

VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG VỀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG NHẪM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Đỗ Hồng Quân¹

TÓM TẮT

Phát triển bền vững là một khái niệm được sử dụng khá phổ biến hiện nay tại Việt Nam và trên thế giới. Nội hàm của khái niệm này nhấn mạnh đến yếu tố bảo vệ môi trường bên cạnh yếu tố kinh tế và xã hội. Tính bền vững của bất kỳ một xã hội nào được xác định là việc các quốc gia làm như thế nào để dung hòa giữa ba trụ cột trên trong tiến trình phát triển. Về khía cạnh bảo vệ môi trường, truyền thông đại chúng với chức năng như là một thiết chế quan trọng trong xã hội hiện đại sẽ thực hiện chức năng thông tin, giám sát và phản biện xã hội trước những hiện tượng có liên quan đến ô nhiễm môi trường. Cũng thông qua truyền thông mà người dân với tư cách như là những chủ thể trong mỗi xã hội sẽ nâng cao ý thức của mình trong việc tham gia bảo vệ môi trường nhằm mục tiêu phát triển bền vững.

ABSTRACT

Sustainable development is a concept widely used in Vietnam and in the world. The connotation of this concept emphasizes environmental factors besides economic and social factors. The sustainability of any society is considered as an issue in which a country find a way to reconcile among the three pillars of the development process. Regarding environmental protection, mass communication plays an important role as an institution in modern society to perform the function of information, monitoring and public debate to the phenomena related to environmental pollution. Moreover through the communication, people, the subjects of any society will raise their awareness of their participation in environmental protection to achieve sustainable development objectives.

I. Đặt vấn đề

Thế giới hiện nay đang chứng kiến nhiều sự thay đổi nhanh chóng trên tất cả các mặt của đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội. Trong vài thập niên trở lại đây, mối quan tâm về vấn đề ô nhiễm môi trường đã chiếm một vị trí quan trọng trong nhiều diễn đàn của khu vực và thế giới (Bộ Tài nguyên và Môi trường, 2009). Chính việc khai thác và sử dụng tài nguyên phung phí đã gióng lên những hồi chuông đánh động đến nhận thức chung của nhân loại về mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường, về mối quan hệ giữa con người với thiên nhiên. Những tiền đề này làm cơ sở cho sự hình thành

một khái niệm đặc biệt đáng quan tâm trong chiến lược phát triển, đó là chiến lược phát triển bền vững trên cơ sở cách tiếp cận có tính hệ thống: con người không phải đứng ngoài thiên nhiên để khai thác và cải tạo thiên nhiên mà sống với thiên nhiên, cùng phát triển trong nó như một hệ thống. Những yếu tố trên đã làm cho “những vấn đề chung về môi trường và tính bền vững trong thời gian gần đây đã nhận được sự chú ý đặc biệt trong lĩnh vực công cộng và trong giao tiếp khoa học mặc dù có một sự thâm hụt trong lý thuyết và những nghiên cứu vẫn chỉ là nghiên cứu trường hợp” (Heinz Bonfadelli, 2010, tr. 273)

¹Giảng viên khoa Xã Hội Học & Công Tác Xã Hội, trường Đại học Mở Tp. Hồ Chí Minh

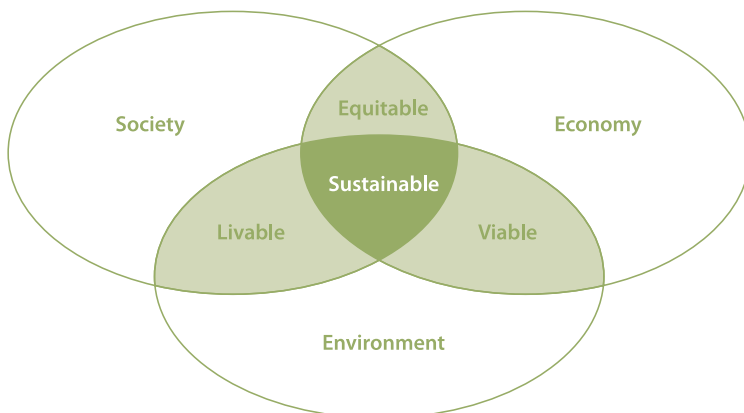
Tại Việt Nam, kể từ khi quan điểm chính thống về phát triển bền vững được công bố năm 1987, có thể nêu lên ba mốc thời gian quan trọng xác nhận quá trình nhập cuộc của Việt Nam: (1) Ngày 12/6/1991, tại quyết định số 187-CT, chính phủ thông qua “kế hoạch quốc gia về môi trường và phát triển lâu bền giai đoạn 1991-2000”: đây được xem như là một trong những kế hoạch quốc gia đầu tiên được xây dựng và theo quan điểm phát triển bền vững được quốc tế chính thức công bố. (2) Ngày 26/6/1998, Bộ Chính trị ban hành tiêu chí số 36-CT/TW “về việc tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước”. (3) Tiếp đó, đại hội IX của Đảng đã khẳng định con đường phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam là: “phát triển nhanh, hiệu quả và bền vững, tăng trưởng kinh tế đi đôi với tiến bộ, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường”, “phát triển kinh tế-xã hội phải gắn chặt với bảo vệ và cải thiện môi trường, đảm bảo sự hài hòa giữa môi trường nhân tạo với môi trường tự nhiên, giữ gìn đa dạng sinh học” (Lê Văn Khoa, 2009, tr. 234)

