chính sách nhằm thu hút công chúng và nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách. Đầu tư trang thiết bị, tăng cường tài chính cho hoạt động truyền thông chính sách ở nước ta. *“Báo điện tử có lợi thế hơn báo in khi thông tin về phòng, chống tác hại của rượu, bia do không bị giới hạn dung lượng, lại có thể sử dụng các công cụ đa phương tiện để tăng hiệu quả thông tin”* (Phỏng vấn sâu, mã M5)

#### **4.3.2. Khuyến nghị:**

+ **Với quốc hội và các cơ quan của Quốc hội:** cần ban hành cơ chế và quy chế phối hợp với các cơ quan báo chí, cho phép báo chí tham gia sâu rộng hơn vào các công đoạn của truy trình lập pháp nói riêng và các hoạt động của Quốc hội nói chung. Trong công tác lập pháp, báo chí đã được phép theo dõi, đưa tin về các kỳ

hợp quốc hội, các phiên họp của Ủy ban thường vụ Quốc hội, các Ủy ban của Quốc hội. Tuy nhiên, cần có cơ chế phối hợp nhịp nhàng để báo chí có thể đưa tin đầy đủ hơn, đa dạng hơn về các phiên thảo luận từ các Ủy ban của Quốc hội trong quá trình thẩm tra dự thảo Luật, đến các phiên họp của Ủy ban thường vụ Quốc hội, các phiên thảo luận Tổ, phiên họp toàn thể của Quốc hội về những dự thảo luận có khả năng tác động lớn tới nhân dân. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng thông tin tuyên truyền, người phát ngôn của Quốc hội cũng cần nâng cao tính chuyên nghiệp, chủ động, hiệu quả hơn. Tăng cường các buổi họp báo, cung cấp thông tin, trả lời báo chí để kịp thời giải thích, tuyên truyền, định hướng thông tin dư luận. Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội cần có bộ phận phụ trách hoặc chuyên trách về thông tin, tuyên truyền, mở rộng các hoạt động có báo chí tham dự và tăng cường cung cấp thông tin cho báo chí. Văn phòng Quốc hội cần phối hợp với các cơ quan báo chí truyền thông lựa chọn, bồi dưỡng đội ngũ phóng viên am hiểu sâu về hoạt động của Quốc hội, về quá trình lập pháp để tham gia theo dõi, đưa tin về quá trình hoạt động của Quốc hội.

**+. Đối với Chính phủ, Cơ quan chủ trì soạn thảo dự án Luật:** Để thực hiện tốt công tác truyền thông chính sách, Đảng, Nhà nước ta cần đổi mới cơ cấu quản lý truyền thông, cụ thể như sau:

*Thứ nhất*, cần có một cơ quan chuyên trách điều hành về truyền thông chính sách (bao gồm từ các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng đến các thông tư, nghị định của Chính phủ...). Cơ quan này có nhiệm vụ tập hợp tất cả nội dung chính sách từ Ban Tuyên giáo TW đến các bộ, ngành, để từ đó xây dựng kế hoạch truyền thông trên phạm vi cả nước, với các kế hoạch ngắn hạn và dài hạn. Trên cơ sở các nội dung và kết quả nghiên cứu công chúng truyền thông, phân bổ các thông điệp truyền thông chính sách đến các cơ quan báo chí.

*Thứ hai*, cần có một cơ quan chuyên trách nghiên cứu về truyền thông. Cơ quan này có nhiệm vụ tổ chức một hệ thống các cuộc điều tra về công chúng truyền thông trên phạm vi cả nước. Ngoài ra có thể xây dựng kế hoạch nghiên cứu đánh giá các sản phẩm truyền thông hay các cơ quan truyền thông. Trên cơ sở các cuộc

điều tra cụ thể về công chúng truyền thông do cơ quan này đề xuất, các Cơ quan soạn thảo chính sách có thể có những điều chỉnh sớm các quy định cho phù hợp.

*Thứ ba*, coi trọng khâu tham vấn công chúng trong đánh giá tác động chính sách: việc nhìn nhận vai trò tham vấn công chúng một cách khách quan, đa chiều là điều hết sức cần thiết. Tuy nhiên, để thực hiện tốt công đoạn tham vấn công chúng, đòi hỏi phải có các giải pháp nhất định như: nâng cao nhận thức của công chúng về tham vấn, thực hiện tham vấn công chúng một cách thực chất, học hỏi kinh nghiệm của các nước trong tham vấn công chúng. Thực tế, để công đoạn tham vấn công chúng có hiệu quả đòi hỏi công chúng cần nhận thức được tầm quan trọng của bản thân trong việc góp phần đóng góp hoàn thiện chính sách, từ đó giúp cho các cơ quan ban hành chính sách đưa ra được những định hướng phù hợp.

*Thứ tư*, tạo nhiều cơ hội tiếp cận thông tin cho người dân: minh bạch thông tin nghĩa là mọi quyết sách và hoạt động của Đảng, Nhà nước phải được công bố hoặc phổ biến rộng rãi làm cho mọi cán bộ, đảng viên, người dân có thể tiếp thu, lĩnh hội được một cách dễ dàng.

Bên cạnh đó, cần công khai, kịp thời thông tin về chính sách như: Cung cấp thông tin chính xác, tin cậy và nhất quán; Tôn trọng và cởi mở đối với nhu cầu thông tin của người dân; Xây dựng môi trường pháp lý đầy đủ và thuận lợi.

**+. Đối với các cơ quan báo chí:** Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của truyền thông xã hội, công chúng khó khăn hơn với việc lựa chọn, tiếp nhận những thông tin phù hợp, nhất là những tin tức pháp luật chuyên sâu. Bởi vậy, báo chí cần trở thành kênh thông tin hữu hiệu để truyền thông chính sách nhằm làm cho công chúng hiểu và ủng hộ những chính sách đúng đắn, tạo ra sự đồng thuận trong quá trình xây dựng, ban hành, thực thi các văn bản luật.

Báo chí có vai trò đặc biệt quan trọng trong truyền thông chính sách, cả trong quá trình tuyên truyền, tổ chức, kích lệ và giám sát, phản biện xã hội, cả trong quá trình lựa chọn, thiết kế, ban hành và thực thi chính sách. *“Cần đổi mới nội dung và hình thức truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí. Về nội dung: Cần đẩy mạnh tuyên truyền về ảnh hưởng của rượu bia tới sức khỏe, sự an toàn đối với người dân sau khi sử dụng rượu bia tham gia giao thông; Tình hình sử dụng rượu*



*bia ở Việt Nam hiện nay; Các quy định của pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu bia; Kinh nghiệm của các quốc gia trên thế giới trong kiểm soát việc sử dụng rượu bia, đặc biệt là đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông; Tình hình tai nạn giao thông do người điều khiển phương tiện vi phạm quy định về nồng độ cồn gây ra, đặc biệt là hậu quả, thiệt hại của những vụ tai nạn đó; Quy định về hành vi vi phạm và chế tài xử phạt và việc thực hiện các biện pháp phòng, chống hành vi vi phạm quy định về nồng độ cồn của người điều khiển phương tiện tham gia giao thông đường bộ theo chức năng của lực lượng CSGT hiện nay. Về hình thức: Phải tăng cường đăng tải các thông tin, bài viết, phóng sự... có liên quan tới phòng chống tai nạn của rượu bia đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông. Xây dựng các trang thông tin, chuyên đề để đăng tải thường xuyên những thông tin, bài viết, phóng sự này trên các loại báo chí, truyền thông. Thường xuyên cập nhật tình hình vi phạm, tai nạn giao thông liên quan tới việc sử dụng rượu bia để cung cấp thông tin, tài liệu cho các cơ quan, báo chí...* (Phỏng vấn sâu, mã M13)

Với tư cách là kênh truyền thông đại chúng phổ biến nhất, tác động thường xuyên, liên tục nhất, tạo ra hiệu quả truyền thông cao nhất, báo chí được coi là kênh chính yếu trong truyền thông chính sách, lưu chuyển dòng thông tin hai chiều, gồm chiều từ các nhà quản lý đến công chúng và chiều ngược lại, không chỉ để cả hai phía đều có được những thông tin đầy đủ mà còn nhằm tạo ra sự đồng thuận xã hội. Người dân cần hiểu chính sách để phản biện, xây dựng, góp ý cho chính sách, đồng thời thực hiện chính sách. Còn các nhà quản lý cần thông tin để xây dựng hoặc nắm bắt, điều chỉnh, bổ sung chính sách cho phù hợp với thực tiễn. Như vậy, sự tham gia của báo chí trong truyền thông chính sách một mặt bảo đảm cho sự thành công của chính sách, mặt khác giúp cho chính sách ngày một được hoàn thiện hơn.

Đối với những chính sách còn có quan điểm khác nhau, báo chí cần thông tin khách quan, đa chiều, nội dung phải dễ hiểu và thu hút sự quan tâm của công chúng. Báo chí phải đảm bảo truyền tải trung thực, khách quan những nội dung Quốc hội, Chính phủ đang bàn bạc, thảo luận, tránh giật tít, câu khách khi thông tin về những chính sách đang thu hút sự quan tâm lớn của dư luận.

Bên cạnh đó, báo chí cần là diễn đàn trao đổi ý kiến công khai, thẳng thắn giữa những người làm chính sách, cơ quan ban hành chính sách, cơ quan thẩm định chính sách với đông đảo người dân, doanh nghiệp. Báo chí phải là nơi chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm của công chúng xã hội về những vấn đề chính sách sẽ can thiệp, từ đó lấy ý kiến, tổ chức phản biện xã hội và hình thành dòng thông tin phản biện xã hội góp phần hoàn thiện chính sách. Báo chí là kênh thông tin rộng lớn và nhanh nhất cung cấp thông tin cho công chúng về quá trình xây dựng, thực thi các chính sách đó. Bởi vậy, báo chí cũng cần thực hiện tốt chức năng giám sát, phản biện chính sách. Từ việc xây dựng chính sách, báo chí cần tổ chức diễn đàn đề người dân, chuyên gia, doanh nghiệp... đóng góp ý kiến, hiến kế cũng như phản biện các dự thảo trước khi hoàn thiện các văn bản pháp luật.

Báo chí truyền thông chính sách cần phải chú trọng phân tích, lý giải các vấn đề thuộc chính sách để công chúng hiểu, ủng hộ rộng rãi và tự nguyện thực hiện, tạo nên sự thống nhất, đồng lòng trong xã hội để cùng thực hiện những mục tiêu chung. Đó chính là cách thức truyền thông chính sách tạo nên đồng thuận xã hội. Báo chí cần chủ động trong việc cung cấp thông tin, tạo lập, định hướng dư luận xã hội, định hướng công chúng trong quá trình chính sách được thiết kế, ban hành và thực thi.

Lý luận báo chí chỉ ra rằng, dư luận xã hội được hình thành dựa trên cơ sở lợi ích của nhóm xã hội. Vậy nên mắt xích quan trọng nhất trong truyền thông chính sách là việc thông tin và phân tích sao cho công chúng xã hội nhận thức được vấn đề của chính sách liên quan thiết thực đến lợi ích của họ và họ chủ động tham gia. Trên thực tế, có những chính sách ở giai đoạn thiết kế, hoạch định, xây dựng thì công chúng tỏ ra không quan tâm, trong khi đây là giai đoạn cần ý kiến phản biện xã hội nhất, nhưng đến khi chính sách được ban hành lại nảy sinh nhiều xung đột do lúc này các mâu thuẫn lợi ích mới được nhận diện. Việc khơi dậy sự quan tâm của công chúng về chính sách ngay từ giai đoạn khởi đầu là yếu tố đảm bảo cho chính sách được hình thành và triển khai đúng hướng. Kết quả truyền thông cần bám sát các bước trong chu trình chính sách để bảo đảm chính sách đến với người dân một cách hiệu quả.

Phát huy mạnh mẽ hơn nữa vai trò của báo chí, truyền thông trong việc nắm bắt thông tin, tạo đồng thuận xã hội và tăng cường niềm tin của công chúng đối với chính sách.

**+. Đối với công chúng:** Cần nâng cao nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng của mỗi chính sách đối với cuộc sống. Trong chu trình truyền thông chính sách, mọi hiệu quả đều hướng về công chúng và công chúng chính là thước đo hiệu quả truyền thông chính sách. Công chúng có vai trò đặc biệt quan trọng bởi các lý do sau:

*Thứ nhất*, mọi chính sách đều tác động trực tiếp nhằm tạo ra hiệu lực, hiệu quả ở công chúng và truyền thông chính sách nhằm tạo ra sự thay đổi về nhận thức thái độ hành vi của công chúng. Công chúng chính là đối tượng hướng đến của mọi chính sách. Để chính sách được đa số người dân ủng hộ, trước hết truyền thông phải làm cho công chúng hiểu chính sách. Chính sách đó về bản chất phải mang lại lợi ích thực tế cho cuộc sống của các cộng đồng người dân, gần gũi và phù hợp với thực tế cuộc sống. Truyền thông cần phải bám sát để thông tin, phân tích, giải đáp cho công chúng hiểu các điểm mấu chốt, ý nghĩa của từng quyết định được nhà hoạch định chính sách đưa ra. Quá trình truyền thông này cũng cần thông hiểu công chúng để có cách thức tác động phù hợp. Thực tế cho thấy cơ quan truyền thông nào có mối quan hệ gắn bó mật thiết với công chúng, được công chúng tin tưởng thì việc thực hiện truyền thông chính sách càng có hiệu quả.

*Thứ hai*, chỉ có tạo được sự đồng thuận, thống nhất nơi công chúng thì mới tạo được sự đồng thuận xã hội – mục tiêu cao nhất mà mọi chính sách hướng đến. Đồng thuận xã hội là sự đồng tình, nhất trí với nhau của đại đa số thành viên trong xã hội về một vấn đề nào đó trên cơ sở đó các thành viên này gắn kết chặt chẽ, thống nhất ý kiến và hành động của mình nhằm đạt được mục đích chung. Như vậy, đồng thuận xã hội là điều kiện để có sự ổn định và phát triển bền vững.

*Thứ ba*, phương thức, nội dung truyền thông chính sách đều phải căn cứ trên điều kiện thực tiễn của công chúng để triển khai thực hiện. Tính quyết định của công chúng thể hiện ở chỗ mọi thông điệp truyền thông chính sách đều phải dựa trên đặc điểm nhận thức, tiếp nhận, các khả năng phản ứng và phản hồi của công chúng cũng như điều kiện sống, đặc thù công việc của họ.

Ở chiều ngược lại, nhà hoạch định chính sách, nhà truyền thông cũng cần chú trọng công tác đào tạo, hỗ trợ trực tiếp nhằm giúp người dân nâng cao hiểu biết và có thể tăng cường các kỹ năng tiếp cận chính sách một cách hiệu quả nhất. Nhà truyền thông phải đặc biệt quan tâm đến thói quen, hiểu biết, tâm trạng... của công chúng trong các vấn đề mà chính sách tác động đến, phán đoán các chiều hướng của dư luận xã hội. Truyền thông phải liên tục và linh hoạt, bám sát diễn biến của dư luận xã hội để có sự phân tích, lý giải, định hướng kịp thời. Người thiết kế nội dung và hình thức thông điệp truyền thông chính sách phải xem xét khả năng tiếp nhận và thích ứng trong từng thời điểm của công chúng, tức là phải có hiểu biết tâm lý tiếp nhận của nhóm công chúng mà chính sách tác động tới.

