

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: KỸ THUẬT MÔI TRƯỜNG

Người hướng dẫn: ThS. Phạm Thị Dương

Sinh viên: Bùi Thị Ngọc Lan

HẢI PHÒNG - 2012

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

**THIỆN CÔNG XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN
THÔNG MÔI TRƯỜNG NHẪM CẢI TÁC QUẢN LÝ
CHẤT THẢI RẮN CHO THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: KỸ THUẬT MÔI TRƯỜNG**

Người hướng dẫn: ThS. Phạm Thị Dương

Sinh viên: Bùi Thị Ngọc Lan

HẢI PHÒNG - 2012

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Bùi Thị Ngọc Lan

Mã số: 120931

Lớp: MT1201

Ngành: Kỹ thuật môi trường

Tên đề tài: Xây dựng chương trình truyền thông môi trường nhằm cải thiện công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin bày tỏ lòng biết ơn đến Thạc sĩ Phạm Thị Dương – giảng viên khoa Kỹ thuật môi trường – Trường Đại học Hàng Hải Việt Nam người đã hướng dẫn em hoàn thành khóa luận này.

Qua đây, em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các thầy cô giáo trong khoa Môi trường - trường Đại học Dân lập Hải Phòng, những người đã dìu dắt chúng em tận tình, đã truyền đạt cho chúng em những kiến thức và kinh nghiệm quý báu trong suốt thời gian chúng em học tập tại trường cũng như trong quá trình thực hiện khóa luận này.

Đồng thời em xin gửi lời cảm ơn tới tác giả của các công trình nghiên cứu, các bài viết trên báo, tạp chí có liên quan, mà qua đó đã giúp em có được nhiều tài liệu tham khảo quý báu để hoàn thành khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, tháng 12 năm 2012

Sinh viên

Bùi Thị Ngọc Lan

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I: HIỆN TRẠNG PHÁT SINH CHẤT THẢI RẮN CỦA THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG	5
1.1. Điều kiện tự nhiên – kinh tế xã hội của thành phố Hải Phòng	5
1.2. Hiện trạng phát sinh, thu gom, lưu giữ và xử lý chất thải rắn của thành phố Hải Phòng.....	7
1.2.1. Hiện trạng thu gom chất thải rắn.....	7
1.2.2. Quy trình thu gom	9
1.2.3. Công tác tái sử dụng và tái chế chất thải rắn	10
1.2.4. Hiện trạng xử lý chất thải rắn.....	10
CHƯƠNG II: CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG	11
2.1. Khái niệm về truyền thông môi trường.....	11
2.1.1. Định nghĩa truyền thông.....	11
2.1.2. Khái niệm truyền thông môi trường.....	11
2.2. Vai trò của truyền thông môi trường.....	12
2.2.1. Vai trò của truyền thông trong việc nâng cao nhận thức	12
2.2.2. Vai trò của truyền thông trong việc ngăn ngừa ô nhiễm.....	12
2.2.3. Vai trò của truyền thông trong việc giúp cho sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên	14
2.2.4. Tầm quan trọng của truyền thông trong giáo dục môi trường trong cộng đồng	15
2.2.5. Mục tiêu của truyền thông môi trường.....	16
2.3. Các phương pháp truyền thông môi trường.....	17
2.3.1. Các phương pháp truyền thông	17
2.3.2. Các phương pháp truyền thông môi trường	18
2.4. Công tác truyền thông môi trường của thành phố Hải Phòng	22
2.4.1. Công tác thông tin tuyên truyền.....	22
2.4.2. Hoạt động phong trào.....	23
2.4.3. Tổ chức các hội nghị để phổ biến các văn bản pháp quy	25

2.4.4. Tổ chức các hoạt động nghiên cứu hội thảo	26
2.4.5. Phát hành các tài liệu ấn phẩm.....	26
2.4.6. Hoạt động đào tạo tập huấn.....	26
2.4.7. Chuyên mục môi trường	27
2.4.8. Đào tạo tập huấn lực lượng truyền thông tại Hải Phòng.....	27
CHƯƠNG III: XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG NHẪM CẢI THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHẤT THẢI RẮN CHO THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG	29
3.1. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu.....	29
3.1.1. Đối tượng nghiên cứu.....	29
3.1.2. Phạm vi nghiên cứu.....	29
3.1.3. Phương pháp nghiên cứu.....	29
3.2. Cơ sở pháp lý và kỹ thuật cho công tác truyền thông môi trường.....	29
3.3. Xây dựng chương trình truyền thông môi trường trong công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng.....	31
3.3.1. Chương trình truyền thông và các bước xây dựng một chương trình truyền thông	31
3.3.2. Chương trình truyền thông cho cộng đồng	37
3.4. Dự kiến kết quả đạt được	41
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	43
TÀI LIỆU THAM KHẢO	46

DANH MỤC BẢNG VÀ HÌNH

Bảng 1. Lượng chất thải y tế nguy hại được Công ty Môi trường đô thị thu gom	8
Hình 2.1. Lễ trồng cây xanh ngăn ngừa ô nhiễm	14
Hình 2.2. Kêu gọi sử dụng tiết kiệm nước.....	15
Hình 2.3. Các cuộc thi về bảo vệ môi trường.....	22
Hình 2.4. Các chương trình kêu gọi toàn dân tham gia bảo vệ môi trường	25
Hình 2.5. Các ấn phẩm tuyên truyền huy động cộng đồng tham gia bảo vệ môi trường.	26
Hình 2.6. Lớp tập huấn nhằm nâng cao năng lực truyền thông môi trường.....	28
Hình 3.1. Sinh hoạt ngoại khóa về bảo vệ môi trường	38
Hình 3.2. Cuộc thi công nhân tham gia bảo vệ môi trường.....	39
Hình 3.3. Sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường.....	40
Hình 3.4. Dọn vệ sinh đường phố	40

MỞ ĐẦU

Năm 2001 được tổ chức Liên Hợp Quốc gọi là năm đầu của thiên niên kỷ môi trường. Loài người đã bước vào thiên niên kỷ mới với nhiều kỳ vọng và ước mơ một cuộc sống no đủ. Hòa bình và tự do trong một môi trường lành mạnh. Thế nhưng chính loài người đã để lại phía sau nhiều hậu quả và tồn tại cho môi trường mà chúng ta đang phải từng bước giải quyết và tháo gỡ các vấn đề.