1.1. Khái niệm phát triển bền vững.

Phát triển bền vững là một khái niệm mới nảy sinh từ sau cuộc khủng hoảng môi trường, do đó cho đến nay chưa có một định nghĩa nào đầy đủ và thống nhất. Theo định nghĩa mà Ủy ban thế giới về môi trường và phát triển trong bản báo cáo thường được gọi là “bản báo cáo Brundtland” đệ trình cho Đại hội đồng Liên hiệp

quốc vào năm 1986, thì sự phát triển bền vững là “một sự phát triển đáp ứng được các nhu cầu của các thế hệ hiện tại mà không gây nguy hại đến khả năng mà các thế hệ tương lai đáp ứng các nhu cầu của họ”. Thực ra những ý tưởng về phát triển bền vững có thể nói là đã bắt đầu từ khi nhà sinh học người Đức Ernst Haeckel (1834-1919) khi vào năm 1866 đã lần đầu tiên tạo ra thuật ngữ sinh thái học (ecology) với ý nghĩa là khoa học về “ngôi nhà”, Haeckel Haeckel hiểu “ngôi nhà” ở đây chính là hành tinh của chúng ta và bầu sinh quyển của nó. Sau đó, một trong những người học trò của Haeckel là nhà khoa học tự nhiên và nhà địa lý người Ru-ma-ni tên là Grigore Antipa đã sử dụng vào năm 1909 thuật ngữ géonomie, có nghĩa là sự quản trị đất đai, để mô tả hệ thống quản trị một cách duy lý đối với các nguồn tài nguyên trên lưu vực sông Danube và biển Hắc Hải. (Trần Hữu Quang, 2010). Mục tiêu của sự phát triển bền vững là làm sao tìm cách xác định được những khuôn khổ phát triển có thể chấp nhận được bằng cách kết hợp hài hòa ba khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường sinh thái trong tất cả các hoạt động của con người. Người ta thường coi đây là “ba cột trụ của sự phát triển bền vững” mà bất cứ cộng đồng nào cũng như bất cứ xí nghiệp hay cá nhân nào cũng buộc phải lưu tâm trong các chương trình phát triển của mình. Cứu cánh của sự phát triển bền vững chính là tìm ra một sự quân bình nhất quán và có thể chấp nhận được một cách dài hạn giữa ba cột trụ ấy (xin xem Sơ đồ 1).

Sơ đồ 1. Sơ đồ về sự phát triển bền vững: sự hợp lưu của ba lĩnh vực cần quan tâm, hay là “ba cột trụ của sự phát triển bền vững”



Nguồn: <http://www.hydroquebec.com/sustainable-development/approche/definir.html>

Việc xây dựng khái niệm phát triển bền vững là một trong những bước tiến của nhân loại trong việc nâng cao ý thức của con người về bảo vệ môi trường. Với nhận thức chung về trách nhiệm của con người đối với thiên nhiên, nhiều phong trào bảo vệ môi trường đã trở thành phong trào xã hội rộng lớn mang tính chất toàn cầu. Môi trường và hệ sinh thái cũng trở thành đối tượng nghiên cứu của nhiều chuyên ngành khoa học như dịch tễ học, kinh tế học, y tế, xã hội học... Theo Vũ Cao Đàm (1999) có ba nội dung cần được quan tâm khi nghiên cứu về môi trường hiện nay: (1) trách nhiệm của con người, của các nhóm xã hội trong việc tàn phá môi trường, (2) sự tước đoạt lợi thế sử dụng tài nguyên của nhóm này trước nhóm khác là nguyên nhân trực tiếp, nguyên nhân xã hội của sự tàn phá môi trường, (3) vai trò của các định chế xã hội trong việc bảo vệ môi trường. Theo chúng tôi, việc nhấn mạnh đến vai trò của các định chế (institutions) trong bảo vệ môi trường cũng là một hướng tiếp cận mới cần được quan tâm. Thực tế truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong việc thông tin, tuyên truyền và giáo dục đến người dân những giá trị về bảo vệ môi trường nhằm định hướng cho phát triển bền vững trong từng giai đoạn lịch sử xã hội khác nhau.