+ Để hạn chế đến mức thấp nhất việc tìm kiếm kinh tế báo chí từ các nhóm lợi ích ảnh hưởng tới quá trình thông tin chính sách, cũng cần nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cơ quan báo chí, nhất là người đứng đầu trong thực hiện các chức năng báo chí. Đồng thời, cần nâng cao trình độ chuyên môn và trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp của mỗi nhà báo trong quá trình thực thi nhiệm vụ được giao.

#### KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia và quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia trên báo chí ở Việt Nam là một điển hình về ảnh hưởng, vai trò của báo chí trong quá trình truyền thông chính sách. Quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia trên báo chí, theo đánh giá của NCS, đã đi từ thành công, đến thất bại, rồi lại trở nên thành công. Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia phải trải qua thời gian dài, tới hơn 10 năm mới được Quốc hội thông qua. Khi thông qua, nhiều nội dung căn bản, tiến bộ của dự thảo Luật đã không còn được đưa vào Luật. Tuy nhiên, chỉ với 1 quy định về nồng độ cồn trong máu người điều khiển phương tiện tham gia giao thông, chỉ sau 3 năm triển khai trong thực tế, nhận thức của người dân Việt Nam về tác hại của rượu, bia đã hoàn toàn thay đổi. Thói quen sử dụng rượu, bia trong cuộc sống; vẫn điều khiển phương tiện tham gia giao thông khi đã sử dụng rượu, bia... ở mọi đối tượng, mọi lứa tuổi, mọi vùng miền ở Việt Nam đã thay đổi gần như 100%. Điều này không hoàn toàn đến từ thay đổi trong nhận thức của người dân khi tiếp nhận Luật Phòng, chống tác hại của rượu,

bia qua báo chí, mà phần lớn đến từ tác động của quá trình thực thi pháp luật của các cơ quan chức năng. Tuy nhiên, toàn bộ quá trình thực thi pháp luật của các cơ quan chức năng có sự đồng hành của báo chí. Báo chí đã tạo nên một làn sóng ủng hộ các quy định về phòng, chống tác hại của rượu, bia vô cùng mạnh mẽ và sôi động. Bản thân quá trình các nhà báo tác nghiệp về đề tài này cũng không bị giới hạn về đề tài, về phạm vi thông tin. Báo chí gần như đáp ứng tuyệt đối nhu cầu thông tin cũng như nhu cầu phản hồi thông tin của độc giả khi truyền thông về vấn đề tác hại của rượu, bia. Ở khía cạnh khác, báo chí cũng không thông tin một chiều, cực đoan đối với nhu cầu sản xuất, phát triển thị trường của các hãng sản xuất, tiêu thụ rượu, bia cũng như những ý kiến phản biện của các chuyên gia, các vị đại biểu Quốc hội...

Quá trình nghiên cứu đề tài “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia” của NCS trùng khớp với khoảng thời gian chứng kiến sự thay đổi mạnh mẽ và hiệu quả trong nhận thức của công chúng đối với tác hại của rượu, bia. Toàn bộ quá trình, từ khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia có hiệu lực thi hành (1/1/2020) đến các cao điểm ra quân của lực lượng Cảnh sát giao thông toàn quốc xử phạt các trường hợp người điều khiển phương tiện giao thông có nồng độ cồn trong máu, đến các thay đổi trong nhận thức của người dân, các thay đổi trong chỉ đạo của Chính phủ về truyền thông chính sách đều được NCS tiến hành khảo sát. Có thể khẳng định, hiếm có một đề tài nghiên cứu nào mà lại đề cập đến vấn đề phổ quát, được mọi người dân, mọi cơ quan chức năng đều biết đến và đều có thể đưa ra các bình luận, nhận xét như đề tài liên quan đến tác hại của rượu, bia. Tuy nhiên, do giới hạn của quá trình nghiên cứu, NCS đã lựa chọn một số báo nhất định, một số mẫu nhất định, mang tính điển hình để tiến hành đánh giá, phân tích và phỏng vấn. Bằng các phương pháp tiếp cận của chuyên ngành Báo chí học và các khoa học liên ngành, cụ thể là phương pháp phỏng vấn sâu, phương pháp sử dụng bảng hỏi để điều tra công chúng, phương pháp thống kê, so sánh..., Luận án đã làm rõ mục đích của đề tài nghiên cứu “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia”.

Từ các câu hỏi nghiên cứu, giả thuyết nghiên cứu, cơ sở lý luận, thực tiễn nghiên cứu, Luận án đưa ra kết luận tổng quát về Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia như sau:

1. Tiếp cận các công trình nghiên cứu trong nước và nước ngoài cho thấy, nghiên cứu về tác hại của rượu, bia không phải là vấn đề mới. Đã có nhiều công trình nghiên cứu trong nước và trên thế giới phân tích sâu sắc về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe con người, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội cũng như kinh tế. Đặc biệt, hàng năm, Tổ chức Y tế thế giới đều có các báo cáo đánh giá toàn diện về tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe con người tại tất cả các quốc gia, châu lục trên thế giới. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu cũng khẳng định rượu, bia là một phần trong sinh hoạt của cuộc sống trong người, có yếu tố lịch sử. Rượu, bia đã tồn tại hàng ngàn năm, trở thành một nét văn hóa ở nhiều quốc gia. Khi xã hội phát triển, nhu cầu sử dụng rượu, bia của xã hội tăng lên, kèm theo các nguy cơ xấu từ rượu, bia tới sức khỏe, tới trật tự an toàn giao thông... tăng lên thì các cơ quan chức năng mới gia tăng mức độ và cấp độ cảnh báo về tác hại của rượu, bia. Nhiều quốc gia đã có các nghiên cứu tổng thể làm căn cứ ban hành các đạo luật ngăn chặn tác hại của rượu, bia tới sức khỏe của cộng đồng và tới trật tự an toàn giao thông. Một số nghiên cứu trên thế giới đề cập ở mức độ nhất định các đánh giá về ảnh hưởng của truyền thông tới việc sử dụng rượu, bia của công chúng, như tăng quảng cáo rượu, bia sẽ tăng nhu cầu sử dụng; giảm thời lượng quảng cáo rượu, bia sẽ giảm lượng tiêu thụ rượu, bia... Một số nghiên cứu cũng chỉ ra thói quen sử dụng rượu, bia ở một bộ phận giới trẻ là do học theo quảng cáo trên ti vi, trên phim ảnh. Còn tại Việt Nam, ngoài một số luận văn, luận án bắt đầu nghiên cứu trong thời gian gần đây, hầu như chưa có 1 nghiên cứu nào đề cập riêng tới vai trò của báo chí trong quá trình truyền thông chính sách về tác hại của rượu bia.

Qua các kết quả khảo sát, nghiên cứu, NCS đã có thể chứng minh và trả lời được các câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu đã đặt ra. Theo đó, với câu hỏi thứ nhất “*Báo chí đã truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia như thế nào?*” Câu trả lời là báo chí Việt Nam tập trung tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về Phòng chống tác hại của rượu, bia; Phản ánh việc thực thi

chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia; Nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia; Thông tin về tác hại của rượu, bia (bao gồm tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội); Phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia và Xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia”. Điều này cũng đồng thời trả lời cho tính phù hợp của Giả thuyết nghiên cứu thứ nhất: *“Khi thông tin về tác hại của rượu, bia, báo chí tập trung phản ánh tác hại của rượu bia trên 3 khía cạnh chính là: tác hại của rượu, bia đối với sức khỏe; tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn giao thông và tác hại của rượu, bia đối với trật tự an toàn xã hội”*.

2. Ở câu hỏi nghiên cứu thứ hai *“ Những thách thức cần giải quyết khi báo chí thông tin về vấn đề tác hại của rượu, bia?”*, NCS áp dụng phương pháp thống kê, nghiên cứu tài liệu để phân tích và chứng minh được rằng, các thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí là nhất quán trong mọi thời điểm. Tuy nhiên, báo chí gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình truyền thông về tác hại của rượu, bia như: rượu, bia đã ăn sâu vào thói quen tiêu dùng, sử dụng của người dân; thói quen không tự giác tuân thủ pháp luật của một bộ phận người dân khi tham gia giao thông; tâm lý nể nang của người sử dụng rượu, bia; thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí phụ thuộc vào các cao điểm ra quân của các lực lượng chức năng; công chúng chưa thật sự quan tâm tới các thông tin trên báo chí về tác hại của rượu, bia.... Đây là những thách thức Điều này cũng đồng thời trả lời cho tính phù hợp của Giả thuyết nghiên cứu thứ 2 *“Báo chí gặp nhiều khó khăn khi truyền thông về tác hại của rượu, bia”*.

3. Để trả lời câu hỏi *“Người dân có thay đổi nhận thức, hành vi khi tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia từ báo chí hay không?”* NCS áp dụng Thuyết thiết lập Chương trình nghị sự, Thuyết mũi kim tiêm, Thuyết sử dụng và hài lòng để phân tích và khẳng định: nhận thức của người dân đã thay đổi rất lớn khi tiếp nhận các thông tin về tác hại của rượu, bia qua báo chí. Từ đó, công chúng đã điều chỉnh

hành vi như: không còn uống rượu, bia trước khi tham gia giao thông; vận động người thân hạn chế sử dụng rượu, bia; không còn coi sử dụng rượu, bia như là một nghi thức ngoại giao cần thiết trong mọi sinh hoạt cộng đồng. Điều này phù hợp với Giả thuyết nghiên cứu thứ ba *“Công chúng đã thay đổi nhận thức, hành vi khi tiếp nhận thông tin về tác hại của rượu, bia từ báo chí”*.

4. Đối với câu hỏi 4 *“Thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí được thể hiện như thế nào?”*, NCS đã tiến hành khảo sát số liệu từ các báo báo, phỏng vấn nhiều nhà báo là những người trực tiếp đưa tin, viết bài về quá trình Quốc hội thảo luận, thông qua dự thảo Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia; nhiều đại biểu Quốc hội; nhiều chuyên gia y tế, luật pháp cũng như nhiều độc giả có quan tâm tới đề tài này, hầu hết các ý kiến đều nhận định số lượng các bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo chí là rất lớn. Tuy nhiên, điều này mới chỉ đáp ứng một phần nhu cầu thông tin của công chúng. Bên cạnh đó, báo chí thông tin về tác hại của rượu, bia còn mang tính “thời vụ”. Báo chí còn có thể làm tốt hơn nữa chức năng, nhiệm vụ của mình khi truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia nếu có giải pháp đổi mới nội dung và hình thức thông tin. Điều này trả lời cho Giả thuyết nghiên cứu thứ 4 *“Thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí còn đơn điệu, không thường xuyên, phụ thuộc nhiều vào các cao điểm ra quân của các cơ quan chức năng”*.

5. Đối với câu hỏi 5 *“Báo chí có thể nâng cao hơn nữa hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia bằng cách đổi mới nội dung và hình thức hay không?”*, câu trả lời là “hoàn toàn có thể”. Dư địa để báo chí truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia rất lớn, nhu cầu của công chúng đối với đề tài này rất phong phú. Hơn nữa, việc sử dụng rượu, bia cũng như các chính sách của Nhà nước đối với phòng, chống tác hại của rượu, bia là một vấn đề thường trực, thiết thực. Do đó, báo chí hoàn toàn có thể nâng cao hơn nữa hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia. Điều này trả lời cho Giả thuyết nghiên cứu thứ 5 *“Báo chí có thể nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về tác hại của rượu, bia tới công chúng bằng cách đổi mới nội dung và hình thức thông tin”*.



Từ các kết quả nghiên cứu và kết luận này, NCS đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách của báo chí nói chung và hiệu quả truyền thông của báo chí đối với vấn đề tác hại của rượu, bia như sau:

*Một là*, đối với những chính sách còn có quan điểm khác nhau, báo chí cần thông tin khách quan, đa chiều, nội dung phải dễ hiểu và thu hút sự quan tâm của công chúng.

*Hai là*, báo chí phải đảm bảo truyền tải trung thực, khách quan những nội dung Quốc hội, Chính phủ đang bàn bạc, thảo luận, tránh giật tít, câu khách khi thông tin về những chính sách đang thu hút sự quan tâm lớn của dư luận.

*Ba là*, báo chí tạo ra các diễn đàn trao đổi ý kiến công khai, thẳng thắn giữa những người làm chính sách, cơ quan ban hành chính sách, cơ quan thẩm định chính sách với đông đảo người dân, doanh nghiệp.

*Bốn là*, qua các công cụ của mình, báo chí phải là nơi chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm của công chúng về những chính sách đã, đang và sẽ tác động trực tiếp tới đời sống của công chúng, tạo cơ hội để hình thành dòng thông tin phản biện xã hội, góp phần hoàn thiện chính sách.

*Năm là*, báo chí là kênh thông tin rộng lớn và nhanh nhất cung cấp thông tin cho công chúng về quá trình xây dựng, thực thi các chính sách đó. Bởi vậy, báo chí cũng cần thực hiện tốt chức năng giám sát, phản biện chính sách. Từ việc xây dựng chính sách, báo chí cần tổ chức diễn đàn để người dân, chuyên gia, doanh nghiệp... đóng góp ý kiến, hiến kế cũng như phản biện các dự thảo trước khi hoàn thiện các văn bản pháp luật.

*Sáu là*, khi truyền thông chính sách, báo chí cần phải chú trọng phân tích, lý giải các vấn đề thuộc chính sách để công chúng hiểu, ủng hộ rộng rãi và tự nguyện thực hiện, tạo nên sự thống nhất, đồng lòng trong xã hội để cùng thực hiện những mục tiêu chung.

*Bảy là*, phát huy mạnh mẽ hơn nữa vai trò của báo chí, truyền thông trong việc nắm bắt thông tin, tạo đồng thuận xã hội và tăng cường niềm tin của công chúng đối với chính sách.

## TIÊU KẾT CHƯƠNG 4

Vấn đề tác hại của rượu bia được tất cả các loại hình báo chí (Phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử đề cập) quan tâm, đề cập. Tuy nhiên, trong khuôn khổ luận án này, NCS mới tiến hành khảo sát, nghiên cứu đối với 02 loại hình báo chí là báo in và báo điện tử. Ở Báo in, NCS lựa chọn khảo sát 05 tờ báo, gồm: Báo Nhân dân, Báo Công an nhân dân, Báo Sức khỏe đời sống, Báo Giao thông. Ở báo điện tử, NCS khảo sát 06 tờ báo, gồm: Vnexpress.net, Vietnamnet.vn, Cand.com.vn, Suckhoedoisong.vn, Giaothong.vn. Do đó, thông qua nghiên cứu này, có thể mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo đối với hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia trên các loại hình báo chí khác là báo nói, báo hình và các cơ quan báo chí khác với những đặc thù khác.

Về mặt lý luận, Luận án sử dụng lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự, Lý thuyết đóng khung, Lý thuyết mũi kim tiêm, mô hình truyền thông 2 chiều của Claudi Shannon để tiếp cận về báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia. Việc sử dụng các lý thuyết này đã hỗ trợ hiệu quả cho NCS trong quá trình nghiên cứu và giúp NCS thu được kết quả, khẳng định các lý thuyết này là phù hợp, thuyết phục.

