

Làm sao để thông điệp **An toàn thực phẩm** được lắng nghe?

ThS. Đồng Mạnh Hùng

Trưởng ban, Ban Thư ký biên tập

Đài Tiếng nói Việt Nam

E-mail: dmhungvov@gmail.com

Facebook.com/Dong Manh Hung

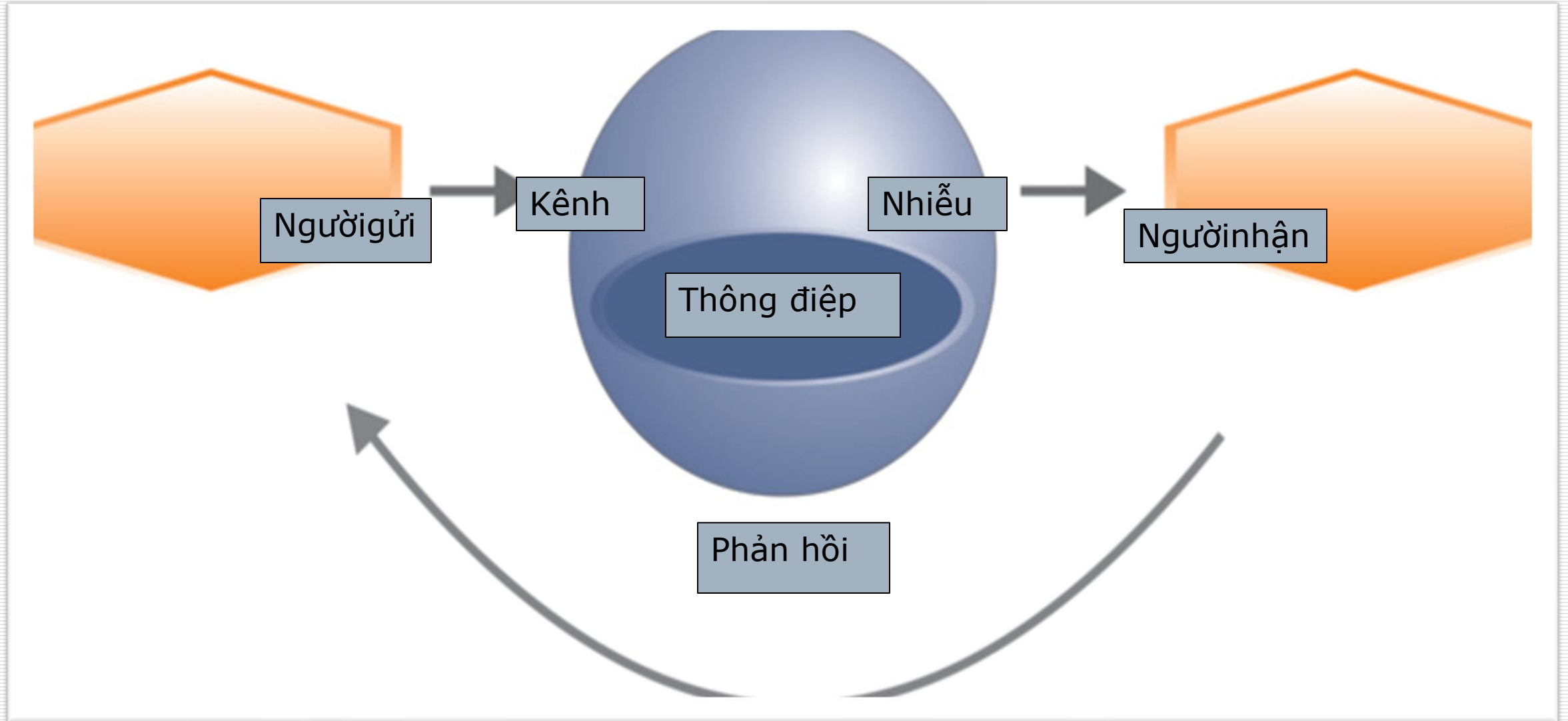
ĐT: 0913007036

Truyền thông ATTP

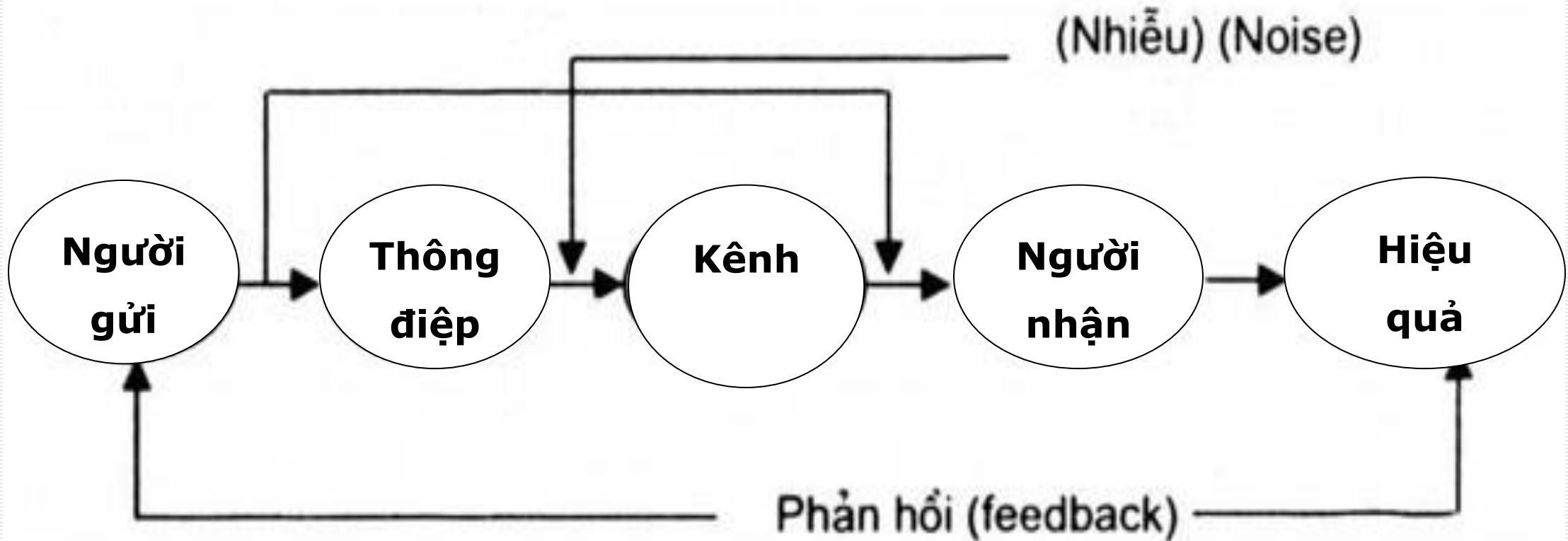
An toàn thực phẩm luôn là vấn đề nhiều người quan tâm vì nó **tác động đến toàn xã hội và liên quan đến sức khỏe con người, giống nòi.**

Do vậy, toàn xã hội có trách nhiệm trong việc bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm trong đó báo chí góp phần giúp người dân nâng cao nhận thức về an toàn thực phẩm từ đó thay đổi hành động của công chúng trong việc sử dụng thực phẩm an toàn và tuân thủ quy định về an toàn thực phẩm.

Một quy trình truyền thông



Một quy trình truyền thông



Truyền thông

Truyền thông là một quá trình liên tục trao đổi, chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng... nhằm tạo sự liên kết và dẫn đến sự thay đổi trong nhận thức và hành vi.

Truyền thông ATTP

- Truyền thông ATTP nhằm thỏa mãn nhu cầu thông tin của công chúng về những vấn đề liên quan tới ATTP (Thực trạng mất ATTP, những biểu hiện tiêu cực vi phạm ATTP...)