Môi trường hiện nay đang chịu những thách thức rất lớn. Thứ nhất là bùng nổ dân số do tỉ lệ sinh cao và tỉ lệ tử vong giảm. Thứ hai là sự nghèo đói và thất học và thứ ba là sự tăng trưởng kinh tế không đi kèm một cách tương xứng với hoạt động bảo vệ môi trường sinh thái. Việc khai thác, sử dụng không hợp lý tài nguyên cho tăng trưởng kinh tế ngày càng khó điều chỉnh do tác động tiêu cực của công nghệ hiện đại, gồm: Công nghệ sản xuất ra hàng hóa và siêu công nghệ quảng cáo nhằm khuyến khích tiêu thụ khối lượng hàng hóa khổng lồ do công nghệ thứ nhất tạo ra.

1. Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước và sự cần thiết của đề tài

Tình hình trên thế giới: Trong những năm 70, vấn đề suy thoái môi trường đã được các quốc gia chú ý đến, nhưng chưa được coi là một thách thức đối với cả nhân loại vì trong thời gian đó, cộng đồng quốc tế chưa nhận thức được hậu quả của vấn đề suy thoái môi trường. Hiện nay, vấn đề suy thoái về môi trường đã thực sự là một đe dọa đối với sự sống không phải chỉ của con người mà cả sự sống của các sinh vật trên trái đất. Trong bối cảnh đó, Luật pháp, Công ước quốc tế về môi trường đã phát triển rất nhanh chóng. Hầu hết các quốc gia đều đã có các bộ Luật về bảo vệ môi trường riêng tùy thuộc theo điều kiện tự nhiên và đặc điểm phát triển kinh tế - xã hội của mình, đặc biệt các quốc gia đều hết sức quan tâm đến công tác giáo dục, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường, hướng tới phát triển bền vững.

Tình hình nghiên cứu trong nước: Nước ta với tổng diện tích tự nhiên gần 33 triệu ha, thuộc loại nước trung bình trên thế giới, nhưng vì dân số đông, hơn

83 triệu người, bình quân diện tích đất trên đầu người vào loại thấp nhất. Tài nguyên thiên nhiên đa dạng, phong phú về thể loại, nhưng lại ít về số lượng. Với đặc điểm $\frac{3}{4}$ diện tích là đất dốc, hơn 70% dân số sống ở nông thôn. Trong những năm gần đây, với chính sách đổi mới nền kinh tế nhiều thành phần làm tốc độ tăng trưởng kinh tế hàng năm luôn vào loại cao trong khu vực. Đây cũng chính là sức ép lên tài nguyên và môi trường. Ở khu vực nông thôn và miền núi, rừng vẫn bị tàn phá với tốc độ cao, trình độ dân trí và mức sống còn thấp, còn tồn tại nhiều hủ tục và vệ sinh môi trường không thân thiện với môi trường, tần số tai biến thiên nhiên và môi trường ngày càng tăng. Ở khu vực nông thôn cũng nảy sinh nhiều vấn đề về ô nhiễm đất, nước do sử dụng phân khoáng, hóa chất bảo vệ thực vật (BVTV), ô nhiễm nguồn nước và vệ sinh môi trường (VSMT). Đối với vùng ven biển, tình trạng thải chất ô nhiễm vào sông suối, sau đó theo dòng nước chảy ra biển đã ảnh hưởng mạnh tới các hệ sinh thái ven bờ, mặt khác việc sử dụng chất nổ, xung điện để đánh bắt hải sản đã hủy diệt hàng loạt động vật dưới nước. Với sự phát triển của đô thị, thị trấn, thị tứ và nhiều trung tâm công nghiệp cũng nảy sinh nhiều vấn đề ô nhiễm môi trường: Ô nhiễm đất, nước, không khí, tình hình xâm lấn đất nông nghiệp xảy ra ở quy mô rộng, dòng người đi tìm việc làm ở khu vực nông thôn vào thành thị ngày càng đông. Do đó, cũng nảy sinh nhiều vấn đề về môi trường xã hội – nhân văn.

Trong thời gian gần đây, hệ thống chính sách, thể chế ở nước ta từng bước được xây dựng và hoàn thiện, phục vụ ngày càng có hiệu quả cho công tác bảo vệ môi trường. Cùng với sự ra đời của Luật Bảo vệ môi trường, Bộ Chính trị (Khóa VIII) cũng đã ban hành Nghị quyết số 41 NQ/TW, Chỉ thị số 36 CT/TW về tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hóa (CNH), hiện đại hóa (HĐH), Nghị định số 59/2007/NĐ-CP về quản lý chất thải rắn. Thủ tướng Chính phủ cũng đã có những văn bản, chỉ thị về bảo vệ môi trường, nhất là ở các đô thị, khu công nghiệp. Trong tất cả các văn bản nêu trên đều nêu giáo dục truyền thông và nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường (BVMT) là một trong những nhiệm vụ quan trọng của toàn xã hội. Do đó ở nhiều khu vực mà sự nghèo đói cũng như mặt bằng dân trí thấp còn phổ biến, thì

việc áp dụng công cụ truyền thông môi trường để khơi dậy nguồn lực cộng đồng cho việc bảo vệ môi trường cần được ưu tiên chiến lược. Bảo vệ môi trường cũng là một sự nghiệp cách mạng.

Hải Phòng là thành phố loại I cấp quốc gia, là một thành phố cảng – Trung tâm công nghiệp, du lịch, dịch vụ của cả nước, là một cực trong tam giác phát triển trọng điểm phía Bắc của Việt Nam. Điều này cũng dự báo nguy cơ ô nhiễm môi trường của Hải Phòng sẽ tăng mạnh, ảnh hưởng nghiêm trọng tới sự phát triển bền vững của thành phố.