1.2. Truyền thông đại chúng với chức năng như là một định chế trong xã hội.

Khái niệm truyền thông (communication) được định nghĩa và sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Hiểu theo nghĩa chung nhất và trừu tượng nhất, truyền thông là quá trình truyền dữ liệu giữa các đơn vị chức năng. (Hoàng Phê, 2000, tr.1053). Còn trong cuốn từ điển Xã hội học cũng đưa ra một định nghĩa tổng quát như sau: truyền thông là “sự tạo ra mối liên hệ giữa hai đối tượng có thể mang bản chất sự sống hay không” (G.Endruweit và G.Trommsdorff, 2001, tr.517). Với việc phân tích 160 định nghĩa khoa học xã hội

của thuật ngữ truyền thông, Merten đã phân chia là hai loại theo cấu trúc: (1) loại của quá trình có cấu trúc một chiều (truyền thông như là truyền dẫn, như là hành động kích thích - phản ứng,...) và (2) là loại của quá trình có cấu trúc đối xứng (truyền thông như là thông hiểu, trao đổi, tham gia, tương tác...). Cuối cùng ông đi đến một kết luận rằng “truyền thông là một phạm trù cơ bản mà qua nó các hệ thống xã hội hình thành và tiếp tục phát triển. Thông qua truyền thông, các chuẩn mực và giá trị được chuyển giao và xã hội hóa” (G.Endruweit và G.Trommsdorff, 2001, tr. 519). Theo Trần Hữu Quang (2005) thì “truyền thông là một quá trình truyền đạt, tiếp nhận và trao đổi thông tin nhằm thiết lập các mối quan hệ giữa con người với con người”. Truyền thông đại chúng (mass communication) là quá trình truyền đạt thông tin một cách rộng rãi đến mọi người trong xã hội thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, phát thanh, truyền hình ... Trong xã hội hiện đại truyền thông đại chúng đóng một vai trò quan trọng bởi lẽ:

- Chúng là kênh chủ yếu cung cấp thông tin thời sự, kiến thức và giải trí cho người dân, và đã trở thành một bộ phận hữu cơ không thể thiếu trong đời sống hàng ngày của mọi cá nhân trong xã hội.
- Chúng là công cụ hữu hiệu để quản lý, điều hành và cải cách xã hội.
- Chúng đã trở thành một định chế có những quy tắc và chuẩn mực riêng của mình trong lòng xã hội, và có những quan hệ mật thiết với các định chế khác trong xã hội.

Theo André Akoun, sở dĩ truyền thông đại chúng trở nên quan trọng trong xã hội hiện đại là vì những cái cầu nối xã hội của xã hội cổ truyền (như làng xã, gia đình, phường hội nghề nghiệp, cộng đồng tôn giáo, tín ngưỡng ...) ngày càng trở nên lu mờ và yếu ớt. Ngày nay, những cái cầu

nổi ấy không còn đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập mối quan hệ giữa con người với con người, cũng như trong việc xác lập căn cước tính (identity) của mỗi cá nhân. Chính vì vậy mà con người có nhu cầu tiếp nhận thông tin từ các phương tiện truyền thông đại chúng vốn không ngừng được cập nhật, để bù đắp cho sự thiếu thốn hoặc hụt hẫng ấy, cũng như để có thể thích ứng kịp thời với những yêu cầu của một thế giới thay đổi liên tục. (Trần Hữu Quang, 2005, tr.17-18)

Nhà xã hội học Lerner từng cho rằng xã hội hiện đại khác với xã hội truyền thống ở bốn điểm : đô thị hóa (xét về mặt kinh tế), giáo dục (xét về mặt văn hóa), bầu cử (xét về mặt chính trị), và các phương tiện truyền thông đại chúng (xét về mặt truyền thông) (G.Endruweit và G.Trommsdorff, 2001, tr. 208-209). André Akoun cho rằng sở dĩ truyền thông đại chúng trở nên quan trọng trong các xã hội hiện đại là vì những định chế của xã hội cổ truyền (như làng xã, gia đình, phường hội nghề nghiệp, cộng đồng tôn giáo, tín ngưỡng...) ngày càng trở nên lu mờ và yếu ớt. Trong xã hội hiện đại, những định chế ấy không còn đóng vai trò thiết yếu trong việc thiết lập các mối liên hệ xã hội cũng như trong việc xác lập căn cước tính (identity) của mỗi cá nhân. (André Akoun, Pierre Ansart, 1999, tr. 264, dẫn lại theo Trần Hữu Quang). Chính vì vậy mà con người có nhu cầu tiếp nhận khối lượng thông tin cập nhật hàng ngày từ các phương tiện truyền thông đại chúng, để bù đắp vào sự thiếu thốn hay sự hụt hẫng ấy, cũng như để có thể thích ứng kịp thời với những yêu cầu của một thế giới thay đổi ngày càng nhanh.