Về mặt thực tế, với tinh thần làm việc nghiêm túc, cầu thị và nhiệt huyết, bước đầu, NCS đã thu thập được các kết quả khảo sát, phân tích và đưa ra những đánh giá về báo chí với vấn đề tác hại của rượu bia trong thời gian qua ở nước ta. Tuy nhiên, do phạm vi khảo sát của luận án mới chỉ dừng lại ở 2 loại hình báo chí, thêm nữa, quá trình nghiên cứu của NCS liên tục gặp phải các cao điểm bùng phát dịch Covid -19 trên địa bàn cả nước khiến cho những kết quả mà NCS đạt được chỉ có thể nói là bước đầu, còn phải được tiếp tục nghiên cứu toàn diện hơn, trong thời gian dài hơn.

NCS rất mong nhận được sự quan tâm, hướng dẫn, chỉ bảo của các Thầy, các Cô, các Nhà khoa học, các Nhà nghiên cứu, các nhà lãnh đạo, quản lý để Luận án ngày càng hoàn thiện hơn!

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN  
LUẬN ÁN**

1. Vu Hong Thuy (2022), “Vietnamese media with changing people’s alcohol use habit”, *2<sup>nd</sup> International antalya scientific research and innovative studies congress held on March 17-21*, Antalya, Turkey, pp. 465-474, ISBN: 978-625-8377-14-9.
2. Vu Hong Thuy (2022), “Media message about the hazards of alcoholic beverages in the Vietnamese media”, *ATLAS 9th International social sciences congress held*, July 09-10, Barcelona, Spain, pp.318-328, ISBN: 978-625-8323-77-1.
3. Vu Hong Thuy (2022), “Issues of harmful effects of alcohol and beer in some newspapers in vietnam”, *Internationa science conference the first confrenece on social science and humanity matters*, Ha Noi, pp.226-246.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tiếng Việt

1. Hoàng Anh (2003), *Một số vấn đề về sử dụng ngôn từ trên báo chí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
2. Lương Mai Anh (2016) “*Hướng dẫn sử dụng rượu bia an toàn phòng chống tai nạn giao thông*” (tài liệu tham khảo đào tạo cử nhân y tế công cộng), Nxb Y học, Hà Nội.
3. Lương Mai Anh (2016), *Tài liệu tham khảo đào tạo cử nhân y tế công cộng*, Nxb Y học, Hà Nội.
4. Ban Bí thư Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (1992), *Chỉ thị số 08-CT/TW ngày 31/3/1992 của Ban Bí thư Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam về tăng cường năng lực lãnh đạo và quản lý nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác báo chí, xuất bản*. Hà Nội.
5. Ban Tuyên giáo Trung ương (2007), *Tăng cường lãnh đạo, quản lý, tạo điều kiện để báo chí Việt Nam phát triển mạnh mẽ, vững chắc trong thời gian tới*, Hà Nội.
6. Báo cáo của Viện Nghiên cứu Phòng chống Ung thư Việt Nam, năm 2012.
7. Bộ Y tế (2019), “*Hỏi đáp về phòng chống tác hại của rượu bia*”, Nxb Y học, Hà Nội.
8. Bộ Văn hoá - Thông tin (1998), *Báo cáo Tổng kết 8 năm thi hành Luật Báo chí*, Hà Nội.
9. Bộ Y tế (2018), *Báo cáo số 914/BC-BYT ngày 6/9/2018. Báo cáo tổng quan pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu bia*, Hà Nội.
10. Bộ Y tế (2018), *Báo cáo số 916/BC-BYT ngày 6/9/2018 của Bộ Y tế đánh giá tác động của chính sách trong Dự án Luật, Phòng chống tác hại của rượu bia*, Hà Nội.
11. Bộ Y tế (2016), “*Hỏi đáp về phòng chống tác hại của rượu bia*”, Nxb Y học, Hà Nội.
12. Bộ Y tế, Cục Y tế dự phòng (2014), “*Điều tra sức khoẻ học sinh trong trường học năm 2013*”

13. Bộ Y tế, Cục Quản lý khám chữa bệnh (2014), *"Điều tra quốc gia một số yếu tố nguy cơ bệnh không lây nhiễm năm 2009 - 2010"*.
14. Bộ Giao thông vận tải (2016), *"Phòng chống tai nạn giao thông do rượu, bia, thuốc lá và các chất kích thích khác"*, Nxb Giao thông vận tải, Hà Nội.
15. Lê Văn Ba (2007), *Phía sau nghề báo, nhà báo*, Nxb Phụ nữ, Hà Nội.
16. Nguyễn Trọng Báu (1995), *Biên tập ngôn ngữ sách và báo chí*, Nxb Quân đội nhân dân, Hà Nội.
17. Lê Thanh Bình (2004), *Quản lý và phát triển báo chí xuất bản*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
18. Chính phủ, Nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Báo chí và các văn bản hướng dẫn thi hành*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
19. Chính phủ, Nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2019), *Nghị định 100/2019/NĐ-CP ngày 30/12/2019 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ và đường sắt*, Hà Nội
20. Chỉ thị số 22 - CT/TW ngày 17/10/1997 về tiếp tục đổi mới và tăng cường sự lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản, Hà Nội.
21. Ts. Phạm Hải Chung (2019), *Lý thuyết truyền thông chính sách*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
22. Đàm Viết Cương, Vũ Thị Minh và cộng sự, Viện Chiến lược và Chính sách y tế (2006), *"Đánh giá tình hình lạm dụng rượu bia tại Việt Nam"*, Nxb Y học, Hà Nội.
23. Hoàng Đình Cúc, Đức Dũng (2007), *Những vấn đề của báo chí hiện đại*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
24. Đàm Viết Cương, Vũ Thị Minh Hạnh và cộng sự (2006), *Nghiên cứu "Đánh giá tình hình lạm dụng rượu bia tại Việt Nam"*, NXB Y học, Hà Nội.
25. Hồng Chương (1992), *Tìm hiểu lịch sử báo chí Việt Nam*, Nxb Sự thật, Hà Nội.

26. Nguyễn Văn Châu (2005 - 2010), *“Nghiên cứu thực trạng tai nạn xe máy, các yếu tố liên quan đến chấn thương sọ não và hiệu quả một số giải pháp can thiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh*
27. Nguyễn Đức Dân (2007), *Ngôn ngữ báo chí - Những vấn đề cơ bản*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
28. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*, Hà Nội.
29. Đức Dũng (2010), *Báo chí và đào tạo báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
30. Đức Dũng (2009), *Phóng sự báo chí hiện đại*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
31. Đức Dũng (2000), *Sáng tạo tác phẩm báo chí*, Nxb Văn hoá - Thông tin, Hà Nội.
32. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
33. Nguyễn Văn Dũng (2011), *Báo chí truyền thông hiện đại - từ hàn lâm đến đời thường*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
34. Nguyễn Văn Dũng, Hữu Thọ, Nguyễn Thị Thoa, Lê Thị Thanh Xuân (2006), *Tác phẩm báo chí (tập 2)*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội
35. Nguyễn Văn Dũng (chủ biên), Đỗ Thị Thu Hằng (2006), *Truyền thông - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
36. Ngọc Đản (1995), *Báo chí với sự nghiệp đổi mới*, Nxb Lao động, Hà Nội.
37. Hà Minh Đức (2010), *C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin với báo chí*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
38. Hà Minh Đức (2000), *Cơ sở lý luận báo chí, đặc tính chung và phong cách*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
39. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Báo Đại biểu nhân dân, Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2017) *“Truyền thông chính sách, kinh nghiệm Việt Nam - Hàn Quốc”*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
40. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Cổng thông tin điện tử Chính phủ, Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2018), *“Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội”*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

41. Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2006), *Những vấn đề về lý luận chính trị và truyền thông: Nhận thức và vận dụng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
42. Hội Nhà báo Việt Nam (1998), *Trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ công dân của Nhà báo*, Hội Nhà báo Việt Nam, Hà Nội.
43. Hội Nhà báo Việt Nam (2003), *Báo chí với cuộc đấu tranh chống tiêu cực*, Hội Nhà báo Việt Nam, Hà Nội.
44. Hội Nhà báo Việt Nam (2015), *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Báo chí và mạng xã hội”*, Hà Nội.
45. Nguyễn Văn Hà (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh.
46. Trần Sơn Hà (2016), Luận án tiến sĩ “*Quản lý nhà nước về trật tự, an toàn giao thông đường bộ ở Việt Nam hiện nay*”, Hà Nội
47. Vũ Quang Hào (2004), *Báo chí và đào tạo báo chí Thuyết Điển*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
48. Vũ Quang Hào (2012), *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
49. Đỗ Phú Hải (2017), *Tổng quan về chính sách công*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
50. Nguyễn Đình Hậu (2016), *Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội
51. Đỗ Thu Hằng (2013), *Giáo trình tâm lý học báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
52. Đỗ Thu Hằng (Chủ biên, 2015), *Giáo trình báo chí điều tra*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
53. Đỗ Thu Hằng (Chủ biên, 2015), *Tác phẩm báo chí điều tra tuyển chọn và phân tích*, Lý luận chính trị, Hà Nội.
54. Đinh Thị Thúy Hằng (2008): *Báo chí thế giới xu hướng phát triển*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
55. Đinh Thuý Hằng (Chủ biên, 2008), *PR- Lý luận và ứng dụng*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.

56. TS. Nguyễn Quang Hoà (2021), *Biên tập báo chí*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
57. Ts. Nguyễn Quang Hoà (2019), *Những kiến thức cơ bản về tạp chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
58. Ts. Nguyễn Quang Hoà (2021), *Sản phẩm truyền thông in ấn*, Nxb Lao động, Hà Nội.
59. Ts. Nguyễn Quang Hoà (2016), *Tổ chức và hoạt động cơ quan báo chí - Thực tiễn và xu hướng phát triển*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
60. Vũ Đình Hoà (Chủ biên, 2000), *Truyền thông đại chúng trong công tác lãnh đạo, quản lý*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
61. Lương Khắc Hiếu (2008), *Nguyên lý công tác tư tưởng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
62. Lương Khắc Hiếu (1999), *Dư luận xã hội trong sự nghiệp đổi mới*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
63. BS Trần Hoàng Hiệp, Th.s Nguyễn Cao Luân (2018), “*Nguy cơ từ thuốc lá, rượu bia và tía bức xạ*”, Nxb Kim Đồng.
64. Đỗ Quang Hưng (Chủ biên) (2001). *Lịch sử báo chí Việt Nam 1865-1945, xuất bản lần thứ hai*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
65. Phạm Thành Hưng (2007), *Thuật ngữ báo chí - truyền thông*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
66. Bùi Thu Hương (2018), *Tuyên truyền vận động các vấn đề xã hội - một cách tiếp cận thực hành*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
67. Đinh Văn Hường (1997), *Một số vấn đề về thể loại báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
68. Đinh Văn Hường (1997), *Một số vấn đề về thể loại báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
69. Đinh Văn Hường (2011), *Các thể loại báo chí thông tấn*, Nxb Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
70. Nguyễn Thị Trường Giang (2010), *Báo mạng điện tử - Những vấn đề cơ bản (sách chuyên khảo)*, Nxb Chính trị - Hành chính, Hà Nội.



71. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Báo mạng điện tử - Những vấn đề cơ bản*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
72. Nguyễn Thị Trường Giang (2011), *Đạo đức nghề nghiệp của nhà báo*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
73. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Tổ chức diễn đàn trên báo mạng điện tử*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
74. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Báo mạng điện tử- Những vấn đề cơ bản*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
75. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *100 bản quy tắc đạo đức nghề báo trên thế giới*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
76. Ts. Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
77. Hồ Xuân Mai (2014), *Ngôn ngữ báo chí và biên tập báo*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
78. Nguyễn Trí Nhiệm, Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Báo mạng điện tử - đặc trưng và phương pháp sáng tạo*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
79. PGS.TS Lưu Bích Ngọc, PGS.TS Nguyễn Thị Thiêng, Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2018), *“Tiêu dùng rượu bia ở Việt Nam: Một số kết quả điều tra quốc gia”*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
80. Quốc hội, Nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2019), *Luật Phòng chống tác hại của rượu bia*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
81. Hà Huy Phượng, Vũ Thanh Vân, Nguyễn Thị Trường Giang, Nguyễn Xuân Phong (2019), *Truyền thông chính sách năng lực tiếp nhận của công chúng*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
82. Trần Quang (2001), *Làm báo: Lý thuyết và thực hành*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
83. Trần Quang (2000), *Các thể loại báo chí chính luận*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

84. Trần Hữu Quang (2004), *Xã hội học truyền thông đại chúng*, Nxb Đại học quốc gia, Hà Nội.
85. Dương Xuân Sơn (2016), *Các loại hình báo chí truyền thông*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
86. Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hương, Trần Quang (2004), *Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội (tái bản 2007), Hà Nội.
87. Trường Đại học KHXH & NV, Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông (2020), *Báo chí truyền thông - Những vấn đề trọng yếu*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
88. Tạ Ngọc Tấn (2007), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
89. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb Chính trị quốc gia Hà Nội.
90. Đinh Thuận (2014), *Kỹ năng cho người làm báo*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
91. Nguyễn Duy Quý (2006), *Đạo đức xã hội ở nước ta hiện nay - Vấn đề và giải pháp*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
92. Nguyễn Thế Kiệt (2005), *Đạo đức người cán bộ lãnh đạo chính trị hiện nay, thực trạng và giải pháp*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
93. Một số văn bản chỉ đạo và quản lý của Đảng, nhà nước về hoạt động báo chí: *Tài liệu bồi dưỡng chức danh viên chức phóng viên, biên tập viên* (2010), Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
94. Lê Chi Mai (2001), *Những vấn đề cơ bản về chính sách và quy trình chính sách*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh.
95. Nguyễn Ngọc Thạch (2015) “*Nghiên cứu các giải pháp đồng bộ nhằm tăng cường an toàn giao thông đường bộ ở Việt Nam*”, Hà Nội.
96. Ts. Nguyễn Tri Thức (2020), *Báo chí trí tuệ - Từ 5W đến 5I, một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
97. Gs. Ts. Tạ Ngọc Tấn (2021), *Báo chí, truyền thông hiện đại*, Nxb Chính trị Quốc gia sự thật, Hà Nội.
98. Phí Thị Thanh Tâm (2015), *Luận án Tiến sỹ Luật học, Hoàn thiện pháp luật về báo chí ở Việt Nam hiện nay*. Hà Nội.

99. Huỳnh Văn Tông (1973), *Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến 1930*, Nxb Trí Đăng, Sài Gòn.
100. Trần Quang Tuynh (2013), Nghiên cứu “*Ảnh hưởng của yếu tố tự nhiên và yếu tố xã hội đến sức khoẻ con người và vấn đề nâng cao sức khoẻ con người Việt Nam hiện nay*”, Hà Nội.
101. TS. Lương Ngọc Vĩnh (2021), Giáo trình “*Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*”, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
102. Nguyễn Thế Kỷ (2012), *Công tác lãnh đạo quản lý báo chí trong 25 năm tiến hành sự nghiệp đổi mới*, Nxb Chính trị quốc gia- Sự thật, Hà Nội.
103. A.A.Chertuchonui (2002), *Các thể loại báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
104. A.A.Chertuchonui (2004), *Báo chí điều tra*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
105. Beyond News (2015), *Hơn cả tin tức - Tương lai của báo chí*, Nxb Trẻ, Tp. Hồ Chí Minh.
106. Brigitte Besse, Didier Desormeaux (2003), *Phóng sự truyền hình*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
107. G. Endruweit và G.Trommsdorff (2002), *Từ điển Xã hội học*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
108. Harold Lasswell (1927), *Quyền năng bí ẩn*, Nxb Thông tin truyền thông, Hà Nội.
109. Healthbride (2014), *Báo cáo tổng quan tài liệu về ảnh hưởng của quảng cáo, khuyến mại, tài trợ rượu bia đến sử dụng bia và tai nạn giao thông liên quan đến rượu bia*
110. Nick Davies (2011), *Tin tức Trái đất phẳng*, Nxb Dân trí, Hà Nội.
111. E.P.Prokhorop (2004), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
112. Eric Fikhtelius (2002), *Mười bí quyết, kỹ năng nghề báo*, Nxb Lao động, Hà Nội.
113. Philippe Bretton, Serge Proilx (1996), *Bùng nổ truyền thông - Sự ra đời một ý thức hệ mới*, Nxb Văn hoá thông tin, Hà Nội.
114. Philippe Gaillard (2003), *Nghề làm báo*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.