Môi trường Hải Phòng, đặc biệt là khu đô thị và khu công nghiệp đang bị ô nhiễm. Nhiều khu vực mức độ ô nhiễm đang ở mức báo động, ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe cộng đồng, đến phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng trên, trước hết ở chính con người thiếu hiểu biết, thiếu thông tin, thiếu kiến thức về môi trường, lại mong muốn cải thiện nhanh đời sống của mình để thoát khỏi đói nghèo nên đã hành động vô ý thức hoặc cố ý làm suy giảm môi trường và cuối cùng trở thành nạn nhân của chính những hành động do mình gây ra sự ô nhiễm môi trường. Trong khu vực nội thành, cơ sở hạ tầng cộng đồng còn nhiều bất cập. Hệ thống thoát nước do thiếu kinh phí bảo dưỡng gây ứ đọng nước thải. Tại nhiều phường, kênh mương thoát nước hở lại phải tiếp nhận nước thải chưa qua xử lý của các cơ sở công nghiệp nhỏ và bệnh viện dẫn đến tình trạng mất vệ sinh và ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng. Công tác thu gom rác tại các hộ gia đình nội thành đã được tiến hành nhưng vẫn còn tình trạng sử dụng kênh mương thoát nước, hồ chứa nước làm nơi đổ rác sinh hoạt. Công tác quản lý chất thải rắn, thoát nước và vệ sinh môi trường tại các khu đông dân cư của thành phố đang còn rất nhiều bất cập.

Hải Phòng coi việc tuyên truyền, giáo dục cộng đồng về môi trường, công tác bảo vệ môi trường, luật pháp... là việc làm cần thiết và trước tiên để dần đưa Luật bảo vệ môi trường vào cuộc sống, nhằm đạt tới việc điều chỉnh toàn bộ hoạt động xã hội theo khuôn khổ pháp luật về bảo vệ môi trường. Tại Hải Phòng, công tác này được triển khai từ năm 1992. Nhưng từ đó đến nay, hoạt động này còn thiếu định

hướng, công tác truyền thông cộng đồng chưa mạnh mẽ...

Do những nguyên nhân chủ quan và khách quan ở tất cả các khu vực nên những thông tin, kiến thức môi trường và đặc biệt là nhiều chủ trương, chính sách và pháp luật của nhà nước chưa đến được với người dân. Các hoạt động cung cấp thông tin, nâng cao nhận thức về sử dụng hợp lý tài nguyên và bảo vệ môi trường nói chung và việc quản lý chất thải rắn nói riêng cho cộng đồng tuy được tiến hành với hình thức tuyên truyền thông qua nhiều kênh truyền thông, nhưng lại dàn trải ở nhiều cơ quan, thiếu trọng tâm và thiếu một khung kế hoạch hành động chung được đầu tư như một chương trình trọng điểm, ngang với tầm quan trọng của nó nên hiệu quả chưa cao. Các cơ quan quản lý môi trường và đội ngũ truyền thông viên còn nhiều hạn chế về số lượng, chất lượng, phương tiện và trình độ nghiệp vụ.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đánh giá hiện trạng công tác giáo dục truyền thông cộng đồng của thành phố Hải Phòng trong những năm qua, hiệu quả và tồn tại.

Xây dựng chương trình truyền thông môi trường nhằm cải thiện công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng.

CHƯƠNG I:

HIỆN TRẠNG PHÁT SINH CHẤT THẢI RẮN CỦA THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

1.1. Điều kiện tự nhiên – kinh tế xã hội của thành phố Hải Phòng

Hải Phòng là thành phố cảng lớn nhất phía Bắc (Cảng Hải Phòng) và công nghiệp ở miền Bắc Việt Nam nằm trong Vùng duyên hải Bắc Bộ. Hải Phòng là một trong năm thành phố trực thuộc trung ương, đô thị loại I trung tâm cấp quốc gia. Tính đến tháng 12/2011, dân số Hải Phòng là 1.907.705 người, trong đó dân cư thành thị chiếm 46,1% và dân cư nông thôn chiếm 53,9%, là thành phố đông dân thứ 3 ở Việt Nam.

Hải Phòng là một thành phố ven biển, phía Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh, phía Tây giáp tỉnh Hải Dương, phía Nam giáp tỉnh Thái Bình, phía Đông giáp Vịnh Bắc Bộ thuộc biển Đông và đảo Hải Nam – cách huyện đảo Bạch Long Vĩ khoảng 70km. Thành phố cách thủ đô Hà Nội 102km về phía Đông Đông Bắc.

Đây là nơi có vị trí quan trọng về kinh tế, xã hội, công nghệ thông tin và an ninh quốc phòng của vùng Bắc Bộ và cả nước, trên hai hành lang – một vành đai hợp tác kinh tế Việt Nam – Trung Quốc. Hải Phòng là đầu mối giao thông đường biển phía Bắc. Là trung tâm kinh tế - khoa học – kỹ thuật tổng hợp của Vùng duyên hải Bắc Bộ và là một trong hai trung tâm phát triển của Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. Hải Phòng có nhiều khu công nghiệp thương mại lớn và trung tâm dịch vụ, du lịch, giáo dục, y tế và thủy sản của Vùng duyên hải Bắc Bộ Việt Nam. Là một cực tăng trưởng của tam giác kinh tế trọng điểm phía Bắc gồm Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh.

Về kinh tế, Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế quan trọng nhất của Việt Nam, từ năm 2005 đến nay luôn đứng trong top 5 các tỉnh, thành phố đóng góp ngân sách nhiều nhất cả nước. Hải Phòng là trung tâm phát luồng hàng xuất nhập khẩu lớn nhất miền Bắc. Đến nay, Hải Phòng đã có quan hệ xuất nhập khẩu hàng hóa với trên 40 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Hải Phòng đang

phần đầu để trở thành một trong những trung tâm thương mại lớn nhất cả nước.