1.3 Truyền thông và hoạt động truyền thông môi trường.

Kể từ thập niên 1970, môi trường và sinh thái học đã trở thành một vấn đề ngày càng được quan tâm nhiều hơn trên các phương tiện thông tin đại chúng và không gian công cộng ở hầu hết các xã hội

phương Tây, đặc biệt là từ khi có sự xuất hiện báo cáo Brundtland (1987), hội nghị Rio (1992) nghị định thư Kyoto (1997) (Heinz Bonfadelli, 2000, tr. 257-258). Khái niệm truyền thông môi trường được sử dụng rộng rãi trên thế giới từ năm 1972. Đây cũng là năm đánh dấu việc hợp tác quốc tế trong lĩnh vực bảo vệ môi trường và phát triển bền vững thông qua “Hội nghị của Liên Hiệp Quốc về môi trường-con người” họp tại Stockholm (Thụy Điển). Theo Vũ Cao Đàm, Mai Quỳnh Nam (2002) thì “khái niệm truyền thông môi trường là một quá trình tương tác hai chiều, giúp cho mọi đối tượng tham gia vào quá trình đó cùng tạo ra và cùng chia sẻ với nhau các thông tin về môi trường, với mục đích là tạo ra sự hiểu biết chung về các chủ đề môi trường có liên quan và từ đó có năng lực cùng chia sẻ trách nhiệm bảo vệ môi trường với nhau”.

Với sự thay đổi theo hướng ngày càng xấu đi của môi trường chung, công tác truyền thông đại chúng không chỉ đóng một vai trò quan trọng trong việc phổ biến thông tin mà còn nhằm vào việc chia sẻ về một phương thức sống bền vững và nhằm xây dựng khả năng giải quyết những vấn đề môi trường cho các nhóm người trong cộng đồng xã hội. Truyền thông cũng là một công cụ hỗ trợ rất đắc lực cho những công cụ khác trong việc quản lý về môi trường.

Mục đích của truyền thông môi trường: Theo Vũ Cao Đàm, Mai Quỳnh Nam thì truyền thông môi trường có những mục đích sau:

1. Thông tin cho mọi đối tượng nhận thông điệp biết được tình trạng của họ, từ đó lôi cuốn họ tham gia đến việc tìm kiếm các giải pháp khắc phục.
2. Huy động các kinh nghiệm, kỹ năng, bí quyết của cơ sở để họ có thể đóng góp vào các chương trình, kế hoạch bảo vệ môi trường.

Lôi cuốn, thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng trong việc tìm ra các giải pháp đối với mỗi một vấn đề môi trường, tạo cho họ khả năng đánh giá và kiểm soát chúng.

3. Thương lượng, hòa giải các xung đột, khiếu nại, tranh chấp về môi trường giữa các cơ quan, trong nhân dân.
4. Tạo cơ hội cho mọi thành phần trong xã hội có thói quen “ứng xử đúng” hay hành vi “thân thiện” đối với môi trường và cùng nhau tham gia vào việc bảo vệ môi trường – xã hội hóa công tác bảo vệ môi trường.
5. Thông qua đối thoại thường xuyên trong xã hội, chúng ta có thể tạo ra một khả năng thay đổi hành vi một cách toàn diện hơn.

Xung quanh chủ đề môi trường các thông điệp có mục tiêu cuối cùng là nhằm hướng vào việc thay đổi hành vi của người dân trong xã hội. Để thay đổi hành vi, theo Vũ Cao Đàm (2002) các thông điệp cần hướng vào các mục tiêu cụ thể như sau:

1. Giáo dục nhận thức về môi trường: Đây là nội dung quan trọng, nó hướng cộng đồng đi đến sự thừa nhận đầy đủ về tác hại của môi trường. Quan niệm phổ biến cho rằng con người nếu như nhận thức đầy đủ về tác hại của môi trường thì họ sẽ bảo vệ môi trường.
2. Giáo dục kiến thức môi trường: là nhằm nâng cao vốn hiểu biết về môi trường, ô nhiễm môi trường, các chất độc hại và tác động của nó đến sức khỏe của con người.
3. Giáo dục kỹ thuật môi trường: nhằm cung cấp kiến thức về phương pháp xử lý kỹ thuật môi trường.
4. Giáo dục ý thức môi trường: giáo dục ý thức cần được xem là nội

dung có tác động chi phối nhất. Bởi vì con người có thể kém nhận thức, kém kiến thức nhưng nếu như có ý thức thì họ vẫn có hành vi ứng xử tốt trước môi trường.