115. Alison Theaker - Heather Yaxley (2018), *Bộ Công cụ chiến lược quan hệ công chúng*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật.
116. Armand & Michèle Mattelart (2018), *Lịch sử các lý thuyết truyền thông*, Nxb Tri thức, Hà Nội.
117. Arnaud Mercier (Chủ biên, 2020), *Truyền thông chính trị*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
118. Daniel Bougnoux (2017), *Nhập môn khai phá các ngành khoa học truyền thông*, Nxb Tri thức, Hà Nội.
119. Mark Tungate (2007), *Bí quyết thành công của những thương hiệu truyền thông hàng đầu thế giới*, Nxb Trẻ, Hà Nội.
120. The Missouri Group (2007), *Nhà báo hiện đại*, Nxb Trẻ, Tp. Hồ Chí Minh.
121. Granford Kiliau (1999), *Writing for the web (Viết cho web)*, Vũ Thị Minh Nguyệt dịch, Nxb. Self – Counsel.

### **Tiếng Anh**

122. Adi, A. & Moloney, K. (2012), “The importance of scale in Occupy movement protests: a case study of local Occupy protest as a tool of communication through public relations and social media”, *Revista International de Relaciones Publicas*, 4 (II).
123. Adi, A. (2015), “Occupy PR: An analysis of online media communications of Occupy Wall Street and Occupy London”, *Public Relations Review*.
124. Ana Adi (2019), “Protest public relations communicating dissent and activism”, *Protest public relations communicating dissent and activism*, Routledge.
125. Annelise Russell, Maraam Dwidar và Bryan D. Jones (2016) *The Mass Media and the Policy Process*.

<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.240>

126. Baringhorst, S. (2009), "Introduction: Political campaigning in changing media cultures", In S. Baringhorst, V. Kneip & J. Niesyto (eds), *Political campaigning on the web*. Bielefeld: Transcript Verlag.
127. Berger và Reber (2005), "Gaining influence in public relations: the role of resistance in practice", Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
128. Broom, G. Cutlip, S. (2013), "Cutlip and Center's effective Public Relations", 11th ed. Harlow: Person Education.
129. Bronwyn M. Wolfaardt, Aimee L. Brownbill, Mohammad Afzal Mahmood, Jacqueline A. Bowden (2018), *The Australian NHMRC guidelines for alcohol consumption and their portrayal in the print media: a content analysis of Australian newspapers*.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1326020023002650?via%3Dihub#azph12758-bib-0003>
130. Coombs & Holladay (2012), "Fringe public relations: How activism move critical PR towards the mainstream", Public Relations Review.
131. Coombs & Holladay (2014), "It's not just PR: Public relations in society" (2nd ed.), West Sussex: Blackwell Publishing Ltd.
132. Cottle, S.R & Lester, E.A. (2011), "Transnational protests and the media", New York: Peter Lang.
133. Christine Mwangi (2018), *Media Influence on Public Policy in Kenya: The Case of Illicit Brew Consumption*.  
<https://doi.org/10.1177/2158244018764245>
134. Demetrious, K. (2013), "Public Relations, activism and social change: speaking up", *PR and activism*, London: Routledge.
135. Gregory, A. & Halff, G. (2014), Towards an historically informed Asian model of public relations, Public Relations Review.
136. GS Simon Chapman and Andrea S. Fogarty (2012), *Australian television news coverage of alcohol, health and related policies, 2005 to 2010: implications for alcohol policy advocates*.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1753-6405.2012.00933.x>

137. Holtzhausen, D.R. (2012), *Public Relations as activism: postmodern approaches to theory and practice*. New York: Routledge.
138. J.-N. & Sriramesh, K. (2009), "Activism and public relations", In K. Sriramesh & D. Vercic (Eds.), *The global public relations 14. Kim, handbook, revised and expanded edition: theory, research and practice*, New York: Routledge.
139. L'Etang (2004), "Public relations in Britain: a history of professional practice in the 20th century", Lawrence Earlbaum Associates, London.
140. Martinelli, D.K. (2014), "The intersection of public relations and activism: a multi-national look at suffrage movements", In B.ST. John III, M.O. Lamme and J. L'Tang (Eds.), *Pathways to public relations: histories of practice and profession*, pp.206-223 . Oxon: Routledge.
141. Micheal O'Brien (2019), "Activist as pioneers in PR historical frameworks and the suffragette movement. Chapter in Ana Adi", *Protest public relations communicating dissent and activism: An introduction, in trong Protest public relations communicating dissent and activism*, Routledge.
142. Moloney, K. (2006), "Rethinking public relations: PR propaganda and democracy", 2nd ed, London: Routledge.
143. Nguyen Thi Thanh Huyen & Nguyen Hoang Anh (2019), "Activist PR in Vietnam: Public participation via Facebook to save 6,700 trees. Chapter in Ana Adi (2019)", *Protest public relations communicating dissent and activism: An introduction, in trong Protest public relations communicating dissent and activism*, Routledge.
144. Artem Cheprasov, "What is scientific research?".  
<https://study.com/academy/lesson/what-is-scientific-research.html>
145. Britannica, <https://www.britannica.com/topic/Hays-Office>
146. Burgess, R.G (2000), *In the field: an introduction to field research*, London.

147. Bruce Fink (1995), *The Lacanian Subject: Between Language and Jouissance*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
148. Carl Jung (2008), *Contribution to Analytical*, Hesperides Press.
149. Claude Levi Strauss (1963), "Structural Anthropology", *Translated by Claire Jacobson and Brooke Grundfest Schoepf*, New York: Doubleday Anchor Books.
150. Colin MacCabe (1974), "Realism and the Cinema: Notes on some Brechtian theses", *Screen*, Volume 15, Issue 2, 1 July 1974.
151. Communication Studies.  
[https://wn.com/communication studies](https://wn.com/communication%20studies)
152. Creswell, J. W. (2008), "Educational Research: Planning conducting, and evaluating quantitative and qualitative research" (3rd ed.), Upper Saddle River: Pearson.
153. Curran and J & Park, M.J (2000), "De-Westernzing media studies". New York. Routledge. Dabbs, J.M. Jr. (1982), *Making things visibe*. Varieties of Qualitive Research, Beverley Hills.
154. David Herman (1995), "Universal Grammar and Narrative Form", Duke University Press. Denzin, N. & Lincoln, Y. (2000), *Handbook of Qualitative Research*.
155. Dean C. Barnlund, "Transactional Model of Communication," in Kenneth K. Sereno and C. David Mortensen, eds., *Foundations of Communication Theory*, New York.
156. Farooq Jan Mangal (2022), *Case Study: Role of Media in Policy Making: Special Reference to Afghanistan*.  
<https://ijrah.com/index.php/ijrah/article/view/111/231>
157. Fiske J. (1987), "Television Culture", London. Mathuen & Co.
158. F. El-Jardali, Lama Bou Karroum, Lamy Bawab, Ola Kdouh, Farah El-Sayed, Hala Rachidi, Malak Makki (2015), *Health Reporting in Print Media in Lebanon: Evidence, Quality and Role in Informing Policymaking*.

- <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0136435>
159. F Houn, M A Bober, E E Huerta, S D Hursting, S Lemon, và D L Weed (1995), *The Association between Alcohol and Breast Cancer: Popular Press Coverage of Research*.
- <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1615825/pdf/amjph00446-0044.pdf>
160. Hall, S. (1997), "Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series)", *Open University Press*, London.
161. Harper, S. & Porter, V. (1999), "Cinemas audience tastes in 1950s Bristain", *Journal of Popular Bristish Cinema II*, pp.66-82.
162. R. Hassan (1985), "The culture of postmodernism, theory, culture, and society", *Social Science*, Vol 5.
163. Heilbrunn Timeline of Art History, Nineteenth-Century French Realism.  
[https://www.metmuseum.org/toah/hd/rism/hd\\_rism.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/rism/hd_rism.htm).
164. Hodge, et al (2002), "Utilizing Traditional Storytelling to Promote Wellness in American Indian Communities", *California University Press*.
165. Ina Bertrand & Peter Hughes (2005), "Media Research Methods: Audiences, Institutions, Texts, Palgrave Macmillan".
166. Jacques Lacan (1977), "Écrits: A Selection, Alan Sheridan, trans", *Tavistock Publications Limited*, London.
167. Jaklin Elliott, Andrew John Forster, Joshua McDonough, Kathryn Bowd and Shona Crabb (2017), *An examination of Australian newspaper coverage of the link between alcohol and cancer 2005 to 2013*.  
<https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-017-4569-0#Sec10>
168. John Vivivas (1997), *The media of communication*, fourth edition, Allyn & Bacon, pp.369-375.
169. J. Nicholls (2011), *UK news reporting of alcohol: An analysis of television and newspaper coverage*.  
<https://doi.org/10.3109/09687631003796453>



170. Jubilee Issue (2007), "Media Institutions as a Research Field", *Nordicom Review*, pp.149-156.
171. Kozloff (1992), *Narrative theory and television, Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary*.
172. Merrill, J.C... 1991, "Global Journalism", London. Longman Publishing Group
173. Nordenstreng K. (1969), "A Report On Radio and Television Research and Journalism Education in the Soviet Union", Sage Publications, *International Communication Gazette*. vol. 15
174. PH Lemmens, P A Vaeth và T K Greenfield (1999), *Coverage of beverage alcohol issues in the print media in the United States, 1985-1991*.  
<https://doi.org/10.2105/AJPH.89.10.1555>
175. Roland Barthes (1981), *Introduction to the Structural Analysis of the Narrative*, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
176. Roppen, J. (2004), *Media Industry: Introduction to Media Economy*, Oslo: Samlaget.
177. Stuart Hall (1984), *Culture, Media, Language*, London Hutchinson.
178. Sonja L Myhre, Melissa Nichols Saphir, June A Flora, Kim Ammann Howard & Emily McChesney Gonzalez, *Alcohol coverage in California newspapers: Frequency, prominence, and framing. J. of Public Health Policy*.  
<https://doi.org/10.2307/3343193>
179. Stuart Soroka, Andrea Lawlor, Stephen Farnsworth, Lori Young (2012), *Mass Media and Policymaking*.  
[https://www.academia.edu/17913555/Mass\\_media\\_and\\_policy\\_making](https://www.academia.edu/17913555/Mass_media_and_policy_making)
180. William Keith. No.3 (2008), "On the Origins of Speech as a Discipline: James A. Winans and Public Speaking as Practical Democracy", *Rhetoric Society Quarterly* (38). pp.239-258.

181. Wilson, J. and Stan. L. R (1995), “Mass Media/mass Culture: An Introduction”, McGraw-Hill.
182. <https://www.aihw.gov.au/getmedia/79c940b1-2438-45c8-99e2-a4b593253ccd/18114.pdf.aspx?inline=true>

## PHỤ LỤC

### Phụ lục 1:

### **BẢNG MÃ THU THẬP THÔNG TIN CÁC BÀI VIẾT VỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA TRÊN BÁO CHÍ**

Đề tài nghiên cứu: “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia”

Thời gian khảo sát: Từ 1/1/2020 đến 30/6/2023 ( có khảo sát mở rộng giai đoạn từ 1/1/2028 đến 31/12/2019). Cụ thể như sau:

#### **A1. Tên các báo:**

1. Vnexpress.net;
2. Vietnamnet.vn;
3. Nhandan.vn;
4. Cand.com.vn
5. Giaothong.vn
6. Suckhoedoisong.vn;
7. Báo Nhân dân bản in
8. Báo Công an nhân dân bản in
9. Báo Giao thông bản in
10. Báo Sức khỏe đời sống bản in

#### **A2. Năm đăng tải:** từ 1/1/2020 đến 30/6/2023

( Mở rộng khảo sát giai đoạn từ 1/1/2028 đến 31/12/2019)

#### **A3. Chuyên mục:**

1. Thời sự/Thời sự-chính trị
2. Kinh tế-xã hội
2. Đời sống
3. Bình luận
4. Dẫn đàn bạn đọc
5. Chuyên mục khác

#### **A4. Thể loại tin bài**

1. Tin
2. Phóng sự
3. Phản ánh
4. Bình luận
5. Phỏng vấn
6. Xã luận
7. Khác

**A5. Nguồn gốc bài báo**

1. Nhà báo
2. Chuyên gia
4. Ý kiến bạn đọc
5. Đăng lại từ báo khác

**A6. Mục đích của bài báo**

1. Đưa tin
2. Phân tích/giải thích
3. Phê phán
4. Chia sẻ
5. Khác (ghi rõ)

**A7. Nội dung của bài báo là gì?**

1. Tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về Phòng chống tác hại của rượu, bia
2. Phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia
3. Nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia
4. Thông tin về tác hại của rượu, bia
5. Phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia
6. Xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia”

**A8. Tiêu đề bài báo có bao nhiêu chữ?**

1. Dưới 12 chữ
2. Trên 12 chữ

**A9. Loại câu sử dụng trong tiêu đề**

1. Câu tường thuật
2. Câu cầu khiến
3. Câu nghi vấn

**A10. Tiêu đề có thể hiện được chủ đề bài báo?**

1. Có
2. Không

**A11. Bài báo có sử dụng sapo không?**

1. Có
2. Không

**A12. Nội dung của sapo**

1. Thể hiện một phần
2. Thể hiện toàn bộ nội dung
3. Không thể hiện nội dung

**A13. Bài báo có sử dụng số liệu không?**

1. Có
2. Không

**A14. Nếu có số liệu thì số liệu sử dụng với mục đích gì?**

1. Cung cấp thông tin
2. Phác thảo thực trạng tình hình
3. Chứng minh cho luận điểm
4. Khác...(ghi rõ)

**A15. Số liệu trong bài được trích dẫn từ nguồn nào?**

1. Thông tin từ phía các cơ quan soạn thảo dự án Luật
2. Thông tin từ phía Quốc hội
3. Báo cáo của nghiên cứu khảo sát
4. Số liệu của báo chí
5. Số liệu do người dân, bạn đọc cung cấp
6. Khác... (ghi rõ)
7. Nhiều nguồn khác nhau

**A16. Bài báo có sử dụng hình ảnh không?**

1. Có
2. Không

**A17. Số lượng ảnh trong bài?**

**A18. Hình ảnh thể hiện chủ đề gì?**

1. Rượu, bia có tác hại
2. Rượu, bia đóng góp một phần cho nền kinh tế
3. Mức độ sử dụng rượu, bia
4. Ảnh minh họa
5. Văn bản pháp luật liên quan

**A19. Hình ảnh được lấy từ nguồn nào?**

1. Cơ quan chức năng cung cấp
2. Tòa soạn báo thực hiện
3. Phóng viên chụp
4. Trích từ nguồn khác
5. Không rõ nguồn

**A20. Bài báo có trích dẫn không?**

1. Có
2. Không

**A21. Nếu bài viết sử dụng trích dẫn, trích dẫn lấy từ nguồn nào?**

1. Tổ chức Y tế thế giới
2. Bộ Y tế/ Các bệnh viện
3. Bộ Công an
4. Quốc hội/ Các ủy ban của Quốc hội
5. Ủy ban An toàn giao thông quốc gia
6. Nạn nhân và gia đình
8. Người thân và bạn bè
9. Nhiều nguồn
10. Khác
11. Văn bản pháp luật