Về giao thông, Hải Phòng có vị trí chiến lược, là cửa ngõ ra biển kết nối với thế giới của cả miền Bắc. Do vậy, hệ thống cảng biển của thành phố được chú trọng đầu tư mở rộng từ rất sớm. Cảng Hải Phòng là một cụm cảng biển tổng hợp cấp quốc gia, cùng với Cảng Sài Gòn là 1 trong 2 hệ thống cảng biển lớn nhất Việt Nam, hiện đang được Chính Phủ nâng cấp. Cảng Hải Phòng nằm trên tuyến đường giao thông trên biển, kết nối Singapore với Hồng Kông và các cảng của Đông Á và Đông Nam Á. Ngoài cảng biển, Hải Phòng có một tuyến đường sắt là tuyến Hà Nội – Hải Phòng, một sân bay phục vụ dân sự (sân bay quốc tế Cát Bi là sân bay đầu tiên của miền Bắc xây dựng từ thời Pháp thuộc). Hải Phòng có các tuyến đường bao huyết mạch nối với các tỉnh khác như: quốc lộ 5, quốc lộ 10, quốc lộ 37 và các tuyến đường cao tốc như đường cao tốc Hà Nội – Hải Phòng, đường cao tốc ven biển Quảng Ninh – Hải Phòng – Ninh Bình. Là nơi toàn bộ các nhánh hạ lưu sông Thái Bình đổ ra biển nên Hải Phòng có mạng lưới sông ngòi dày đặc. Thành phố Hải Phòng có khoảng 600 tuyến đường phố, nằm trong 7 quận nội thành, hầu hết các quận huyện của Hải Phòng đều có các bến xe vận chuyển hành khách và hàng hóa.

Về xã hội, Hải Phòng là một trung tâm giáo dục lớn của Việt Nam. Các trường của Hải Phòng đều có cơ sở vật chất tốt và toàn diện. Hiện nay trên địa bàn thành phố có 5 trường Đại học và học viện, 16 trường Cao đẳng, 26 trường Trung cấp chuyên nghiệp, 56 trường Trung học phổ thông và hàng trăm trường học từ cấp học cơ sở tới bậc học mầm non. Về lĩnh vực y tế, Hải Phòng xác định đây là một trong những yếu tố góp phần xây dựng nguồn nhân lực đáp ứng thời kì công nghiệp hóa, hiện đại hóa thành phố giai đoạn hiện nay và những năm tiếp theo, theo đó đang phấn đấu trở thành Trung tâm Y học khu vực duyên hải Bắc Bộ. Đến năm 2010, Hải Phòng có 24 bệnh viện, 2 phòng khám đa khoa khu vực, 1 trung tâm phục hồi chức năng, 224 cơ sở y tế khác với tổng số giường bệnh là 4655 giường. Các bệnh viện lớn như: Bệnh viện đa khoa Việt Tiệp Hải Phòng, Bệnh viện Phụ sản Hải Phòng, Bệnh viện Nhi Hải Phòng...

Về du lịch, Hải Phòng là một trung tâm du lịch lớn của Việt Nam. Là một mắt xích quan trọng trong tam giác kinh tế và du lịch Hải Phòng – Hà Nội – Quảng Ninh. Năm 2010, Hải Phòng đón 4,2 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế chiếm 596.400 lượt. Trong 7 tháng đầu năm, thành phố đón 2,516 triệu lượt khách, khách quốc tế chiếm 339,3 nghìn lượt. Du lịch Hải Phòng đã và đang có những bước chuyển mình mạnh mẽ để xứng đáng với vị thế trung tâm du lịch lớn của Việt Nam.

1.2. Hiện trạng phát sinh, thu gom, lưu giữ và xử lý chất thải rắn của thành phố Hải Phòng.

1.2.1. Hiện trạng thu gom chất thải rắn

Mỗi ngày trên địa bàn nội thành Hải Phòng thải ra khoảng 1.200m³ rác (có khoảng 75% phế thải công nghiệp và bệnh viện), hiện mới thu gom về đổ ở các ga chứa được 80% tổng lượng chất thải phát sinh. Việc thu gom chất thải rắn được tiến hành như sau: bộ phận quét dọn, thu gom chất thải rắn vào xe đẩy tay sau đó chất thải được chuyển về đổ ở các ga chứa.

- Chất thải rắn sinh hoạt: Mỗi ngày Công ty Môi trường đô thị thu gom hơn 500 tấn rác thải từ các khu dân cư, khu thương mại, dịch vụ, trên đường phố và các nơi công cộng. Ngoài ra, chất thải rắn sinh hoạt còn có trong rác thải của các cơ sở sản xuất, các nhà máy, xí nghiệp, cơ sở y tế... Mỗi một khu dân cư đều có một tổ chịu trách nhiệm thu gom rác thải mỗi ngày theo thời gian quy định. Tại các khu buôn bán, khu chợ, khu thương mại... rác thải đều được thu gom mỗi ngày.

- Chất thải rắn công nghiệp: Phần lớn chất thải rắn công nghiệp của thành phố Hải Phòng do chính các nhà máy thu gom, vận chuyển. Một phần chất thải rắn công nghiệp độc hại đã được hợp đồng với Công ty Môi trường đô thị để thu gom và xử lý. Bên cạnh đó vẫn có một lượng tương đối lớn chất thải rắn của các cơ sở công nghiệp chưa được xử lý mà vẫn đổ thải bừa bãi gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng.

- Rác thải y tế: lượng rác thải y tế độc hại mỗi ngày khoảng 8m³ là loại

rác thải y tế bệnh phẩm và rác sinh hoạt lây nhiễm nguy cơ độc hại.

Công ty Môi trường đô thị Hải Phòng đã ký hợp đồng thu gom và xử lý chất thải với toàn bộ các cơ sở y tế trong khu vực nội thành còn các Trung tâm y tế tuyến huyện do các tổ thu gom tại địa phương thực hiện. Tuy nhiên việc thu gom và xử lý riêng chất thải y tế nguy hại mới được thực hiện tại 5 bệnh viện: Việt Tiệp, Trẻ em, Phụ sản, Đa khoa Kiến An, Lao và bệnh phổi.