5. Giáo dục đạo đức môi trường.

6. Giáo dục hành vi môi trường.

II.1 Chức năng thông tin của truyền thông đại chúng trong bảo vệ môi trường.

Truyền thông có chức năng như là người kiểm soát và cũng là lý thuyết về định giá tin tức (Staab, 1990, tr.260). Tuy nhiên chức năng chính mà người ta vẫn thường thấy ở truyền thông đại chúng là chức năng cung cấp thông tin cho độc giả. Xã hội hiện đại với nhiều loại hình truyền thông khác nhau đang ngày càng đáp ứng đầy đủ hơn cho nhu cầu ngày càng phong phú và đa dạng của đời sống con người. Vì thế trong số những thông tin mà truyền thông chuyển tải đến người dân, những giá trị về tin tức có liên quan đến lĩnh vực môi trường, đến khái niệm phát triển bền vững sẽ có những ảnh hưởng không nhỏ đến sự quan tâm của chính người dân.

Truyền thông về môi trường đang dần dần trở thành một chủ đề trong nghiên cứu truyền thông tại Đức và Thụy Sĩ từ giữa thập niên 1980. Tuy nhiên những chủ đề này và cả những quan điểm lý thuyết vẫn còn là đa ngành và bị phân mảnh (Heinz Bonfadelli, 2010). Dựa trên những dữ liệu quan sát tại Châu Âu, Schulz (2003) đã chứng minh rằng truyền thông đại chúng và các chương trình truyền hình đặc biệt là những nguồn thông tin quan trọng về môi trường. Năm 2005, dựa trên phương pháp phân tích nội dung, Muller và Strausak đã mã hóa và phân tích ba tờ báo có số lượng phát hành cao tại Thụy Sĩ là “Blick”, “Tagess-Anzeige” và “Neue Zürcher Zeitung”. Với mẫu nghiên cứu được dựa trên những nghiên cứu sơ bộ với mục đích nhằm nhận dạng bước đầu những bài báo đã được xuất bản trong khoảng thời gian từ năm 1993

đến năm 2004. Với mục đích nhằm thống kê tần số xuất hiện của thuật ngữ “phát triển bền vững” trong ba tờ báo trên. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng thuật ngữ này xuất hiện trong 11.342 bài báo đã xuất bản của tờ báo Neue Zürcher Zeitung, 5.104 trong tờ báo Tages-Anzeiger và chỉ 304 trong tờ báo Blick. (Heinz Bonfadelli, 2010, tr. 265). Thông qua việc phân tích những nội dung chính thông qua ba tờ báo này, Muller và Strausak đã kết luận rằng những hoạt động thông tin về môi trường và phát triển bền vững được phản ánh trên các phương tiện truyền thông vẫn giữ một vai trò quan trọng trong việc đưa ra những

thông tin quan trọng cũng như nhằm thay đổi về thái độ và hành vi của người dân”. Tại Việt Nam, nghiên cứu của Lê Thanh Sang (2008) về vấn đề biến đổi khí hậu và sự quan tâm của người dân tại vùng đồng bằng Sông Cửu Long cũng đã kết luận rằng “hầu hết người dân biết được thông tin về biến đổi khí hậu là do xem tivi. Một bộ phận khác là nhờ nghe radio và xem báo chí. Điều này cho thấy các phương tiện truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiểu biết và nhận thức của người dân về biến đổi khí hậu” (xem thêm ở bảng 1) (Lê Thanh Sang, 2008)

Bảng 1: Cách thức chủ yếu mà qua đó người dân biết được thông tin về biến đổi khí hậu

Cách tiếp cận thông tin	Số ý kiến	Phần trăm (*)
Xem tivi	461	96,8%
Nghe radio	67	14,1%
Đọc báo	66	13,9%
Được địa phương phổ biến	19	4,0%
Nghe người trong gia đình nói lại	9	1,9%
Nghe hàng xóm nói lại	14	2,9%
Cách khác	4	0,8%
Tổng số ý kiến trả lời	640	134,5%

(*) phần trăm ý kiến trên tổng số người trả lời
Nguồn: Lê Thanh Sang, *Biến đổi khí hậu và sự quan tâm của người dân vùng đồng bằng sông Cửu Long*, bài viết đăng trên kỷ yếu hội thảo “Khoa học xã hội và phát triển bền vững vùng đồng bằng sông Cửu Long”, Cần Thơ, ngày 28/10/2010.