 - Giúp công chúng có nhận thức đúng đắn về ATTP trong bối cảnh tình trạng mất ATTP ở mức báo động
 - Cung cấp cho công chúng kiến thức để sử dụng TP an toàn và sản xuất an toàn
 - Phản biện những chính sách về ATTP...
-

Truyền thông ATTP

- Nhiều cơ quan báo chí có những chuyên trang, chương trình về vấn đề này.

Đài TNVN có hẳn một Kênh phát thanh chuyên biệt "**Sức khỏe và ATTP**" phát liên tục 24/7 (FM 89 Mhz)



=> **Rõ ràng các cơ quan báo chí rất quan tâm về nội dung này và báo chí đã góp phần quan trọng vào việc truyền thông về ATTP.**

Truyền thông ATTP

Tuy nhiên, qua nghiên cứu báo chí về ATTP thời gian gần đây, chúng tôi thấy thông điệp truyền thông ATTP tác động vào công chúng tạo ra hai hướng

TÍCH CỰC

TIÊU CỰC

Truyền thông ATTP

- **Tích cực:** Người dân nhận thức ra và hành động đúng
 - **Tiêu cực:**
 - Người dân không tin, không thay đổi hành vi
 - Người dân sợ hãi, cảm thấy bất an
-

Truyền thông ATTP

Thịt lợn, thịt gia cầm là món ăn chính trong ẩm thực của người Việt vì vậy bất cứ thông tin nào liên quan tới thịt lợn và thịt gia cầm cũng khiến cho cả cộng đồng quan tâm. Tuy nhiên, việc tạo ra thông điệp như thế nào lại tùy thuộc rất nhiều vào cơ quan báo chí.