Bảng 1. Lượng chất thải y tế nguy hại được Công ty Môi trường đô thị thu gom

STT	Tên bệnh viện	Lượng CTYT đã được điều tra (kg/tháng)	Lượng CTYT được thu gom (kg/tháng)
1	Việt Tiệp	3600	1900
2	Phụ Sản	1800	1200
3	Kiến An	1200	700
4	Lao phổi	1000	550
5	Trẻ em	1000	500
	Tổng	8600	4850

[Nguồn : Công ty Môi trường đô thị Hải Phòng, năm 2009]

Việc thu gom và xử lý chất thải y tế nguy hại tại các bệnh viện được thực hiện bởi đội xử lý chất thải y tế của Công ty Môi trường đô thị. Chất thải y tế nguy hại được chứa trong các thùng nhựa lớn có nắp đậy và nhân viên Công ty Môi trường đô thị đến thu gom bằng phương tiện chuyên dụng. Hiện nay khâu lưu rác ở các bệnh viện chưa tốt, thùng rác đặt ở các phòng và các nhà chứa không thống nhất về kích thước, màu sắc, rác y tế không được phân loại mà bỏ lẫn với rác thải sinh hoạt. Đây là nguyên nhân chính làm tăng nguy cơ lây nhiễm bệnh và làm ô nhiễm môi trường.

1.2.2. Quy trình thu gom

Hiện nay chất thải rắn sinh hoạt trên địa bàn thành phố được thu gom, vận chuyển và xử lý theo quy trình sau:

Chất thải rắn của thành phố khi thu gom không được phân loại ngay từ đầu nguồn, không qua trạm trung chuyển rác để sơ tuyển, phân loại rác mà trực tiếp vận chuyển đến đổ chung với các loại rác thải tại bãi thải của thành phố.

Hiện nay thành phố có trên 100 ga chứa rác, trong đó có 15 ga là các Container, 85 ga rác tận dụng đường phố làm nơi chứa rác, có mở rộng, xây bao quanh tùy theo điều kiện của các điểm và có 23 điểm tập kết rác tạm thời. Có 2 trạm trung chuyển được xây dựng đảm bảo tiêu chuẩn (Trạm trung chuyển Chợ Sắt, Trạm trung chuyển Lê Thánh Tông).

- Phương tiện, thiết bị thu gom

Trước năm 2004, 3 công ty có 750 xe đẩy tay, 5 xe tải thu gom phân bắc, 4 xe phun nước rửa đường. Hầu hết là xe cũ, thời hạn sử dụng trung bình là 10 năm. Từ năm 2004, Công ty Môi trường đô thị Hải Phòng tiếp nhận một số xe chuyên dụng từ dự án quản lý và xử lý chất thải rắn Hải Phòng (vốn ODA Hàn Quốc) gồm 20 xe ép rác, 4 xe chở Container, 1 xe hút bụi chân không, 2 xe quét đường, 3 xe phun nước rửa đường, 1 xe cầu tự hành, 3 xe tải và một số xe chuyên phục vụ trong nhà máy chế biến compost.

[Nguồn: Công ty Môi trường đô thị thành phố Hải Phòng]

- Nhân lực thu gom

Hiện nay lượng rác thải của thành phố Hải Phòng được thu gom bởi Công ty trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Môi trường đô thị. Công ty Môi trường đô thị Hải Phòng đảm nhiệm việc thu gom, vận chuyển rác thải tại 5 quận: Hồng Bàng, Ngô Quyền, Lê Chân, Hải An, Kiến An với dân số khoảng 690.000 người. Khối lượng rác thu gom và vận chuyển khoảng 1200m³/ngày.

1.2.3. Công tác tái sử dụng và tái chế chất thải rắn

Tái sử dụng và tái chế chất thải rắn là phương thức sử dụng của nhiều hộ gia đình. Việc phân loại tốt chất thải rắn tại nguồn làm tăng việc tái chế, giảm chi phí tiêu hủy chất thải.

Hiện nay Hải Phòng đã có nhà máy chế biến và tái chế rác thải. Chất thải rắn tái chế và tái sử dụng được là các loại như giấy, nhựa, kim loại, thủy tinh, và một số hỗn tạp khác. Địa bàn hoạt động thu gom của họ là ở trên các đường phố, các khu dân cư, bãi rác. Tại bãi rác Tràng Cát, hàng ngày có khoảng 100 người bới rác, thậm chí một số còn dựng lán lều ăn ở sống ngay sát khu vực bãi.

1.2.4. Hiện trạng xử lý chất thải rắn

Hải Phòng là một trong những đô thị trọng điểm của cả nước với nhiều khu công nghiệp phát triển. Kinh tế - xã hội phát triển kéo theo đời sống nhân dân cũng được nâng cao, làm phát sinh càng nhiều chất thải rắn. Tuy nhiên công tác xử lý chất thải rắn hiện nay của thành phố lại chưa đáp ứng được yêu cầu bảo vệ môi trường. Hiện nay mới thu gom được khoảng 75% chất thải rắn sinh hoạt, 50% chất thải rắn bệnh viện, 26% chất thải rắn công nghiệp.

Hệ thống thu gom chưa hoàn thiện nên hiệu quả thu gom thấp, đạt khoảng 70%. Quy trình thu gom, vận chuyển rác chưa đảm bảo vệ sinh gây ảnh hưởng đến sức khỏe công nhân cũng như đời sống của nhân dân ở khu vực mà xe chở rác thường xuyên đi qua.

Tại thành phố Hải Phòng phương pháp xử lý chất thải rắn chủ yếu là phương pháp chôn lấp và phương pháp đốt. Hiện nay thành phố có bãi chôn lấp chất thải rắn như: Bãi rác Tràng Cát, Đình Vũ tiếp nhận rác thải từ 5 quận nội thành Hải Phòng, bãi rác Đồ Sơn tiếp nhận rác thải thu gom của quận Đồ Sơn...

CHƯƠNG II:

CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG

2.1. Khái niệm về truyền thông môi trường

2.1.1. Định nghĩa truyền thông

- Truyền thông là quá trình trao đổi thông tin, ý tưởng, tình cảm, suy nghĩ, thái độ, kinh nghiệm giữa hai hay một nhóm người với nhau để tạo ra một sự đồng thuận cao hơn, một sức mạnh lớn hơn.

- Truyền thông là một công cụ thiết yếu để đạt được các mục tiêu của chính sách hay một dự án và đòi hỏi một cách tiếp cận có hệ thống được lên kế hoạch từ trước, liên quan đến các bên liên quan và đặc biệt là chịu ảnh hưởng của chính sách hay dự án.

