

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

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI – 2023

Công trình được hoàn thành tại:

.....

Người hướng dẫn khoa học:

1. PGS.TS Đặng Thị Thu Hương
2. TS. Phạm Hải Chung

Phản biện:

.....

Phản biện:

.....

Phản biện:

.....

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia chấm luận án
tiến sĩ họp tại

vào hồi giờ ngày tháng năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

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.

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. 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 xuất 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 tuyến 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 tuyến 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: Khi thông tin về tác hại của rượu, bia, báo chí tập trung phản ánh về những nội dung nào?

Câu hỏi 2: Các nội dung về tác hại của rượu, bia phản ánh trên báo chí có nhất quán hay không?

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: Làm thế nào để báo chí nâng cao hơn nữa hiệu quả truyền thông về tác hại của rượu, bia?

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: Nội dung về tác hại của rượu, bia được báo chí đề cập nhất quán.

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 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 một bộ tiêu chí để các Tổng Biên tập, 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 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.

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.

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” cũng 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.

Các nghiên cứu khác như “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 cũng 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, dự luật cho đến bê bối chính trị.

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. Trong khi đó, 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.

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.

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.

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.

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 Yakon), 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.

Tại Mỹ, 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. 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).

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 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.

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 khỏe 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)...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.

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 khoẻ, trật tự an toàn giao thông, trật tự an toàn xã hội cũng như tới nền kinh tế của mỗi quốc gia.

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.

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 khoẻ, 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.

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”

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 Hương, 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”*.

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”*.

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”*.

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”

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. 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].

2.2. Truyền thông chính sách qua góc nhìn lý thuyết

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)

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 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)

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. 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.

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

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.

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 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.

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

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

2.4.1. Về nội dung

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.

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

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

2.4.2. 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)

Báo in có những ưu điểm 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.

2.4.3.2. Báo điện tử (Online newspaper)

Ưu điểm của báo điện tử là thông tin nhanh nhạy, kịp thời, không giới hạn về thời gian, dung lượng. Ngoài ra, báo điện tử còn có khả năng truyền tải thông tin sinh động, khả năng kết nối, lưu trữ thông tin cao.

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.

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

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;

- + Báo Công an nhân dân;
- + Báo Giao thông;
- + Báo Sức khỏe và Đời sống;

3.1.2. Các tờ báo điện tử

- + Báo điện tử Vnexpress.net;
- + Báo điện tử Vietnamnet.vn;

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

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. 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”

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

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

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

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 khoẻ con người

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

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

3.3.5. Phê phán hành vi vi phạm pháp luật khi sử dụng rượu, bia

3.3.6. Xây dựng văn hoá không uống rượu, bia

3.3.7 Những vấn đề khác được phản ánh

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....

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.

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. 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 bằng đề tài này sau 1 tháng, 1 năm triển khai Luật vào cuộc sống sẽ làm giảm hiệu quả của hoạt động truyền thông.

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.

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

3.6.2. Nhận thức của công chúng về nội dung của Nghị định 100 và về tác hại của rượu, bia đã thay đổi

TIỂU 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.

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

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

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

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

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.

4.3. Giải pháp, khuyến nghị

4.3.1. Giải pháp:

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.

+ 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.

+ 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.

+ 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.

+ 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.

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.

+ Đối với Chính phủ, Cơ quan chủ trì soạn thảo dự án Luật: cần có một cơ quan chuyên trách điều hành về truyền thông chính sách. Đồng thời, cần có một cơ quan chuyên trách nghiên cứu về truyền thông; coi trọng khâu tham vấn công chúng trong đánh giá tác động chính sách; tạo nhiều cơ hội tiếp cận thông tin cho người dân.

+ Đối với các cơ quan báo chí: báo chí cần thông tin khách quan, đa chiều, nội dung phải dễ hiểu và thu hút sự quan tâm của công chúng. 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.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. 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 “*Khi thông tin về tác hại của rượu, bia, báo chí tập trung phản ánh về những nội dung 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”.

2. Ở câu hỏi nghiên cứu thứ hai “*Báo chí có nhất quán khi thông tin về tác hại của rượu, bia hay không?*”, 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. Điều này cũng phù hợp với thực tế hoạt động và nhận thức của công chúng báo chí ở Việt Nam hiện nay.

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.

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.

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 đề 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.

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.

TIỂU 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”, *2nd International antalya scientific research and innovative studies congress held on March 17-21, Antalya, Turkey*, pp. 465-474, iISBN: 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.