II.2. Chức năng giám sát, phản biện của truyền thông đại chúng về môi trường.

Bên cạnh chức năng thông tin, truyền thông đại chúng cũng đóng một vai trò rất quan trọng thông qua việc giám sát và phản biện xã hội. “Trong xã hội hiện đại, thông tin có vai trò đặc biệt quan trọng, chính thông qua sử dụng và giám sát thông tin nên báo chí thể hiện được chức năng giám sát và phản biện xã hội của mình. Chức năng này thể hiện quyền lực của báo chí

trong đời sống xã hội. Giám sát xã hội của báo chí thực chất là giám sát bằng dư luận xã hội. Qua giám sát, theo dõi một cách khách quan và có định hướng mà báo chí thể hiện vai trò phản biện xã hội của mình” (Nguyễn Linh Khiếu, 2009). Tại Việt Nam trong những năm vừa qua, những hoạt động mà truyền thông tham gia về bảo vệ môi trường đã bắt đầu có tính hiệu quả. Dư luận vẫn còn nhớ loạt phóng sự về tình hình xả nước thải của công ty Vedan tại

sông Thị Vải năm 2008. Cũng thông qua truyền thông mà người dân, nhất là những hộ gia đình nông dân tại ba tỉnh Đồng Nai, Bà Rịa Vũng Tàu và Thành phố Hồ Chí Minh bắt đầu ý thức được quyền lợi của mình, từ đó dẫn đến một vụ kiện đòi bồi thường về ảnh hưởng của ô nhiễm môi trường có thể nói là lớn nhất từ trước đến nay tại Việt Nam.

Nghiên cứu của Viện Phát triển Bền vững vùng Nam Bộ (2010) về đề tài “Một số vấn đề cơ bản về vấn đề bảo vệ môi trường nhằm phát triển bền vững vùng Nam Bộ” với kết quả phân tích trường hợp cũng cho kết quả rằng truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng nhằm thay đổi hành vi của doanh nghiệp¹.

Hộp 1: Nghiên cứu trường hợp doanh nghiệp

Công ty X.N được thành lập năm 2001 và hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực xuất khẩu tôm sú cho thị trường Mỹ, Nhật Bản và Châu Âu. Hiện nay công ty đang có khoảng 2400 công nhân và chủ yếu là người dân tại địa phương. Hiện nay doanh nghiệp này nằm trên tuyến quốc lộ 1A tiếp giáp giữa huyện Châu Thành và thành phố Sóc Trăng. Vì nằm ngoài khu công nghiệp nên hiện nay vấn đề vệ sinh môi trường của doanh nghiệp này do chính doanh nghiệp tự đầu tư xử lý.

Vì hoạt động trong lĩnh vực thủy sản, lại nằm sát bên dòng sông nên những năm đầu mới đi vào hoạt động doanh nghiệp này là một trong những tác nhân gây nên tình trạng ô nhiễm nghiêm trọng cho dòng sông xung quanh khu vực dân cư. Nhiều hộ dân xung quanh công ty đã phản ứng bằng cách báo lên chính quyền địa phương để xử lý doanh nghiệp này. Đã có nhiều đoàn thanh tra xuống kiểm tra tại công ty và thực tế công ty cũng đã bị phạt nhiều lần. Tuy nhiên vì số tiền đầu tư cho công tác xử lý nước thải là quá lớn so với số tiền

bị phạt nên công ty vẫn chỉ chấp nhận xử lý ô nhiễm trong phạm vi nào đó còn lại là chấp nhận bị phạt. Tuy nhiên có hai sự kiện đã làm thay đổi chính sách của công ty đối với việc xử lý ô nhiễm môi trường:

1/ Trong năm 2005, công ty này đã ký hợp đồng xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ, vốn là những nước công nghiệp phát triển nên phía đối tác này đã yêu cầu công ty phải có những chứng nhận rất nghiêm ngặt về vệ sinh an toàn thực phẩm, về chính sách xử lý ô nhiễm môi trường và phúc lợi cho người lao động. Đây chính là những yếu tố đầu tiên tác động làm thay đổi nhận thức của doanh nghiệp về vấn đề xử lý môi trường

2/ Yếu tố thứ hai hiện đang có tác động rất mạnh đến ý thức về việc xử lý chất thải gây ô nhiễm môi trường của doanh nghiệp này là việc hiện tại phòng Tài nguyên và Môi trường tỉnh Sóc Trăng đang triển khai kế hoạch công khai danh tánh những doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường tại địa phương lên trên các phương tiện truyền thông đại chúng bên cạnh hình thức xử phạt bằng tiền. Doanh nghiệp này cho rằng nếu như tên tuổi của họ bị công khai trên các phương tiện truyền thông thì họ sẽ rất khó làm ăn với những quốc gia khác vốn đang đặt tiêu chí này lên hàng đầu. Chính vì thế, doanh nghiệp phải đầu tư trang thiết bị xử lý nước thải mặc dù mức đầu tư hiện tại là khá lớn. Hiện tại (tức là tháng 9/2010), doanh nghiệp đã được phòng Tài nguyên và Môi trường chứng nhận đạt chuẩn về vệ sinh môi trường.