- Truyền thông đóng một vai trò tích cực để đa thông tin trong lập chương trình, ban hành, thực thi, kiểm soát, đánh giá chính sách hoặc dự án và duy trì sự điều khiển. Ở mỗi phần khác nhau của dự án, một chiến lược hay chính sách, truyền thông đóng vai trò khác nhau. Điều quan trọng là cần xác định dự án, chiến lược, chính sách nằm ở giai đoạn nào để có những hoạt động truyền thông thích hợp.

2.1.2. Khái niệm truyền thông môi trường

- Truyền thông môi trường là một quá trình tương tác hai chiều, giúp cho các đối tượng tham gia được cùng chia sẻ với nhau các thông tin về môi trường nhằm đạt được những hiểu biết chung nhất về các chủ đề môi trường có liên quan, từ đó nâng cao năng lực và ý thức trách nhiệm trong bảo vệ môi trường của mỗi cá nhân cũng như tập thể. Hiểu biết chung sẽ tạo ra nền móng của sự nhất trí chung, từ đó có thể đưa ra các hành động cá nhân và tập thể để bảo vệ môi trường.

- Truyền thông môi trường có tác động trực tiếp hoặc gián tiếp làm thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi của người dân trong cộng đồng, từ đó thúc đẩy họ tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, và không chỉ tự mình tham gia

mà còn lôi cuốn những người khác cùng tham gia để tạo ra những kết quả có tính đại chúng.

- Truyền thông môi trường góp phần cùng với giáo dục môi trường chính khóa và ngoại khóa để:

- + Nâng cao nhận thức của người dân về vấn đề môi trường.
- + Thay đổi thái độ của người dân về vấn đề môi trường.
- + Xác định tiêu chí và hướng dẫn cách lựa chọn hành vi môi trường có tính bền vững.

2.2. Vai trò của truyền thông môi trường

2.2.1. Vai trò của truyền thông trong việc nâng cao nhận thức

Truyền thông môi trường là một công cụ đặc biệt của quản lý môi trường nhằm tạo ra một phong trào quần chúng rộng rãi tham gia bảo vệ môi trường, hướng tới tạo lập một lối sống mới, một đạo đức mới thân thiện với môi trường. Truyền thông môi trường có tác động trực tiếp hoặc gián tiếp làm thay đổi thái độ, hành vi của con người trong cộng đồng, từ đó khuyến khích họ tự nguyện và có ý thức tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường cũng như lôi cuốn người khác cùng tham gia.

Công tác truyền thông môi trường trong cộng đồng là công tác rất quan trọng, nhằm tạo cho cộng đồng tiếp nhận thông tin một cách đầy đủ về các khái niệm môi trường. Từ đó có những thói quen, lối sống hòa hợp với môi trường và đặc biệt là có những hoạt động tích cực trong việc giữ gìn và bảo vệ môi trường. Thông qua nhiều hình thức tuyên truyền giáo dục: hội thảo, tập huấn, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, qua sách báo, tài liệu, tờ rơi... đã cung cấp cho cộng đồng những tri thức, nhận thức cần thiết. Từ đó tạo ra những hành động tích cực và thiết thực của cả cộng đồng để thực hiện nhiệm vụ cấp bách môi trường và địa phương.

2.2.2. Vai trò của truyền thông trong việc ngăn ngừa ô nhiễm

Về thực chất, truyền thông môi trường không tạo ra tăng trưởng kinh tế

nhưng nó lại tác động trực tiếp đến con người và xã hội, thông qua hành vi của con người mà tạo nên sự tăng trưởng bền vững. Vì vậy cần khai thác tối đa hiệu quả của nó ngay lập tức và thường xuyên lâu dài để khơi dậy mọi nguồn lực trong công đồng cùng tham gia bảo vệ môi trường, tức là xã hội hóa công tác bảo vệ môi trường.

Như thường lệ, các chiến dịch hành động và lễ kỷ niệm về môi trường là những đợt truyền thông, nâng cao nhận thức trong kế hoạch được tổ chức có chiều sâu và phạm vi rộng khắp tới đại số quần chúng nhân dân. Các hoạt động này thu hút được đông đảo thành phần tham dự ở mọi cấp, mọi ngành từ trung ương đến địa phương, đặc biệt luôn có sự chỉ đạo và tham gia trực tiếp của lãnh đạo Đảng, Nhà nước, những hoạt động nhân kỷ niệm ngày Trái Đất (22/4); ngày Môi trường Thế giới (5/6); ngày Đa dạng sinh học Việt Nam (29/12). Chiến dịch làm cho thế giới sạch hơn, tháng hành động vì môi trường; tuần lễ nước sạch và vai trò của truyền thông trong việc vệ sinh môi trường; chiến dịch xanh – sạch – đẹp trong các trường học phổ thông... diễn ra sôi nổi trong cả nước, có tác động mạnh mẽ đến tâm tư tình cảm của mỗi người... Ở nhiều tỉnh, qua đánh giá hiện trạng môi trường, Sở Khoa học Công nghệ và Môi trường đã lựa chọn các vấn đề nóng bỏng, ưu tiên của địa phương để tổ chức các chiến dịch truyền thông cho phù hợp, thức tỉnh cộng đồng trong nhận diện, phòng chống và ngăn ngừa các vấn đề môi trường bức xúc, đạt hiệu quả cao.

Nhìn chung, những hoạt động đa dạng, với nhiều hình thức phong phú được lồng ghép và phối kết hợp nhân dịp các chiến dịch, các lễ kỷ niệm về môi trường được đánh giá là những đợt truyền thông nâng cao nhận thức môi trường có hiệu quả nhất, đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của người dân về vấn đề môi trường, lôi kéo, thu hút mọi người tham gia vào các hoạt động cụ thể, góp phần tích cực bảo vệ môi trường cho cộng đồng.