**A22. Trích dẫn dùng với mục đích gì?**

1. Cung cấp thông tin
2. Làm rõ luận điểm
3. Phản bác
4. Ủng hộ
5. Khác...(ghi rõ)

**A23. Thông tin của bài báo được thể hiện dưới hình thức nào? (Hình thức chuyển tải thông điệp)**

1. Chữ viết
2. Hình ảnh tĩnh
3. Hình ảnh động
4. Đồ họa
5. Âm thanh
6. Video

**A24. Tên nhân vật thể hiện trong bài viết được thể hiện như thế nào?**

1. Nêu cụ thể
2. Viết tắt
3. Đã thay đổi
4. Không nêu tên

**A25. Nạn nhân của rượu, bia được đề cập như thế nào?**

1. Bị tổn hại rất lớn về sức khỏe, tinh thần, kinh tế
2. Bất bình, lo sợ trước mức phạt nặng
3. Đáng thương, cần được chăm sóc
4. Không đề cập cụ thể

**Phụ lục 2:****KẾT QUẢ TỔNG HỢP BẢNG MÃ THU THẬP THÔNG TIN CÁC BÀI  
VIẾT VỀ TÁC HẠI CỦA RƯỢU, BIA TRÊN BÁO CHÍ**

Đề tài nghiên cứu: “Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia”

Thời gian khảo sát: Từ 1/1/2020 đến 30/6/2023 ( có khảo sát mở rộng giai đoạn từ 1/1/2028 đến 31/12/2019)

**A1. Số lượng**

Toà soạn	Giai đoạn 1/1/2018-31/12/2019		Giai đoạn 1/1/2020- 30/6/2023		Tổng	
	Số lượng (tin/bài)	Tỷ lệ %	Số lượng (tin/bài)	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ%
Vnexpress.net	342	48,07	370	51,93	712	100
Vietnamnet.vn	295	47,96	320	52,04	615	100
Báo Nhân dân (Bản in)	66	41,77	92	58,23	158	100
Báo nhân dân điện tử	78	46,42	91	53,58	169	100
Báo CAND (Bản in)	120	46,69	137	53,31	257	100
Báo CAND điện tử	132	47,82	144	52,18	276	100
Báo Sức khỏe và Đời sống (bản in)	159	40,45	234	59,46	393	100
Báo Sức khỏe và Đời sống (điện tử)	198	48,89	207	51,11	405	100
Báo Giao thông (bản in)	173	46,88	196	53,12	369	100
Báo Giao thông (bản điện tử)	182	38,47	291	61,53	473	100
Tổng	1745	100	2082	100	3827	100

**Trong đó: Số lượng tin, bài về tác hại của rượu, bia trên các báo chọn khảo sát từ 1/1/2020-30/6/2023**

Toà soạn	Giai đoạn 1/1/2020-30/6/2023	
	Số lượng (tin/bài)	Thứ tự
Vnexpress.net	370	1
Vietnamnet.vn	320	2
Báo Nhân dân (Bản in)	92	9
Báo nhân dân điện tử	91	10
Báo CAND (Bản in)	137	8
Báo CAND điện tử	144	7
Báo Sức khỏe và Đời sống (bản in)	234	4
Báo Sức khỏe và Đời sống (điện tử)	207	5
Báo Giao thông (bản in)	196	6
Báo Giao thông (bản điện tử)	291	3
Tổng	2082	

**A2. Chuyên mục:**

Tên chuyên mục	Số lượng	Tỷ lệ %
Thời sự/Thời sự chính trị/ Thời sự chính trị xã hội	500	24
Pháp luật	146	7
Đời sống	729	35
Kinh tế-xã hội	291	14
Bình luận	42	2
Diễn đàn bạn đọc	187	9
Chuyên mục khác	187	9
Tổng	2082	100



### A3. Thể loại tin bài

Thể loại tin bài	Số lượng	Tỷ lệ
Tin	718	34,5
Phóng sự	167	8
Phản ánh	1064	51,1
Bình luận	29	1,4
Phỏng vấn	87	4,2
Xã luận	15	0,7
Khác	2	0,1
Tổng	2082	100

### A4. Nguồn gốc bài báo

Nguồn gốc bài báo	Số lượng	Tỷ lệ
Nhà báo	1187	57
Chuyên gia	146	7
Ý kiến bạn đọc	167	8
Đăng lại từ báo khác	521	25
Khác	62	3
Tổng	2082	100

### A5. Mục đích của bài báo

Mục đích bài báo	Số lượng	Tỷ lệ
Đưa tin	874	42
Phân tích, giải thích	229	11
Phê phán	396	19
Chia sẻ	500	24
Khác	83	4
Tổng	2082	100

**A6. Nội dung của bài báo là gì?**

Nội dung bài báo	Số lượng	Tỷ lệ
Tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về Phòng chống tác hại của rượu, bia	345	35
Phản ánh việc thực thi chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia	335	34
Nêu gương, cổ vũ những người thực hiện tốt chính sách về phòng, chống tác hại của rượu, bia	128	13
Thông tin về tác hại của rượu, bia	807	82
Phê phán hành vi vi phạm pháp luật về phòng chống tác hại của rượu, bia	257	26
Xây dựng văn hoá “Nói không với rượu, bia”	128	13
Nội dung khác	79	8
Tổng	2082	

**A7. Tiêu đề bài báo có bao nhiêu chữ?**

Tiêu đề bài báo	Dưới 12 chữ	Trên 12 chữ
%	63%	34%

**A8. Loại câu sử dụng trong tiêu đề**

Loại câu	Số lượng	Tỷ lệ
Câu tường thuật	770	37
Câu cầu khiến	396	19

Câu nghi vấn	729	35
Một ngữ	146	7
Khác	42	2
Tổng	2082	100

#### A9. Cách đặt tít

Cách đặt tít	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Rút từ nội dung chính của bài	542	95%
Dùng con số để nhấn mạnh	371	65%
Rút từ ẩn ý của nhân vật	97	17%
Đặt ra những câu hỏi	314	55%
Dùng cấu trúc bỏ lửng mà dấu lửng hiện diện ở giữa tít	125	22%
Trích từ một câu của nhân vật trong bài	114	20%
Đưa tên riêng lên đầu tít, dành phần còn lại của tít khái quát về đặc điểm, tính chất... của tên riêng đó	308	54%
Dùng các đơn vị của ngôn ngữ dân gian như thành ngữ, tục ngữ, ca dao, dân ca...	29	5%
Trích dẫn trả lời của cấp có thẩm quyền	154	27%
Dùng những từ ngữ đang hoặc vẫn là điều bí ẩn đối với đa số độc giả	11	2%
Tạo ra một mệnh đề có vẻ ngược đời làm cho độc giả không thể không tìm hiểu	17	3%
Khác	1	0,1%
Tổng	2082	

#### A10. Tiêu đề có thể hiện được chủ đề bài báo?

Tiêu đề thể hiện chủ đề bài báo	Có	Không	Khó xác định
%	97,9	0,1	2

**A11. Bài báo có sử dụng sapo không?**

Bài báo sử dụng Sapo	Có	Không	Khó xác định
%	82	5	7

**A12. Nội dung của sapo**

Nội dung Sapo	Số lượng	Tỷ lệ
Thể hiện một phần nội dung	1811	87
Thể hiện toàn bộ nội dung	42	2
Không thể hiện nội dung	83	4
Khác	146	7
	2082	100

**A13. Chức năng của sapo**

Chức năng của Sapo	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Thu hút sự chú ý	781	90
Khởi động một luồng năng lượng để đẩy câu chuyện đi tới. Cho biết đôi điều về chủ đề của câu chuyện.	521	60
Cho thấy tầm quan trọng của câu chuyện.	651	75
Xác định nhịp độ và giọng điệu của câu chuyện. Xác định giọng điệu và thẩm quyền của người viết	43	5
Cho biết hình thức/thể loại của câu chuyện: tin thời sự, bài chuyên sâu, chân dung, phân tích hay các hình thức khác.	61	7
Khác	26	3
Tổng	2082	

**A14. Bài báo có sử dụng số liệu không?**

Bài báo sử dụng số liệu	Có	Không
%	88	12

**A15. Nếu có số liệu thì số liệu sử dụng với mục đích gì?**

Mục đích sử dụng dữ liệu	Số lượng	Tỷ lệ
Cung cấp thông tin	863	92
Phác thảo thực trạng tình hình	788	84
Chứng minh cho luận điểm	431	46
Khác	2082	

**A16. Số liệu trong bài được trích dẫn từ nguồn nào?**

Nguồn trích dẫn dữ liệu	Số lượng	Tỷ lệ
Thông tin từ phía các cơ quan soạn thảo dự án Luật	409	53
Thông tin từ phía Quốc hội	193	25
Báo cáo của nghiên cứu khảo sát	625	81
Số liệu của báo chí	54	7
Số liệu do người dân, bạn đọc cung cấp	62	8
Nhiều nguồn khác nhau	725	94
Khác	15	2
Tổng	2082	

**A17. Bài báo có sử dụng hình ảnh không?**

Bài báo sử dụng ảnh	Tổng số	Tỷ lệ %
Tin, bài không có ảnh	83	4
Tin, bài có 01 ảnh	542	26
Tin, bài có từ 02 ảnh trở lên	1395	67
Tin ảnh; phóng sự ảnh	62	3
Tổng	2082	100

**A18. Hình ảnh thể hiện chủ đề gì?**

Nội dung ảnh thể hiện	Số lượng	Tỷ lệ
Rượu, bia có tác hại	787	82
Rượu, bia đóng góp một phần cho nền kinh tế	38	4
Mức độ sử dụng rượu, bia	720	75
Ảnh minh họa	326	34
Văn bản pháp luật liên quan	173	18
Khác	38	4
Tổng	2082	

**A19. Hình ảnh được lấy từ nguồn nào?**

Nguồn ảnh	Số lượng	Tỷ lệ
Cơ quan chức năng cung cấp	500	24
Tòa soạn báo thực hiện	458	22
Phóng viên tự chụp	396	19
Trích từ nguồn khác	312	15
Không rõ nguồn	416	20
	2082	100

**A20. Bài báo có trích dẫn không?**

Trích dẫn trong bài báo	Có	Không
%	71	29

**A21. Nếu bài viết sử dụng trích dẫn, trích dẫn lấy từ nguồn nào?**

Nguồn trích dẫn	Số lượng	Tỷ lệ
Tổ chức Y tế thế giới	352	55
Bộ Y tế/ Các bệnh viện	295	46

Bộ Công an	224	35
Quốc hội/ Các ủy ban của Quốc hội	154	24
Ủy ban An toàn giao thông quốc gia	243	38
Nạn nhân và gia đình	38	6
Người thân và bạn bè	77	12
Nhiều nguồn	570	89
Văn bản luật	122	19
Khác	6	1
Tổng	2082	

**A22. Trích dẫn dùng với mục đích gì?**

Mục đích trích dẫn	Số lượng	Tỷ lệ
Cung cấp thông tin	879	95
Làm rõ luận điểm	527	57
Phản bác	65	7
Ứng hộ	592	64
Khác	19	2
Tổng	2082	

**A23. Thông tin của bài báo được thể hiện dưới hình thức nào?**

Hình thức chuyển tải thông điệp	Số lượng	Tỷ lệ
Chữ viết	947	96
Hình ảnh tĩnh	937	95
Hình ảnh động	30	3
Đồ họa	20	2
Âm thanh	118	12
Video	30	3
Tổng	2082	

**A24. Tên nhân vật thể hiện trong bài viết được thể hiện như thế nào?**

Tên nhân vật	Số lượng	Tỷ lệ %
Nêu cụ thể	1374	66
Viết tắt	146	7
Đã thay đổi	104	5
Không nêu tên	458	22
Tổng	2082	100

**A25. Nạn nhân của rượu, bia được đề cập như thế nào?**

Thông tin về nạn nhân của rượu, bia	Số lượng	Tỷ lệ
Bị tổn hại rất lớn về sức khỏe, tinh thần, kinh tế	210	79
Bất bình, lo sợ trước mức phạt nặng	42	16
Đáng thương, cần được chăm sóc	13	5
Không đề cập cụ thể	266	100
	531	



**Phụ lục 3:**

**PHIẾU KHẢO SÁT CÔNG CHÚNG**

*Kính thưa Quý vị !*

Tôi là Vũ Hồng Thuý, hiện đang công tác tại Báo Pháp luật Việt Nam. Tôi đang thực hiện Luận án tiến sỹ báo chí học với đề tài **“Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia”** tại Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Đại học Quốc gia Hà Nội. Mục đích của Luận án là nhằm đánh giá tổng thể về vai trò của báo chí trong việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia, đưa ra các giải pháp nâng cao vai trò của báo chí trong việc truyền thông làm giảm tác hại của rượu, bia đối với đời sống xã hội; tăng cường trách nhiệm của các cơ quan lý nhà nước, tổ chức, cá nhân trong phòng, chống tác hại của rượu, bia.

Để hoàn thành công trình nghiên cứu của mình, tôi rất mong nhận được sự hợp tác của Quý vị bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây. Quý vị hãy đánh dấu (x) vào phương án phù hợp với câu trả lời của mình.

*Kết quả của cuộc thăm dò này được cam kết chỉ sử dụng cho mục đích nêu trên. Rất mong nhận được sự chia sẻ của Quý vị. Xin trân trọng cảm ơn!*

**A. Thông tin cá nhân**

**1. Giới tính**                      Nam                       Nữ

**2. Độ tuổi:**

Dưới 18 tuổi     19-30 tuổi     31- 45 tuổi     46-60 tuổi     Trên 60 tuổi

**3. Nơi cư trú (theo miền)**

**4. Trình độ học vấn**

- Trung học phổ thông
- Cao đẳng, Đại học
- Trên đại học

**5. Dân tộc**

Kinh               Mường               Tày               Thái               Khác

**6. Nghề nghiệp của Quý vị hiện nay**

- Lái xe       Nhân viên văn phòng
- Làm nghề thủ công       Buôn bán nhỏ
- Cán bộ, viên chức       Doanh nhân       Công nhân
- Lao động tự do       Khác (ghi rõ)

**7. Quý có uống rượu, bia không không? (Chọn 1 đáp án)**

Có       Không       Thỉnh thoảng

**B. Ý kiến của quý vị về các tin bài về tác hại của rượu, bia trên báo chí**

**1. Quý vị có biết đến Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia không?**

*(Chọn 1 đáp án)*

- A. Có
- B. Không
- C. Không để ý

**2. Quý vị biết đến Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia từ kênh thông tin nào ? (Chọn 1 đáp án)**

- A. Qua báo chí (Truyền hình, báo in, phát thanh, báo điện tử....)
- B. Qua thông tin truyền miệng (Nghe người thân nói, nghe hàng xóm kể...
- C. Do bị xử phạt vi phạm an toàn giao thông mới biết
- C. Hoàn toàn không quan tâm

**3. Quý vị có quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại rượu, bia không?**

*(Chọn 1 đáp án)*

- A. Có
- B. Không

**4. Lý do anh chị quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại của rượu, bia là gì?**

- A. Do thường xuyên đọc được thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí nên quan tâm
- B. Do ấn tượng với các thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí
- D. Do buộc phải tìm hiểu thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo

chí

E. Do báo chí cung cấp đầy đủ thông tin về tác hại của rượu bia hơn   
những nơi khác

F. Lý do khác (ghi rõ): .....

**5. Quý vị có từng nghi ngờ báo chí không thông tin khách quan về tác hại của rượu, bia hay không? (Chọn 1 đáp án)**

A. Có

B. Không

C. Không để ý

**6. Quý vị muốn đọc báo nào khi cần tìm kiếm thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí?**

.....