Nguồn: số liệu từ cuộc điều tra tại tỉnh Sóc Trăng về đề tài “Một số vấn đề cơ bản về vấn đề bảo vệ môi trường nhằm phát triển bền vững vùng Nam Bộ”

Nhằm mục đích đánh giá về chức năng giám sát và phản biện của báo chí về việc bảo vệ môi trường, Kensicky (2004) đã đưa ra kết luận quan trọng dựa

¹Đây là đề tài nghiên cứu do Th.S Nguyễn Ngọc Diễm (Viện Phát triển Bền vững vùng Nam Bộ) làm chủ nhiệm.

trên phương pháp phân tích về nội dung truyền thông trên báo chí: “ngành công nghiệp được nêu tên trong 75% các bài báo như là thủ phạm chính trong việc gây ra ô nhiễm không khí. Tuy nhiên, những hậu quả của ô nhiễm không khí chỉ chiếm 40% trong số những bài báo. Ngoài ra chính phủ cũng đã được viện dẫn trong 75% của các bài viết như là những người chịu trách nhiệm cho những giải pháp nhằm giải quyết hiện tượng ô nhiễm” (Heinz Bonfadelli, 2010).

Thông qua việc phân tích về chức năng giám sát của truyền thông đại chúng đối với vấn đề về môi trường, chúng tôi nhận thấy rằng truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong việc thiết lập chiếc cầu nối giữa người dân với những người làm chính sách. Trong nhiệm vụ bảo vệ môi trường, cần có sự chung tay của rất nhiều những thiết chế xã hội khác nhau trong đó truyền thông cũng đóng góp một sứ mệnh quan trọng trong việc duy trì, bảo vệ môi trường nhằm mục tiêu phát triển bền vững.

III. Kết luận

Theo đánh giá của Bộ Tài nguyên và Môi trường, báo chí là phương tiện tuyên truyền phổ biến thông tin, kiến thức, cơ chế, chính sách pháp luật về tài nguyên môi trường đến với người dân, các tổ chức, góp phần nâng cao nhận thức cho cộng đồng; đồng thời tuyên truyền, cổ vũ các gương điển hình tiên tiến, nhân tố mới trong xây dựng, phát triển đất nước. Thời gian gần đây, “vai trò của báo chí thể hiện rõ thông qua việc phản ánh những vi phạm pháp luật của công ty trách nhiệm hữu hạn Vedan Việt Nam, Công ty Miwon (Phú Thọ), Cty Tung Kuang (Hải Dương)...; Song, có lúc, có nơi báo chí cũng phản ánh chưa sát, chưa đầy đủ những vấn đề liên quan đến môi trường tạo nên bức xúc không đáng có trong cộng đồng”. (Theo Báo điện tử Đảng Cộng Sản Việt Nam, ngày 08/10/2010).

Chúng tôi cho rằng trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, ngoài việc nâng cao ý thức của người dân, sự quan tâm của các cấp chính quyền còn có sự tham gia rất mạnh mẽ của truyền thông trong việc thông tin cũng như giáo dục và giám sát những hoạt động gây ô nhiễm môi trường. Nhằm phát huy hiệu quả của công tác này, chúng tôi nhận thấy có một số vấn đề cần quan tâm sau đây:

Hoạt động truyền thông về môi trường cần được tổ chức và phải được xem như là một trong những nội dung chương trình cốt lõi trên các phương tiện truyền thông. Mặt khác, truyền thông đại chúng cũng chỉ là một công cụ trong việc bảo vệ môi trường. Vì vậy, chúng tôi cho rằng muốn thực hiện việc bảo vệ môi trường một cách triệt để, cần có sự tham gia và góp sức của rất nhiều những tổ chức, cơ quan trong cũng như ngoài nhà nước. Ví dụ: tại Nhật Bản “trong tổng số khoảng 10.000 tổ chức phi chính phủ (NGO) được thống kê ở Nhật năm 1994, thì có đến 4.500 tổ chức có liên quan đến việc bảo vệ môi trường, rải rác ở tất cả các địa phương và các ngành. Ngoài những tờ báo chuyên về môi trường, về xử lý chất thải hoặc về bảo tồn thiên nhiên, thú vật... thì hầu hết các tờ báo lớn đều dành hẳn những chuyên trang thường xuyên đăng tải tin tức, bài vở về lĩnh vực này. Dĩ nhiên họ cũng biết rằng giáo dục ý thức về môi trường không phải là chuyện dễ, nên họ đã đưa nội dung này vào ngay chương trình giáo dục” (Trần Hữu Quang, 1995, tr.18-19).