Hình 2.1. Lễ trồng cây xanh ngăn ngừa ô nhiễm

2.2.3. Vai trò của truyền thông trong việc giúp cho sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên

Các hoạt động khác về giáo dục nâng cao nhận thức môi trường của cộng đồng được tổ chức thông qua việc kỷ niệm ngày Môi trường Thế giới; Tuần lễ Quốc gia về nước sạch và Vệ sinh môi trường (29/4-6/5); chiến dịch “Làm cho Thế giới sạch hơn” hàng năm; Tết trồng cây nhân kỷ niệm sinh nhật Bác 19/5... với nhiều hình thức đa dạng và phong phú từ mít tinh kỷ niệm, đến ra quân xuống đường quét dọn, thu gom rác thải làm sạch xóm làng đường phố đã mang lại hiệu quả thiết thực.

Phối kết hợp giữa Sở Tài nguyên và Môi trường với Thành đoàn Thanh niên tổ chức các cuộc thi “Tìm hiểu về môi trường, thi vẽ tranh về môi trường” trong thanh thiếu niên và học sinh; phong trào xây dựng trường em “Xanh – Sạch – Đẹp”; phong trào “Ngày Thứ 7 tình nguyện” trong đoàn viên thanh niên. Các phong trào đã lôi cuốn được sự tham gia đông đảo của thanh thiếu niên và học sinh, trường lớp ngày càng xanh sạch đẹp; các em đã trồng được vạn cây xanh, thu dọn hàng trăm tấn rác thải và ý thức bảo vệ môi trường được nâng cao.



Hình 2.2. Kêu gọi sử dụng tiết kiệm nước

2.2.4. Tầm quan trọng của truyền thông trong giáo dục môi trường trong cộng đồng

Trong bảo vệ môi trường người ta phải dùng nhiều loại công cụ khác nhau: Pháp chế, kinh tế, khoa học và công nghệ, văn hóa, tín ngưỡng, tôn giáo, đạo đức và giáo dục (hiểu theo nghĩa rộng bao gồm cả truyền thông). Giữa các công cụ đó, giáo dục có vị trí ưu tiên hàng đầu. Công cụ pháp chế, kinh tế để bảo vệ môi trường, không phải là xã hội nào cũng sử dụng. Công cụ khoa học và công nghệ về tài nguyên và môi trường không phải xã hội nào cũng đầy đủ. Giáo dục bảo vệ môi trường với những trình độ khác nhau thì tất cả các xã hội đều có thể thực hiện được. Giáo dục môi trường không chỉ có vị trí ưu tiên mà còn có tác dụng tổng quát vì bảo vệ môi trường với các công cụ pháp chế, kinh tế, khoa học và công nghệ, cũng như văn hóa, tín ngưỡng, tôn giáo, đạo đức đều phải thông qua giáo dục môi trường. Để hình tượng hóa nhận thức này người ta nêu ví dụ sau đây: Cần nguồn lực bằng 100 đơn vị nguồn lực thì sẽ làm gì? Hợp lý nhất là phải chọn giáo dục môi trường.

Giáo dục môi trường hiểu theo nghĩa rộng bao gồm các hoạt động giáo dục và đào tạo, phổ biến kiến thức, truyền thông. Trong đó truyền thông với các đặc điểm đa đối tượng (bao gồm các tầng lớp khác nhau trong công chúng), đa phương thức (đơn chiều và hai chiều), đa tiếp cận (cá nhân, nhóm, đại chúng,

dân gian) giữ vị trí hết sức quan trọng.

Xuất phát từ nhận thức như trên, các văn bản mang tính đường lối, chiến lược của Đảng và Nhà nước ta về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững như Nghị quyết 41-NQ/TW của Ban Chỉ Huy Trung Ương Đảng Cộng Sản Việt Nam; Chỉ thị 36-CT/TW của Bộ Chính trị; Kế hoạch quốc gia về môi trường và phát triển bền vững đều xem giáo dục môi trường là giải pháp trọng điểm về bảo vệ môi trường. Trong giáo dục môi trường lại luôn luôn nhấn mạnh yêu cầu truyền thông môi trường.

Giải pháp đầu tiên được nêu ra trong Nghị quyết 41-NQ/TW là:

“Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức và trách nhiệm bảo vệ môi trường”

Chỉ thị 36-CT/TW nêu:

“Đưa các nội dung bảo vệ môi trường vào chương trình giáo dục của tất cả các bậc học trong hệ thống giáo dục quốc dân.

Tạo điều kiện và khuyến khích để người dân thường xuyên nhận được các thông tin về môi trường như một biện pháp cơ bản bảo vệ môi trường.”

Trên cơ sở những nhận thức và chủ trương nêu trên trong các năm qua nước ta đã có những hoạt động truyền thông môi trường tương đối phong phú, đa dạng, tích cực góp phần thu hút sự quan tâm của công chúng tới các vấn đề môi trường.

2.2.5. Mục tiêu của truyền thông môi trường

Đạt được phổ cập toàn dân các kiến thức cơ bản về môi trường và bảo vệ môi trường.

Cung cấp những thông tin, kiến thức về pháp luật, các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về môi trường, tài nguyên, về ô nhiễm môi trường và các biện pháp kiểm soát ô nhiễm.

Làm thay đổi thái độ, hành vi về môi trường, các ứng xử thân thiện với môi trường trong xã hội, thúc đẩy tự nguyện tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường.

Xây dựng nếp sống hiện đại, văn minh Việt Nam. Xóa bỏ các hành vi xấu, phong tục lạc hậu. Xây dựng nếp sống mới, hành vi ứng xử hiện đại không xâm hại môi trường, có thói quen tuân thủ các quy định bảo vệ môi trường, nhất là nơi công cộng.

Phát hiện các tấm gương người tốt, việc tốt, mô hình tốt trong bảo vệ môi trường. Đấu tranh chống các hành vi, hiện tượng tiêu cực, xây dựng các phong trào toàn xã hội tham gia chăm sóc và bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên...v.v..

Xây dựng đội ngũ và hình thành mạng lưới làm công tác truyền thông môi trường. Phối hợp mọi lực lượng tham gia truyền thông và truyền thông môi trường có hiệu quả. Thực hiện thành công công tác xã hội hóa môi trường.