C.Theo Quý vị để truyền thông tốt hơn về tác hại của rượu, bia thì báo chí cần:

**(Chọn 1 hoặc nhiều phương án)**

A. Đổi mới nội dung

B. Đổi mới hình thức trình bày

C. Thông tin cần cập nhật hơn

D. Thông tin cần có sức thuyết phục hơn

E. Cần thông tin đa chiều hơn

F. Khác (ghi rõ): .....

**Phụ lục 4:****TỔNG HỢP CHUNG PHIẾU HỎI Ý KIẾN**

Tổng số phiếu phát ra: 500 phiếu

Tổng số phiếu thu về: 465 phiếu

**A. Thông tin cá nhân****1. Giới tính**                      **Nam: 345**                      **Nữ: 120****2. Độ tuổi:**

16-18	19 - 30	31- 45	46- 60	Trên 60
38	102	174	143	17

**3. Nơi cư trú**

Miền Bắc	Miền Trung	Miền Nam
208	177	80

**4. Trình độ học vấn**

Trung học phổ thông	Cao đẳng, đại học	Sau Đại học
267	164	34

**5. Dân tộc**

Kinh	Mường	Tày	Thái	Khác
395	10	12	5	43

**6. Nghề nghiệp của Quý vị hiện nay**

Lái xe	Công chức, viên chức	Làm nghề thủ công	Buôn bán nhỏ	Doanh nhân	Công nhân	Lao động tự do	Học sinh sinh viên	Khác
142	98	43	31	16	50	53	22	10

**7. Quý có uống rượu, bia không không?**

Có	Không	Thỉnh thoảng
276	158	31

**B. Ý kiến của quý vị về các tin bài về tác hại của rượu, bia trên báo chí****1. Quý vị có biết đến Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia không?**

Có	Không	Không để ý
295	63	107

2. Quý vị biết đến Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia từ kênh thông tin nào?

Qua báo chí	Qua thông tin truyền miệng	Do bị xử phạt vi phạm an toàn giao thông mới biết
191	250	73

3. Quý vị có quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại rượu, bia không?

Có	Không	Bản khoăn
430	5	30

4. Lý do anh chị quan tâm tới thông tin từ báo chí về tác hại của rượu, bia là gì?

Do thường xuyên đọc được thông tin về tác hại của rượu, bia	Do ấn tượng với các thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí	Do buộc phải tìm hiểu thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí	Do báo chí cung cấp đầy đủ thông tin về tác hại của rượu bia hơn những nơi khác	Lý do khác
120	138	57	141	9

5. Quý vị có từng nghi ngờ báo chí không thông tin khách quan về tác hại của rượu, bia hay không?

Có	Không	Không để ý
13	418	34

6. Quý vị muốn đọc báo nào khi cần tìm kiếm thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí?

<b>Tên báo</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Thứ tự ưu tiên</b>
Vnexpress.net	324	1
Vietnamnet.vn	298	2
Nhandan.vn	43	7
Cand.com.vn	77	3
Giaothong.vn	62	4
Suckhoedoisong.vn	51	6
Báo Nhân dân (in)	19	10
Báo CAND (in)	54	5
Báo Giao thông (in)	27	9
Báo Sức khỏe đời sống (in)	33	8

**7. Theo Quý vị để truyền thông tốt hơn về tác hại của rượu, bia thì báo chí cần:**

<b>Phương án</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Thứ tự ưu tiên</b>
Đổi mới nội dung	355	3
Đổi mới hình thức trình bày	121	5
Thông tin cần cập nhật hơn	401	2
Thông tin cần có sức thuyết phục hơn	422	1
Cần thông tin đa chiều hơn	296	4
Khác	5	6

\*\*\*\*\*

## Phụ lục 5:

### PHIẾU PHỎNG VẤN SÂU

*Kính thưa Quý!vị*

Tôi là Vũ Hồng Thuý, hiện đang công tác tại Báo Pháp luật Việt Nam. Tôi đang thực hiện Luận án tiến sỹ báo chí học với đề tài **“Báo chí với vấn đề tác hại của rượu, bia”** tại Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Đại học Quốc gia Hà Nội. Mục đích của Luận án là nhằm đánh giá tổng thể về vai trò của báo chí trong việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia, đưa ra các giải pháp nâng cao vai trò của báo chí trong việc truyền thông làm giảm tác hại của rượu, bia đối với đời sống xã hội; tăng cường trách nhiệm của các cơ quan lý nhà nước, tổ chức, cá nhân trong phòng, chống tác hại của rượu, bia.

Để hoàn thành công trình nghiên cứu của mình, tôi rất mong nhận được sự hợp tác của Quý vị bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây. Kết quả của cuộc thăm dò này được cam kết chỉ sử dụng cho mục đích nêu trên. Rất mong nhận được sự chia sẻ của Quý vị.

*Xin trân trọng cảm ơn!*

1. Quý vị đánh giá như thế nào về các thông tin (mức độ xuất hiện và hiệu quả của thông tin) về tác hại của rượu, bia trên báo chí trước khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia được ban hành và hiện nay, khi Luật đã có hiệu lực thi hành (từ 1/1/2020)?
2. Theo ông/bà, mức độ truyền thông trên báo chí về tác hại của rượu, bia hiện nay đã đáp ứng nhu cầu của người dân cũng như các cơ quan quản lý nhà nước về vấn đề này hay chưa?
3. Theo quý vị, trong các loại hình báo chí ở Việt Nam, báo in hay báo điện tử có lợi thế khi thông tin về tác hại của rượu, bia? Vì sao?
4. Quý vị đánh giá như thế nào về chất lượng các bài viết, tuyên bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo chí Việt Nam trong những năm gần đây?

5. Theo quý vị, tần suất và chất lượng các bài viết, tuyển bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo chí nước ta hiện nay phụ thuộc vào các yếu tố nào trong số các yếu tố sau đây? (Có thể chọn nhiều phương án trả lời)
- + . Đội ngũ nhà báo có đủ thông tin và năng lực hay không
  - + . Lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không?
  - + . Mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí
  - + . Kinh phí Nhà nước và các cơ quan báo chí dành cho việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia.
  - + . Vai trò, nhiệm vụ và phương thức phối hợp giữa các cơ quan chức năng và các cơ quan báo chí, các nhà báo trong quá trình thông tin về tác hại của rượu, bia
  - + . Khác (Ghi rõ).....
6. Quý vị có biết hoặc từng nghi ngờ báo chí bị chi phối bởi các nhóm lợi ích để không tin không khách quan về tác hại của rượu, bia; về các quy định của dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia hay không?
7. Quý vị đánh giá như thế nào về thực trạng thông tin về tác hại của rượu, bia ở các cơ quan báo chí nước ta hiện nay?
8. Theo quý vị báo chí cần đổi mới nội dung và hình thức truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí như thế nào?
9. Theo quý vị, những thời điểm nào cơ quan báo chí nên tập trung phản ánh thông tin về tác hại của rượu, bia?
10. Quý vị có gợi ý nào cho việc nâng cao hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí hay không?



**Phụ lục 6:****DANH SÁCH ĐỐI TƯỢNG TRẢ LỜI PHÒNG VẤN SÂU**

Người thực hiện: NCS. Vũ Hồng Thuý

Phương pháp: Hỏi trực tiếp, ghi âm, ghi chép; hỏi và trả lời qua email

Đối tượng: Đại biểu Quốc hội, Nhà quản lý, Nhà báo, nhà nghiên cứu báo chí...

**BẢNG TỔNG HỢP MỘT SỐ KẾT QUẢ PHÒNG VẤN SÂU**

STT	MÃ	TUỔI	CHỨC DANH	CHỨC VỤ	GIỚI TÍNH	HỌC VẤN
1	M1	47	Nhà quản lý	Phó Chủ tịch Ủy ban ATGT Quốc gia	Nam	Tiến sỹ
2	M2	70	Đại biểu Quốc hội	Phó Chủ tịch thường trực Hội Nghề cá Việt Nam	Nam	PGS.TS
3	M3	65	Nhà nghiên cứu luật pháp	Nguyên Vụ trưởng Vụ Pháp chế, Bộ Y tế	Nam	Tiến sỹ
4	M4	53	Nhà nghiên cứu báo chí	Phó Trưởng ban nghiệp vụ	Nam	Thạc sỹ
5	M5	47	Nhà báo	Tổng Biên tập	Nam	Thạc sỹ
6	M6	46	Nhà báo	Phó Tổng Biên tập	Nam	Thạc sỹ
7	M7	46	Nhà báo	Trưởng ban	Nam	Cử nhân
8	M8	47	Nhà báo	Trưởng ban	Nữ	Cử nhân
9	M9	46	Nhà báo	Trưởng ban	Nữ	Thạc sỹ
10	M10	35	Nhà báo	Phóng viên thời sự	Nữ	Cử nhân
11	M11	32	Nhà báo	Phóng viên giao thông	Nam	Cử nhân
12	M12	52	Luật sư	Chủ nhiệm Văn phòng Luật sư tư nhân	Nam	Thạc sỹ
13	M13	42	Cảnh sát giao thông	Đội trưởng	Nam	Cử nhân

1. Quý vị đánh giá như thế nào về các thông tin (mức độ xuất hiện và hiệu quả của thông tin) về tác hại của rượu, bia trên báo chí trước khi Luật Phòng, chống tác hại của rượu, bia được ban hành và hiện nay, khi Luật đã có hiệu lực thi hành (từ 1/1/2020)?

**M4:** *Tôi đánh giá rất cao vai trò của cơ quan truyền thông, trong đó có cơ quan báo chí về tuyên truyền tác hại của rượu bia trước khi sửa luật và đã sửa luật có hiệu lực thi hành thì hầu như các cơ quan báo chí đều vào cuộc quyết liệt tuyên truyền đưa những thông tin về phòng chống tác hại của rượu bia, đưa những thông tin mà rượu bia mang đến hệ quả là tai nạn chết người do tai nạn giao thông, ảnh hưởng đến sức khỏe con người, gia đình mất hạnh phúc, rồi bạo lực gia đình vì cha mẹ ông bà con cái với nhau thì đây là những cái mà trong thời gian qua báo chí cũng đã tuyên truyền, vận động, thuyết phục và đưa những tin tức, những vấn đề mà nóng, những vấn đề mà quan trọng, trọng tâm của tác hại của rượu bia mà tác động tới việc tuyên truyền, nhận thức của người dân trong đó có giới thanh thiếu niên, giới trẻ để hạn chế uống rượu bia để mà không gây ra những vi phạm đến mức hết sức cần thiết mà đáng lẽ là không đáng có.*

**M8:** *Thông tin ít, chỉ đưa tin theo sự vụ, chưa đưa một cách chủ động, thường xuyên liên tục. Thông tin rộ lên khi có nghị định 100/2019 / NĐ- CP hoặc khi có những vụ ngộ độc rượu, tai nạn giao thông do bia rượu nghiêm trọng.*

**M7:** *Mức độ xuất hiện các tin bài, hình ảnh về tác hại của rượu, bia ngày càng nhiều, hình thức đa dạng, phong phú; tác động trực tiếp đến nhận thức và hành vi của bạn đọc. Đặc biệt thông qua các vụ việc thực tế về tác hại của rượu bia (như tai nạn giao thông) góp phần vào công tác phòng ngừa.*

**M9:** *Dự thảo luật và những vấn đề đặt ra trong dự luật như cấm khuyến mại, cấm quảng cáo, tài trợ rượu bia... rất được độc giả quan tâm, xuất hiện trên mặt báo VnExpress ở nhiều mục Thời sự, Ý kiến, cũng như trên các diễn đàn. Tần suất đưa tin bài cùng nội dung tranh cãi trên diễn đàn Quốc hội đã phân nào tác động tới độc giả.*

**M13:** Trước khi Luật Phòng chống tác hại rượu bia được thông qua và có hiệu lực thi hành, tình trạng người điều khiển phương tiện vi phạm quy định về nồng độ cồn diễn ra rất phổ biến. Tuy nhiên, từ khi luật trên có hiệu lực, các ban, ngành và lực lượng chức năng, đặc biệt là lực lượng CSGT đã tăng cường xử lý nghiêm những hành vi vi phạm quy định về nồng độ cồn khi điều khiển phương tiện tham gia giao thông nên tình trạng vi phạm hiện nay đã có xu hướng giảm đi đáng kể. Tuy nhiên, vi phạm vẫn thường xuyên diễn ra và có xu hướng diễn biến phức tạp, người vi phạm thường tìm cách trốn tránh sự kiểm tra của lực lượng chức năng, thậm chí nhiều trường hợp còn chống lại, không chấp hành sự kiểm tra nồng độ cồn của lực lượng chức năng.

2.Theo Quý vị mức độ truyền thông trên báo chí về tác hại của rượu, bia hiện nay đã đáp ứng nhu cầu của người dân cũng như các cơ quan quản lý nhà nước về vấn đề này hay chưa?

**M4:** Theo tôi thì phải nói rằng là vai trò của báo chí trong thời gian qua công tác tuyên truyền về tác hại của phòng chống tác hại của rượu bia là rất là tích cực, rất đáng trân trọng, không những là tuyên truyền về tác hại của rượu bia không mà tất cả các lĩnh vực khác thì tôi rất là trân trọng, tin tưởng về nhiệm vụ trong công tác tuyên truyền của báo chí, cho nên trong thời gian sắp tới tôi cũng đề nghị báo chí nên phát huy những thành quả, những vấn đề mà mình đã đạt được trong công tác tuyên truyền về phòng chống tác hại của rượu bia, nêu lên những cái bất cập, nêu lên những cái khó khăn, nêu lên những cái thành tựu trong công tác phòng chống tác hại của rượu bia để mà toàn dân, bà con nhân dân người ta biết người ta nắm được để mà phòng ngừa, ngăn chặn có hiệu quả và để cho luật phòng chống tác hại của rượu bia sửa đổi có thể đi vào cuộc sống và được người dân đồng tình, thuận và chấp nhận.

**M2:** Tôi đã từng làm nghề biễn nên tiếp xúc với bia rượu và người uống bia rượu thường xuyên thì nhận thấy có một luật như trên để phòng chống tác hại của rượu bia ở nước ta là rất cấp thiết. Vì sau bia rượu có nhiều hệ lụy: say xỉn, không làm chủ được bản thân, hủy hoại sức khỏe, tai nạn giao thông và đôi lúc không ít người

trở thành “vô nhân tính”, không kiểm soát được hành vi cá nhân: người nhận thức kém thì có hành động gây tổn hại cho người khác cả thân thể và của cải, người có hiểu biết hơn thì dễ sa ngã, sơ hở trong công việc (dễ làm lộ bí mật quốc gia, bí mật đời tư, bị đối thủ tận dụng và lợi dụng bẫy “tình và tiền”,...). Bao trùm là gây ra bất ổn định xã hội, ảnh hưởng đến kinh tế, văn hóa và đạo đức mà Nhà nước phải quan tâm, có trách nhiệm. Tuy nhiên, theo tôi, mức độ thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí hiện nay mới chỉ đáp ứng được 1 phần thông tin của công chúng.