Truyền thông ATTP



Năm 2007-2008: Dịch lợn tai xanh bùng phát. Truyền thông vào cuộc tuyên truyền mạnh mẽ về vấn đề này.

Thông tin chủ yếu là giúp cho người dân nhận biết về dịch lợn tai xanh là gì? Tình hình lây lan tại các địa phương? Cách xử lý lợn bệnh như thế nào?

Tuy nhiên, sau một thời gian tuyên truyền mạnh mẽ, báo chí lại phát hiện việc rất nhiều người dân vẫn tiêu thụ thịt lợn nhiễm bệnh tai xanh, thậm chí còn phát hiện nhiều hố chôn lợn chết vì bệnh tai xanh vẫn được đào lên để làm thực phẩm... Vậy vấn đề ở đây là gì?

Truyền thông ATTP

Khi đi tìm hiểu, PV đã phát hiện ra một điều: *Các thông điệp trên báo chí chủ yếu phản ánh về tình hình dịch bệnh, cách xử lý lợn dịch, cảnh khốn khó của người nông dân khi có lợn nhiễm bệnh...* Mà thông tin về những tác hại của thịt nhiễm bệnh đến con người ít được đề cập, hoặc bị lướt qua... Có lẽ báo chí đã không lường trước quan niệm: "Lợn bệnh, gà toi cứ cho vào nồi, đun sôi, nấu kỹ là ăn được hết!" vẫn tồn tại trong nhân dân...

Sau đó, với sự vào cuộc mạnh mẽ của báo chí, truyền thông người dân đã hiểu ra và không sử dụng thịt lợn chết hoặc đang mắc bệnh tai xanh nữa.

Truyền thông ATTP

Rõ ràng, quá trình truyền thông, báo chí phải lắng nghe phản hồi, điều chỉnh kịp thời để định hướng truyền thông mới đem lại hiệu quả tốt nhất.



Truyền thông ATTP

Trong truyền thông, có một quan niệm như thành chân lý. Đó là **“Nói một lần không hiểu thì nói nhiều lần, nói càng nhiều thì càng thấm”**.

Điều đó đã được chứng minh với việc tuyên truyền về ATTP, đặc biệt là với nhiều trường hợp như: Không sử dụng chất cấm trong chăn nuôi, không sử dụng thịt lợn, thịt gia cầm nhiễm bệnh...

Tuy nhiên, đôi khi nói nhiều, nói lặp lại rơi vào tình trạng tác dụng ngược.

Truyền thông ATTP

Nếu tra trên google từ “thịt bẩn” thì trong khoảng (0,43 giây) cho ra **64.600.000** kết quả. Những title báo rất rùng rợn:

- ❑ Phát hiện 'đường dây cung cấp thịt lợn bẩn' khổng lồ ở TP.HCM
- ❑ Bình Dương: Phát hiện lượng lớn thịt lợn bẩn cất giấu trong container
- ❑ Vụ thịt lợn 'bẩn' ở Bắc Ninh: Hơn 1.300 trẻ đi làm xét nghiệm sán lợn
- ❑



Truyền thông ATTP

- ⇒ **Trước những thông tin này, người dân đã phản ứng thế nào?**
 - ⇒ Người dân biết thông tin và cảnh giác với thực phẩm không rõ nguồn gốc, thức ăn đường phố...
 - ⇒ Người dân lo lắng quá => Sợ. Nhiều người hành động tiêu cực: Không đi chợ dân sinh chỉ ăn thịt siêu thị ... Dẫn tới nhiều hệ lụy (Thịt lợn trong dân không bán được, ảnh hưởng tới sản xuất...)
-

Truyền thông ATTP

Vậy có vấn đề gì trong thông điệp truyền thông ở đây?

- ❑ **Thứ nhất:** Truyền thông, báo chí đã không cân đo, đong đếm liều lượng thông tin. Khi người dân cứ mở đài, đọc báo, xem mạng là thấy “thịt bẩn”. Và đặc biệt, cách tuyên truyền khiến người ta hiểu: Cứ thịt lợn, thịt gà bán tại chợ dân sinh là BẨN.
-

Truyền thông ATTP

- ❑ **Thứ hai:** Thông tin đưa quá nhiều về các vụ việc bị phát hiện, về tác hại của thịt bẩn... Khiến người dân bế tắc.
 - ❑ **Thứ ba:** Ít thông tin hướng dẫn, chỉ dẫn về cách phân biệt, cách lựa chọn thực phẩm an toàn, (tử sạch và tử an toàn cần phải cân nhắc khi sử dụng).
 - ❑ **Thứ tư:** Ít thông tin về các địa chỉ bán thực phẩm an toàn...
-

Truyền thông ATTP

Nhưng, có những vấn đề, cho dù chúng ta cũng tăng cường truyền thông nhưng trên thực tế thông điệp của báo chí không tác động nhiều đến người dân

Ví dụ cụ thể đó là việc sử dụng tiết canh.