Các phương tiện truyền thông cần tăng cường hơn nữa chức năng giám sát và phản biện của mình trong công tác tuyên truyền về môi trường.

Những thông tin tuyên truyền về môi trường thường chỉ xuất hiện nhiều trên những phương tiện chính như là truyền thanh, báo chí, truyền hình, Internet ...Tuy nhiên, xã hội với nhiều loại hình cư dân và mô típ nhận thức khác nhau về cùng một

nội dung truyền thông nên theo chúng tôi cần có sự đa dạng về nội dung cũng như hình thức truyền thông trong đó có nhấn mạnh đến yếu tố nhu cầu, ngôn ngữ, văn hóa, dân tộc ...

Trong bảo vệ môi trường, các phương tiện truyền thông cần có sự kết hợp với chính quyền địa phương nhằm kịp thời thông tin đến người dân. Việc tạo nên sự đồng thuận trong xã hội nhằm mục đích “răn đe” những doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường cũng là cần thiết nhằm đánh động đến ý thức bảo vệ môi trường của chính những doanh nghiệp này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2009), “*Báo cáo môi trường quốc gia 2009: môi trường khu công nghiệp Việt Nam*”, Hà Nội
2. Desai, Uday (1998), “*Ecological Policy and Politics in Developing countries*”
3. G.Endruweit và G.Trommsdorff (2001), “*Từ điển Xã hội học*”, Nxb Thế giới.
4. Heinz Bonfadelli (2009), *Environmental Sustainability as Challenge for Media and Journalism*, trong “*Environmental Sociology*” do Matthias Gross, Harald Heinrichs (editors), Springer Dordrecht Heidelberg London New York
5. Hoàng Phê (cb) (1996), “*Từ điển tiếng Việt*”, Nxb. Đà Nẵng
6. Lê Thành Tài (chủ biên) (2009), “*Sức khỏe môi trường*”, nhà xuất bản Lao động xã hội
7. Lê Văn Khoa (2009), “*Môi trường và phát triển bền vững*”, NXB Giáo dục VN
8. *Luật bảo vệ môi trường*, 2005
9. Nguyễn Tấn Dân (2009), “*Quá trình phát triển kinh tế xã hội vùng Đông Nam Bộ và các tác động môi trường của vùng*”. Tạp chí nghiên cứu Phát triển bền vững, số 4 (25).
10. Nguyễn Linh Khiếu (2009), “*Trách nhiệm xã hội của báo chí Việt Nam thời kỳ mới*”. Tạp chí Cộng sản, số 12
11. Philippe Bontems và Gilles Rotillon (2007), “*Kinh tế học môi trường*”, nhà xuất bản trẻ.
12. Tổng cục môi trường (2010), “*Xung đột môi trường: nguyên nhân và giải pháp quản lý*”, Tạp chí môi trường số 1/2010.
13. Tô Duy Hợp và Đặng Đình Long (2003), “*Văn hóa môi trường ở Việt Nam hiện nay: thực trạng và xu hướng biến đổi*”, Tạp chí xã hội học số 1(81), 2003
14. Trần Hữu Quang (1995), “*Thông điệp Nhật Bản: hãy cảnh giác thảm họa môi trường*”, Thời báo kinh tế Sài Gòn, ngày 7-12-1995
15. Trần Hữu Quang (2005), “*Xã hội học báo chí*”, nhà xuất bản Trẻ
16. Trần Hữu Quang (2010), “*Cơ sở dữ liệu, thông tin và tri thức phục vụ chiến lược nghiên cứu 2006-2010*”, Đề tài cấp Viện, Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ
17. Vũ Cao Đàm, Nguyễn Nguyên Chương, Mai Quỳnh Nam (2002), “*Truyền thông môi trường*”, Hà Nội, Nhà xuất bản Khoa học xã hội
18. Vũ Cao Đàm (2002), “*Xã hội học môi trường*”, Hà Nội, nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật
19. Vũ Cao Đàm (1999), “*Nghiên cứu xã hội học trong sự phát triển tư tưởng về môi trường*”, Tạp chí Xã hội học, số 3,4