**M8:** Chưa nhiều, chưa tương xứng với mức độ tác hại của rượu bia gây ra với cộng đồng và chưa tương xứng với tần suất quảng cáo bia trên báo chí, cũng như quảng cáo rượu một cách trá hình trên nhiều phương tiện truyền thông.

**M13:** Báo chí có vai trò rất quan trọng trong việc tuyên truyền và phổ biến thông tin về tác hại của rượu, bia đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông. Thông qua các thông tin được báo chí đăng tải góp phần nâng cao nhận thức, ý thức chấp hành quy định của pháp luật về sử dụng rượu bia đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông đường bộ.

3. Theo quý vị, trong các loại hình báo chí ở Việt Nam, báo in hay báo điện tử có lợi thế khi thông tin về tác hại của rượu, bia? Vì sao?

**M5:** Đương nhiên báo điện tử có lợi thế hơn báo in khi thông tin về phòng, chống tác hại của rượu, bia do không bị giới hạn dung lượng, lại có thể sử dụng các công cụ đa phương tiện để tăng hiệu quả thông tin.

**M12:** Theo tôi, báo điện tử rất có lợi thế khi thông tin về tác hại của rượu, bia.

**M11:** Tuy khẳng định lợi thế của báo điện tử nhưng theo tôi các cơ quan báo chí vẫn chú trọng các bài viết trên báo in về phòng, chống tác hại của rượu, bia.

4. Quý vị đánh giá như thế nào về chất lượng các bài viết, tuyên bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo chí Việt Nam trong những năm gần đây?

**M1:** Ở Việt Nam, đến giờ phút này chúng ta có niềm tin rằng, đại đa số nhân dân, kể cả những người đã từng hay hiện giờ họ vẫn đang uống rượu bia cũng đồng tình rằng điều khiển xe khi có nồng độ cồn là nguy hiểm cho chính họ và cho xã hội. Rõ

ràng ở đây hình thành một niềm tin rằng chúng ta cấm hành vi điều khiển phương tiện khi có nồng độ cồn là điều đúng đắn cho xã hội. Điều này nhờ rất lớn vào công tác truyền thông của báo chí. Và tôi cũng nhận thấy rằng, báo chí đã góp phần tuyên truyền về “Nói không với rượu, bia” là một giá trị chuẩn mực trong xã hội. Đồng thời, báo chí cũng góp phần hình thành một chuẩn mực mà chúng ta gọi là văn hóa ứng xử với hành vi vi phạm nồng độ cồn. Khi hiểu được, mọi người đều lên án hành vi vi điều khiển phương tiện khi có nồng độ cồn, và khi đó, báo chí đã thành công.

**M4:** Vấn đề đặt ra với các cơ quan báo chí là làm thế nào để hoạt động đưa tin của báo chí, không những không tuyên truyền quảng bá cho việc sử dụng rượu bia tràn lan, mà còn phải đi đầu tuyên truyền nâng cao nhận thức, chuyển đổi hành vi, góp phần ngăn ngừa tác hại của việc lạm dụng rượu bia trong đời sống. Chúng ta thấy, đã có rất nhiều cơ quan báo chí, nhà báo với các tác phẩm báo chí đã tiếp cận kịp thời những thông tin khoa học, tin cậy, thiết thực về phòng, chống tác hại của rượu, bia, thể hiện sự quan tâm, tinh thần trách nhiệm của báo chí trước 1 vấn đề xã hội nan giải.

**M7:** Cơ bản tốt; tuy nhiên một số bài viết hình ảnh phản cảm, đặc biệt đưa tin về tai nạn giao thông do dùng bia, rượu

**M8:** Nhìn chung, thông tin mới chỉ dừng ở bề nổi, nhất thời, chưa đưa tin một cách có chiều sâu, có hệ thống, chưa trở thành một chiến lược truyền thông.

**M9:** Rượu bia được nhắc nhiều khi xây dựng Luật phòng chống tác hại rượu bia, rồi Nghị định 100 về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực giao thông đường bộ, đường sắt, trong đó có quy định cấm lái xe khi rượu bia. Các tòa soạn khi đó đều xây dựng các tuyến bài về đề tài này, vì thực ra nó cũng gần gũi, thu hút độc giả. Chất lượng các bài viết thì tùy mỗi báo, nhưng đa số cũng ăn theo sự kiện, chiều theo độc giả, chưa thấy có bài sportline nào xúng tằm về đề tài này, có thể do khâu khó khăn về dữ liệu.

5. Theo quý vị, tần suất và chất lượng các bài viết, tuyển bài viết về tác hại của rượu, bia trên báo chí nước ta hiện nay phụ thuộc vào các yếu tố nào trong số các yếu tố sau đây? (Có thể chọn nhiều phương án trả lời)

- + . Đội ngũ nhà báo có đủ thông tin và năng lực hay không
- + . Lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không?
- + . Mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí
- + . Kinh phí Nhà nước và các cơ quan báo chí dành cho việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia.
- + . Vai trò, nhiệm vụ và phương thức phối hợp giữa các cơ quan chức năng và các cơ quan báo chí, các nhà báo trong quá trình thông tin về tác hại của rượu, bia
- + . Khác (Ghi rõ).....

M3: *Phòng, chống tác hại của rượu, bia không phải là công việc của riêng ngành nào mà là nhiệm vụ chung của mọi người. Cần phải có sự phối hợp liên ngành và nguồn lực nhất định để hoạt động phòng chống lạm dụng rượu bia đạt được hiệu quả cao. Ngoài ra, cần sự chung tay của tất cả các cơ quan để ban hành chính sách thực thi và giảm thiểu sử dụng rượu bia. Đối với các cơ quan báo chí, tôi cho rằng, định hướng thông tin của một toà soạn là quan trọng, nhưng năng lực của nhà báo khi thông tin về tác hại của rượu, bia cũng quan trọng không kém trong việc quyết định bài viết đó có chất lượng hay không.*

M7: *Tôi cho rằng điều này phụ thuộc vào lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không. Tiếp đó là mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí, bởi nếu công chúng không quan tâm tới đề tài này thì báo chí cũng sẽ không mặn mà theo đuổi thông tin. Bên cạnh đó, kinh phí Nhà nước và các cơ quan báo chí dành cho việc tuyên truyền về tác hại của rượu, bia cũng là yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia.*

*M8: Theo tôi, chất lượng các bài viết về phòng, chống tác hại của rượu bia trên báo chí trước hết phải phụ thuộc vào đội ngũ nhà báo có đủ thông tin và năng lực hay không rồi mới đến lãnh đạo cơ quan báo chí có chủ trương và chiến lược tuyên truyền về tác hại của rượu, bia hay không. Mức độ quan tâm của người dân đối với thông tin về tác hại của rượu, bia trên báo chí cũng quyết định động lực của nhà báo khi thực hiện đề tài này.*

6. Quý vị có biết hoặc từng nghi ngờ báo chí bị chi phối bởi các nhóm lợi ích để không tin không khách quan về tác hại của rượu, bia; về các quy định của dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia hay không?

*M2: Nhóm báo chí/phóng viên này thì khách quan, nhóm khác thì không khách quan do thiếu vô tư. Đương nhiên là có lợi ích nhóm và có sự lôi cuốn những phóng viên thiếu bản lĩnh nghề nghiệp, “a dua” khiến cho thông tin pháp luật bị “méo mó”, thiếu trung thực nên tình hình bị nhiễu, ảnh hưởng nghiêm trọng đến triển khai luật pháp, chính sách và tình hình không giải quyết được.*

*M8: Có, đã từng nghi ngờ, vẫn đang nghi ngờ nhưng không có bằng chứng để kết luận.*

*M9: Các lần dự thảo từ ban đầu đến khi thông qua cho thấy ngày càng nói lỏng. Cá nhân nghi ngờ dự luật bị tác động, nhưng không có bằng chứng.*

*M13: Tôi chưa từng biết tới thông tin nào về báo chí bị chi phối bởi các nhóm lợi ích để không tin không khách quan về tác hại của rượu, bia; về các quy định của dự thảo Luật Phòng chống tác hại của rượu, bia và cũng không có nghi ngờ gì về vấn đề này.*

7. Quý vị đánh giá như thế nào về thực trạng thông tin về tác hại của rượu, bia ở các cơ quan báo chí nước ta hiện nay?

*M2: Thông tin trên báo chí cũng như các giải pháp phòng, chống tác hại của rượu, bia hiện nay thường tập trung vào người uống bia rượu, các đối tượng khác liên quan lại không đề cập hoặc còn mờ nhạt, như: khía cạnh văn hóa, kinh tế, chuỗi kinh doanh và cung ứng... Vì thế, hoạt động phòng, chống vẫn chưa hiệu quả, vẫn “chống” đỡ các tình huống cụ thể khi xảy ra, không cắt/không kiểm soát được*

nguồn cung bia rượu, vẫn mang tính phong trào; “phòng” vẫn còn ít quan tâm bằng các giải pháp cụ thể nên không ngăn ngừa được bia rượu. Điều này cũng thể hiện rõ nét qua các bài báo khi đề cập đến tác hại của rượu, bia.

**M7:** Mặc dù đã được tăng cường nhưng tần suất vẫn còn ít; nặng về việc tuyên truyền văn bản; thiếu những câu chuyện sống động; cách thức thông tin còn 1 chiều, chưa tạo được sự tương tác của bạn đọc

**M9:** Sau khi Luật phòng chống tác hại rượu bia được thông qua, tần suất đưa tin về việc này ít dần.

**M13:** Tôi nhận thấy những thông tin về tác hại của rượu bia được đăng tải trên các cơ quan báo chí hiện nay không nhiều, chủ yếu là các thông tin do lực lượng chức năng khi thực hiện các chuyên đề xử lý vi phạm về rượu bia hoặc các vụ tai nạn giao thông đặc biệt nghiêm trọng do tài xế say rượu gây tai nạn. Do vậy, hiệu quả tuyên truyền về tác hại của rượu bia trên các cơ quan báo chí nước ta hiện nay chưa cao.

8. Theo quý vị báo chí cần đổi mới nội dung và hình thức truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí như thế nào?

**M7:** Nội dung thiết thực, gần gũi; đa dạng, phong phú hơn; cách thức truyền thông sinh động, hấp dẫn hơn

**M8:** Cần sinh động hơn, hấp dẫn hơn, bắt đầu từ những tác hại cụ thể của những nạn nhân cụ thể, nhưng cũng cần những thông tin khai quát ở tầm vĩ mô về tác hại của bia rượu với đất nước và xã hội. Thông tin cần được minh họa bằng những dẫn chứng, số liệu một cách khoa học từ những chuyên gia có uy tín

**M9:** Cần nhiều bài đầu tư chuyên sâu cho thấy từ thực trạng, nguyên nhân, giải pháp, cần có dữ liệu tổng thể, hình ảnh ấn tượng.

**M13:** Theo tôi cần đổi mới nội dung và hình thức truyền thông về tác hại của rượu bia trên báo chí. Về nội dung:

+ Cần đẩy mạnh tuyên truyền về ảnh hưởng của rượu bia tới sức khỏe, sự an toàn đối với người dân sau khi sử dụng rượu bia tham gia giao thông;

+ Tình hình sử dụng rượu bia ở Việt Nam hiện nay.



+ Các quy định của pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu bia.

+ Kinh nghiệm của các quốc gia trên thế giới trong kiểm soát việc sử dụng rượu bia, đặc biệt là đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông;

+ Tình hình tai nạn giao thông do người điều khiển phương tiện vi phạm quy định về nồng độ cồn gây ra, đặc biệt là hậu quả, thiệt hại của những vụ tai nạn đó;

+ Quy định về hành vi vi phạm và chế tài xử phạt và việc thực hiện các biện pháp phòng, chống hành vi vi phạm quy định về nồng độ cồn của người điều khiển phương tiện tham gia giao thông đường bộ theo chức năng của lực lượng CSGT hiện nay.

*- Về hình thức: Phải tăng cường đăng tải các thông tin, bài viết, phóng sự... có liên quan tới phòng chống tác hại của rượu bia đối với người điều khiển phương tiện tham gia giao thông. Xây dựng các trang thông tin, chuyên đề để đăng tải thường xuyên những thông tin, bài viết, phóng sự này trên các loại báo chí, truyền thông. Thường xuyên cập nhật tình hình vi phạm, tai nạn giao thông liên quan tới việc sử dụng rượu bia để cung cấp thông tin, tài liệu cho các cơ quan, báo chí...*

9. Theo quý vị, những thời điểm nào cơ quan báo chí nên tập trung phản ánh thông tin về tác hại của rượu, bia?

**M7:** Các dịp Lễ, Tết; các dịp có các sự kiện lớn của đất nước/địa phương

**M8:** Nói chung là thời điểm nào cũng cần thông tin về tác hại của bia rượu, nhưng thời điểm cần đẩy mạnh nhất là vào dịp lễ tết, các ngày nghỉ trong năm khi nhiều người có thời gian tụ tập ăn chơi.

**M9:** Lễ Tết, nghỉ hè, khi người dân được nghỉ ngơi, nhu cầu dùng rượu bia gia tăng.

10. Quý vị có gợi ý nào cho việc nâng cao hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia trên báo chí hay không?

**M2:** Điều chỉnh khâu “cùng – cầu”, quy định rõ ai được quyền cung ứng và bán bia rượu, các hộ kinh doanh bia rượu riêng không được ẩn dật các mặt hàng khác

*khiến cho ai cũng bán và cung ứng bia rượu. Người mua dưới 18 tuổi không bán, sau 15:00 chiều hằng ngày mới được bán; nâng mức phạt; ở các nơi công cộng quy định số bia rượu được uống/bán; tăng cường và duy trì thường xuyên kiểm tra độ cồn của người tham gia giao thông; mở rộng tuyên truyền tác hại của bia rượu đến học đường tiểu học bằng các hình thức thích hợp; cấm uống bia rượu trong CQ nhà nước;...*

**M12:**  *Cần tăng cường thông tin các vụ án xét xử những người vi phạm pháp luật về phòng, chống tác hại của rượu, bia trên báo chí để cảnh báo người dân, tạo hiệu quả truyền thông mạnh mẽ hơn.*

## Phụ lục 7:

### DANH SÁCH ĐỐI TƯỢNG TRẢ LỜI PHÒNG VẤN NHÓM

Người thực hiện: NCS. Vũ Hồng Thuý

Phương pháp: Hội thoại trực tiếp, ghi âm, ghi chép.

Đối tượng: Lái xe, bác sỹ, công chức, viên chức, nhân viên truyền thông, cảnh sát giao thông, người lao động phổ thông, nội trợ, cán bộ hưu trí, sinh viên.