Truyền thông ATTP



- ❑ Với từ khóa "**tiết canh**" chỉ trong 0.44 giây Google cho khoảng **96.500.000** kết quả.
 - ❑ Nhưng nổi bật lại là những bát tiết canh màu đỏ tươi, rau thơm, lạc rang...rất hấp dẫn. Nhiều chia sẻ (Rất nhiều của các tờ báo) về cách làm, cách thưởng thức món **khoái khẩu** này...
 - ❑ Những thông tin về tác hại của tiết canh, về những căn bệnh liên quan, hay hình ảnh những người bị liên cầu lợn sau khi dùng tiết canh... nhặt nhòa...
-

Truyền thông ATTP



Vì sao thông điệp **“Không ăn tiết canh”** không đến được với người tiêu dùng đã có câu trả lời.

=> Vậy làm thế nào để thông điệp về ATTP được lắng nghe và tác động tích cực đến xã hội?

Truyền thông ATTP

- ❑ Phải **hiểu rõ đối tượng truyền thông** của mình:
Để có thông tin phù hợp với đối tượng.
 - ❑ Phải **hiểu rõ phương thức truyền thông** của mình: Để có cách thức tuyên truyền hiệu quả nhất.
-

Truyền thông ATTP

- ❑ Thông điệp phải thể hiện rõ **quan điểm của nhà báo** về ATTP. Việc thông tin về các vụ việc là quan trọng, nhưng tuyên truyền về **nguyên nhân và những giải pháp** mới là cần thiết.
 - ❑ Thông điệp phải có **tính giáo dục cao** để công chúng thấy mức độ nghiêm trọng chứ không thể tác động vào thị giác, thính giác để công chúng có cảm giác: SỢ.
-

Truyền thông ATTP

- Luôn đảm bảo sự **trung thực, khách quan**
 - Thông điệp hướng đến **hành vi tích cực, không mang tính đe dọa.**
-

Truyền thông ATTP

Thông điệp cần **dễ hiểu, dễ nhớ,**
phải có hiệu ứng truyền thông.

Truyền thông ATTP

- Về thông tin cần cung cấp:
 - + Những chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về ATTP
 - + Những quy định của pháp luật về ATTP.
 - + Vai trò, trách nhiệm của chính quyền các cấp, người đứng đầu các đơn vị, cơ quan trong việc quản lý ATTP
 - + Cung cấp thông tin về sản phẩm an toàn, địa chỉ của những sản phẩm an toàn
 - + Hành vi vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm
 - + Những biểu hiện tiêu cực trong nuôi trồng, chế biến, vận chuyển, tiêu thụ thực phẩm.
-

Truyền thông ATTP

□ Chỉ dẫn, hướng dẫn:

- + Những cơ quan chịu trách nhiệm về ATTP.
 - + Định hướng tiêu dùng sản phẩm an toàn.
 - + Cách nhận biết, phân biệt sản phẩm an toàn.
 - + Cách nhận biết, phân biệt sản phẩm không an toàn.
 - + Cách xử lý người bị ngộ độc thực phẩm
- => Lấy người tiêu dùng làm trung tâm.**
-

Truyền thông ATTP

Tạo diễn đàn:

- +Tạo điều kiện để người dân được phát biểu, được đưa ra ý kiến về ATTP (Trong talkshow, voxpop, hay các bài báo...)

- +Được tham gia góp ý vào các chủ trương, chính sách nhà nước về ATTP.

- +Cung cấp thông tin về ATTP cho báo chí (Từ khâu sản xuất, tiêu thụ) thông qua đường dây nóng, các trang fanpage, các cmt...

Truyền thông ATTP

❑ Nhà báo cần:

- + Có kiến thức cơ bản (nâng cao) về ATTP (Luật pháp, chính sách, kỹ năng về ATTP).
 - + Có đạo đức nghề nghiệp (Khách quan, Chính xác, Luôn xác minh nguồn tin, không tô vẽ, bóp méo...)
 - + Dám dẫn thân (Dám đấu tranh với những biểu hiện/ sự việc...). Nhà báo có nên NHẬP VAI không?
 - + Có mối quan hệ mật thiết với công chúng. Tạo điều kiện cho công chúng được cung cấp thông tin...
 - + Có cách làm hay, hấp dẫn thu hút công chúng...
-

Truyền thông ATTP

□ Cơ quan báo chí:

- Xác định tầm quan trọng của truyền thông ATTP
 - Đa dạng hóa cách thức truyền thông ATTP
 - Tạo điều kiện để các phóng viên hoạt động
 - Tạo điều kiện để công chúng cung cấp thông tin
 - Giáo dục ý thức và đạo đức nghề nghiệp cho nhà báo.
-