STT	Mã	Nghề nghiệp	Giới tính	Tuổi	Vùng cư trú
1	A1	Lái xe	Nam	37	Lạng Sơn
2	A2	Bác sỹ	Nam	45	Tp. Hồ Chí Minh
3	A3	Công chức	Nữ	52	Thanh Hóa
4	A4	Viên chức	Nữ	34	Nam Định
5	A5	Nhân viên truyền thông	Nữ	38	Hà Nội
6	A6	Cảnh sát giao thông	Nam	42	Hà Nội
7	A7	Người lao động phổ thông	Nam	57	Hải Phòng
8	A8	Nội trợ	Nữ	62	Đà Nẵng
9	A9	Cán bộ hưu trí	Nam	68	Tp. Hồ Chí Minh
10	A10	Sinh viên	Nam	20	Hà Nội

Ba tuyển bài được chọn để phỏng vấn nhóm gồm:

- Tuyển bài “Xử lý vi phạm nồng độ cồn” trên Báo Giaothong.vn (<https://www.baogiaothong.vn/chu-de/xu-ly-vi-pham-nong-do-con-128.htm>)
  - <https://www.baogiaothong.vn/loi-nong-do-con-hon-2200-tai-xe-phai-vay-xe-ve-nha-trong-ngay-dau-nghi-le-192587789.htm>
  - <https://atgt.baogiaothong.vn/nhung-luu-y-de-lai-xe-an-toan-dip-nghi-le-304-192589165.htm>
- Tuyển bài “Lạm dụng rượu, bia” trên báo Suckhoedoisong.vn (<https://suckhoedoisong.vn/lam-dung-ruou-bia.html>)
  - <https://suckhoedoisong.vn/vach-tran-nhung-lam-tuong-ve-meo-giam-nong-do-con-sau-khi-uong-ruou-bia-169230220161401695.htm>
  - <https://suckhoedoisong.vn/tac-hai-cua-bia-ruou-va-cach-giai-ruou-can-thuoc-nam-long-de-tet-vui-ma-van-khoe-169230110144328038.htm>
  - <https://suckhoedoisong.vn/nhung-tac-dong-tieu-cuc-lau-dai-cua-viec-uong-ruou-voi-suc-khoe-169221011151226167.htm>

3. Tuyển bài trên Vietnamnet.vn về trường hợp một tài xế có nồng độ cồn kịch khùng, khi điều khiển phương tiện giao thông gây tai nạn giao thông ở Đà Nẵng khiến 3 người chết

(1) <https://vietnamnet.vn/o-to-ban-tai-tong-xe-may-o-da-nang-3-nguoi-tu-vong-2091644.html>

(2) <https://vietnamnet.vn/tai-xe-gay-tai-nan-khien-3-nguoi-chet-o-da-nang-co-nong-do-con-kich-khung-2091724.html>

(3) <https://vietnamnet.vn/khoi-to-tai-xe-su-dung-ruou-bia-gay-tai-nan-khien-3-nguoi-chet-2098985.html>

## **NỘI DUNG PHÒNG VẤN NHÓM 1** **(Từ mã A1 đến A3)**

Hai bài/tuyên bài được thảo luận nhóm gồm:

- (1) <https://www.baogiaothong.vn/loi-nong-do-con-hon-2200-tai-xe-phai-vay-xe-ve-nha-trong-ngay-dau-nghi-le-192587789.htm>
- (2) <https://atgt.baogiaothong.vn/nhung-luu-y-de-lai-xe-an-toan-dip-nghi-le-304-192589165.htm>

### **Câu hỏi:**

1. Theo anh/chị, báo chí có cần thiết thông tin chi tiết về số lượng các tài xế có sử dụng rượu, bia bị xử phạt vi phạm trong những ngày nghỉ lễ hay không?
2. Những thông tin này có làm anh/chị điều chỉnh kế hoạch đi lại, nghỉ lễ của gia đình không?
3. Anh/chị có thấy những thông tin về các lưu ý không sử dụng rượu, bia, lái xe an toàn trong dịp nghỉ lễ có giá trị về mặt thông tin không?

**TỔNG HỢP MỘT SỐ NỘI DUNG PHÒNG VẤN NHÓM 1**  
**(Từ mã A1 đến A3)**

1. Theo anh/chị, báo chí có cần thiết thông tin chi tiết về số lượng các tài xế có sử dụng rượu, bia bị xử phạt vi phạm trong những ngày nghỉ lễ hay không?

*A3: Tôi cho rằng việc báo chí thông tin chi tiết về số lượng các tài xế có sử dụng rượu, bia bị xử phạt vi phạm trong những ngày nghỉ lễ là cần thiết vì sẽ tạo tính răn đe cho những người khác, để họ thấy rõ rằng việc vi phạm pháp luật sẽ bị xử lý, thậm chí là xử lý mạnh tay chứ không phải là ngày lễ thì sẽ có thể được lực lượng chức năng “xue xoa”. Từ đó, góp phần đưa nâng cao ý thức chấp hành pháp luật của người sử dụng phương tiện giao thông.*

*A2: Trong những ngày nghỉ lễ, số người bị tai nạn giao thông phải đưa vào bệnh viện thường có xu hướng gia tăng. Vì vậy, cùng với việc đưa thông tin về những trường hợp tai nạn giao thông, tôi cho rằng báo chí cần thông tin chi tiết về số lượng các tài xế có sử dụng rượu, bia bị xử phạt vi phạm trong những ngày nghỉ lễ để góp phần nâng cao ý thức chấp hành quy định về an toàn giao thông, góp phần giảm thiểu tai nạn giao thông do hậu quả của việc uống rượu bia.*

*A1: Thời gian qua, với việc các lực lượng chức năng tăng cường xử lý vi phạm nồng độ cồn, “cánh” lái xe chúng tôi đã dè chừng hơn trong việc sử dụng rượu bia khi lái xe. Vì vậy, tôi thấy việc báo chí thông tin chi tiết về số lượng các tài xế có sử dụng rượu, bia bị xử phạt vi phạm trong những ngày nghỉ lễ không quá cần thiết, bản thân tôi không đọc nhiều thông tin như vậy mà quan tâm hơn đến thông tin về những vụ tai nạn do bia rượu.*

2. Những thông tin này có làm anh/chị điều chỉnh kế hoạch đi lại, nghỉ lễ của gia đình không?

A1: *Dịp nghỉ lễ, với lượng hành khách tăng cao hơn bình thường nên lái xe chúng tôi phải làm việc liên tục, không có ngày nghỉ. Vì vậy, những thông tin này không làm tôi điều chỉnh kế hoạch đi lại, nghỉ lễ của gia đình.*

A2: *Tôi thường phải đi trực vào ngày lễ nên kế hoạch đi lại, nghỉ lễ của gia đình phụ thuộc vào lịch làm việc chứ không phải điều chỉnh vì những thông tin như vậy.*

A3: *Là những cán bộ, công chức, chúng tôi tự ý thức về hậu quả của việc sử dụng rượu bia khi lái xe nên những thông tin này không làm tôi điều chỉnh kế hoạch đi lại, nghỉ lễ của gia đình.*

3. Anh/chị có thấy những thông tin về các lưu ý không sử dụng rượu, bia, lái xe an toàn trong dịp nghỉ lễ có giá trị về mặt thông tin không?

A1: *Tôi thấy những thông tin về các lưu ý không sử dụng rượu, bia, lái xe an toàn trong dịp nghỉ lễ có giá trị về mặt thông tin vì nó giúp người dân tăng cường ý thức trách nhiệm khi tham gia giao thông.*

A2: *Theo tôi, những thông tin về các lưu ý không sử dụng rượu, bia, lái xe an toàn trong dịp nghỉ lễ là cần thiết và có giá trị về mặt thông tin vì nó giúp người dân phải suy nghĩ kỹ trước khi uống rượu bia trong trường hợp phải điều khiển phương tiện tham gia giao thông.*

A3: *Tôi thấy những thông tin về các lưu ý không sử dụng rượu, bia, lái xe an toàn trong dịp nghỉ lễ có giá trị về mặt thông tin, giúp tăng cường nhận thức, trách nhiệm của người tham gia giao thông, góp phần giảm thiểu tai nạn giao thông.*

**NỘI DUNG PHÒNG VẤN NHÓM 2**  
**(Từ mã A4 đến A6)**

Hai tuyến bài/bài được thảo luận nhóm gồm:

- (1) <https://suckhoedoisong.vn/vach-tran-nhung-lam-tuong-ve-meo-giam-nong-do-con-sau-khi-uong-ruou-bia-169230220161401695.htm>
- (2) <https://suckhoedoisong.vn/tac-hai-cua-bia-ruou-va-cach-giai-ruou-can-thuoc-nam-long-de-tet-vui-ma-van-khoe-169230110144328038.htm>

Câu hỏi:

1. Anh/chị có thấy những thông tin như bài báo khiến anh chị nhận ra những kinh nghiệm dân gian mà anh/chị hay áp dụng khi uống rượu, bia là không đúng khoa học hay không?
2. Anh/chị có thấy 2 bài báo cung cấp được các thông tin hữu ích cho việc hiểu các tác hại của rượu, bia và cách ứng xử phù hợp của anh chị sau này hay không?
3. Bài báo có làm anh chị nghĩ rằng mình có thể thoải mái uống rượu, bia nếu áp dụng các “mẹo” dân gian hay không?



**TỔNG HỢP MỘT SỐ NỘI DUNG PHÒNG VẤN NHÓM 2**  
**(Từ mã A4 đến A6)**

1. Anh/chị có thấy những thông tin như bài báo khiến anh chị nhận ra những kinh nghiệm dân gian mà anh/chị hay áp dụng khi uống rượu, bia là không đúng khoa học hay không?

*A4: Trên thực tế, tôi có tìm hiểu về những tác hại của rượu bia cũng như những phương pháp có thể giúp giải rượu để áp dụng khi cần thiết. Vì vậy, những thông tin như báo nêu giúp tôi thấy rằng những kinh nghiệm dân gian mà tôi hay áp dụng khi uống rượu, bia là đúng khoa học.*

*A5: Tôi vẫn áp dụng những cách giải rượu khoa học được nêu trong báo, chứ không áp dụng những kinh nghiệm phi khoa học.*

*A6: Những thông tin như bài báo khiến tôi nhận ra những kinh nghiệm dân gian mà tôi hay áp dụng khi uống rượu, bia là đúng khoa học.*

2. Anh/chị có thấy 2 bài báo cung cấp được các thông tin hữu ích cho việc hiểu các tác hại của rượu, bia và cách ứng xử phù hợp của anh chị sau này hay không?

*A4: Tôi thấy các bài báo cung cấp được các thông tin hữu ích cho việc hiểu các tác hại của rượu, bia và cách ứng xử phù hợp của tôi sau này. Tôi nhận thấy rằng cần thiết hạn chế tối đa sử dụng rượu bia ở mức độ gây hại.*

*A5: Các bài báo đã cung cấp được các thông tin hữu ích cho việc hiểu các tác hại của rượu, bia và cách ứng xử phù hợp của tôi sau này.*

*A6: Là người trực tiếp tham gia điều khiển giao thông, tôi thấy rằng 2 bài báo cung cấp được các thông tin hữu ích cho việc hiểu các tác hại của rượu, bia và cách ứng xử phù hợp của người tham gia giao thông. Bản*

*thân tôi luôn gương mẫu trong cách ứng xử phù hợp đối với việc sử dụng rượu bia và tham gia giao thông.*

6. Bài báo có làm anh chị nghĩ rằng mình có thể thoải mái uống rượu, bia nếu áp dụng các “mẹo” dân gian hay không?

*A4: Tôi không phản đối việc áp dụng các biện pháp chống say hay giảm nồng độ cồn vì lý do sức khỏe. Nhưng uống rượu bia hay không là nhu cầu và mục đích của mỗi người, nên không phải chỉ vì có mẹo chống say mà phải phù hợp và căn cứ trên sức khỏe của bản thân và công việc.*

*A5: Các bài báo viết về mẹo uống rượu bia là nhằm thu hút người đọc quan tâm. Tôi có thể áp dụng mẹo này khi đã nhỡ uống quá chén, chứ không phải vì có mẹo mà uống thoải mái được.*

*A6: Tôi không ủng hộ bất kỳ biện pháp nào hòng trốn tránh trách nhiệm trước pháp luật. Cần phải hiểu rằng quy định đặt ra trước tiên là nhằm bảo vệ an toàn tính mạng cho bản thân người điều khiển phương tiện giao thông, chứ không phải để gây khó dễ. Mọi người tham gia giao thông cần được tuyên truyền, hiểu rõ trách nhiệm của mình và bảo đảm quán triệt thực hiện đã uống rượu bia thì không lái xe.*

## **NỘI DUNG PHÒNG VẤN NHÓM 3**

(Từ Mã A7 đến A10)

Tuyển bài được thảo luận nhóm gồm:

- (1) <https://vietnamnet.vn/o-to-ban-tai-tong-xe-may-o-da-nang-3-nguoi-tu-vong-2091644.html>
- (2) <https://vietnamnet.vn/tai-xe-gay-tai-nan-khien-3-nguoi-chet-o-da-nang-co-nong-do-con-kich-khung-2091724.html>
- (3) <https://vietnamnet.vn/khoi-to-tai-xe-su-dung-ruou-bia-gay-tai-nan-khien-3-nguoi-chet-2098985.html>

### **Câu hỏi:**

1. Anh, chị có thường đọc những tin bài về các vụ việc gây tai nạn giao thông nguy hiểm khi sử dụng rượu bia như trên không?
2. Anh, chị có cảm nhận, suy nghĩ gì khi đọc những loại tin, bài này?
3. Anh, chị có ý thức rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân sau khi đọc các tin bài này không?

## TỔNG HỢP MỘT SỐ NỘI DUNG PHỎNG VẤN NHÓM 3

(Từ Mã A7 đến A10)

1. Anh, chị có thường đọc những tin bài về các vụ việc gây tai nạn giao thông nguy hiểm khi sử dụng rượu bia như trên không?

A7: *Tôi có đọc trên điện thoại và thấy rất nhiều thông tin về tai nạn giao thông do uống rượu bia hoặc tranh chấp, đánh nhau ở quán bia, rượu.*

A8: *Tôi có thường xuyên đọc thấy những tin tức này và thi thoảng xem các vụ người ta say rượu rồi gây gỗ, xem từ các clip ngắn trên Facebook có rất nhiều.*

A9: *Dạo gần đây tôi thấy tin tức về người say rượu hoặc lái xe uống rượu bia bị xử lý rất nhiều. Nhiều người bị kiểm tra nồng độ cồn thì rất tốt, như vậy sẽ giảm bớt gây ra tai nạn khi tham gia giao thông.*

A10: *Em có thấy nhưng không đọc hết các tin tức này vì không quan tâm.*

8. Anh, chị có cảm nhận, suy nghĩ gì khi đọc những loại tin, bài này?

A7: *Sau khi đọc thì thấy sợ bị phạt nặng nếu nhỡ uống quá chén.*

A8: *Tôi rất lo sợ khi chồng, con phải đi làm hay đi học vì ra đường bây giờ rất nguy hiểm.*

A9: *Nhiều vụ xe điên do người say rượu bia lái gây tai nạn thảm khốc mà người đi đường không thể chủ động phòng tránh. Các bài báo nêu ra được mức phạt rất cao thì người ta mới sợ mà chấp hành quy định đã uống rượu bia thì không lái xe.*

A10: *Em không đọc tin mà thường chỉ xem ảnh hoặc clip nhưng Hình ảnh các vụ tai nạn đều bị làm mờ rồi nên em không xem được rõ.*

9. Anh, chị có ý thức rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân sau khi đọc các tin bài này không?

A7: *Đã uống rượu bia thì không lái xe, nhưng nhiều khi ngòì chén chú chén anh không uống không được nên tôi vẫn uống.*

A8: Tôi nhắc nhở chồng con cẩn thận hơn khi ra đường, nếu có uống rượu bia thì không lái xe về nữa mà ở lại chờ người đón.

A9: Pháp luật cần xử phạt nặng hơn đối với những kẻ gây tai nạn để có tính răn đe. Tôi dặn dò con cháu chấp hành vì sức khỏe của bản thân và gia đình.

A10: Em đi xe bus nên không quan tâm lắm đến vấn đề này.