2.3. Các phương pháp truyền thông môi trường

2.3.1. Các phương pháp truyền thông

a) Truyền thông dọc

Truyền thông dọc là truyền thông không có thảo luận, người phát thông điệp không biết chính xác người nhận thông điệp cũng như hiệu quả của công tác truyền thông. Các phương tiện thông tin đại chúng (báo, phát thanh, truyền hình) là các công cụ truyền thông dọc. Truyền thông dọc ít tốn kém và phù hợp với các vấn đề môi trường toàn cầu và quốc gia. Loại hình này chủ yếu là khi truyền thông về các vấn đề đang được công chúng quan tâm.

b) Truyền thông ngang

Truyền thông ngang là truyền thông thảo luận và phản hồi giữa người nhận và người phát thông điệp. Loại hình truyền thông này khó hơn, tốn kém hơn nhưng có hiệu quả hơn. Truyền thông ngang phù hợp với cấp dự án và góp phần

giải quyết các vấn đề môi trường của địa phương và cộng đồng.

c) Truyền thông theo mô hình

Hình thức cao nhất và hiệu quả nhất của truyền thông ngang là truyền thông bằng mô hình cụ thể. Một mô hình sử dụng bền vững tài nguyên, bảo vệ môi trường cụ thể, thành công được sử dụng tại địa bàn tham gia trực tiếp, tại điểm tham quan, chuyên gia truyền thông và công chúng có thể trực tiếp trao đổi, thảo luận, xem xét, đánh giá về mô hình.

Hình thức truyền thông theo mô hình trực tiếp tỏ ra rất phù hợp với các khu công nghiệp, thủ công nghiệp, nông thôn và miền núi, là những nơi công chúng thấy rõ giá trị thực tế, chi phí và hiệu quả của mô hình.

2.3.2. Các phương pháp truyền thông môi trường

a) Giao tiếp giữa cá nhân với nhóm nhỏ

Giao tiếp, trao đổi thông tin giữa các cá nhân và nhóm nhỏ cho phép các cuộc đối thoại sâu, cởi mở và có phản hồi. Phương pháp này tỏ ra thích hợp với việc tìm kiếm các giải pháp phù hợp với địa phương, giải thích các vấn đề phức tạp, thuyết phục hoặc gây ảnh hưởng tới nhóm đối tượng, và đặc biệt hữu hiệu trong trường hợp đánh giá hiệu quả của một chiến dịch truyền thông môi trường. Giao tiếp trao đổi giữa các cá nhân có uy tín trong cộng đồng giúp đỡ cho việc phân tích các hành động môi trường, là người tuyên truyền và phổ biến các thông điệp truyền thông môi trường rất hiệu quả.

b) Hội đồng – hội thảo

Các cuộc họp cộng đồng (tổ dân phố, nhóm, phường, trường học, cơ quan...) thuận lợi cho việc bàn bạc và ra quyết định về một số vấn đề của cộng đồng. Hội thảo thường giải quyết một vấn đề sâu hơn một cuộc họp thông thường. Đặc điểm quan trọng là hình thức họp. Hình thức có sự tham gia của mọi người mang lại hiệu quả cao hơn các hình thức khác. Trong các cuộc họp – hội thảo này, nhà truyền thông môi trường phải giữ thái độ trung lập, cố gắng

khai thác tất cả các ý kiến của người ngại phát biểu nhất, tốt nhất là tạo cơ hội trình bày theo cách riêng.

c) Thông tin đại chúng

Các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, báo chí, phát thanh...) có khả năng tiếp cận một phạm vi đối tượng rất rộng và có uy tín cao trong việc phổ biến, tuyên truyền các nội dung của chiến dịch truyền thông môi trường. Một số điểm chính của phương pháp truyền thông môi trường trên phương tiện thông tin đại chúng. Trước khi làm việc với cơ quan thông tin đại chúng, nhà tổ chức chiến dịch truyền thông phải xem xét:

- Các thông tin cần lặp lại bao nhiêu lần trong thời gian chiến dịch.
- Tính phù hợp của thông điệp với cộng đồng địa phương (chú ý đến văn hóa, ngôn ngữ).
- Sử dụng phương tiện thông tin đại chúng nào là phù hợp với nhóm đối tượng cần tiếp cận, nếu là phương tiện nghe nhìn thì nên phát vào lúc nào trong ngày.
- Làm sao để các phương tiện thông tin đại chúng chấp nhận phát tin hoặc thông cáo báo chí của chiến dịch, đặc biệt là bằng tiếng dân tộc ít người.

Các thông tin đưa trên phương tiện thông tin đại chúng phải có hình thức phù hợp với mục tiêu của các phương pháp này. Đó là sự cuốn hút đối tượng một cách rộng rãi.

d) Triển lãm

Triển lãm môi trường có quy mô rất khác nhau, từ các cuộc triển lãm lớn cho đến các vật trưng bày nhỏ lẻ đặt tại các vị trí đông người. Không nhất thiết phải có nhân viên thuyết minh vì trong nhiều trường hợp, tự thân vật trưng bày đã dễ hiểu. Cần chú ý những vấn đề sau nếu tổ chức triển lãm:

- Được phép của chính quyền địa phương.
- Lựa chọn chỗ triển lãm thật đắc địa, dễ thu hút đông khách đến xem và

có chỗ gửi xe.

- Vật trưng bày phải phù hợp và có tính hấp dẫn cao.
- Có biện pháp bảo vệ, bảo dưỡng các vật trưng bày.
- Có người thuyết minh trong những trường hợp cần thiết.
- Vật triển lãm có thể là các tranh vẽ, ảnh, pa nô, các mô hình thu nhỏ.

e) Câu lạc bộ môi trường

Hình thức Câu lạc bộ môi trường rất phù hợp với các đối tượng thanh thiếu niên và các cụ đã về hưu. Câu lạc bộ bảo tồn hoặc các Hiệp hội bảo tồn cũng là những dạng đặc biệt của Câu lạc bộ môi trường. Những Câu lạc bộ này có khả năng thu hút sự tham gia của các thành viên trong cộng đồng vào các vấn đề bảo vệ môi trường rất có hiệu quả. Trong việc bảo tồn các nguồn lợi có liên quan đến cuộc sống của cộng đồng thì toàn bộ cộng đồng cũng rất hứng thú tham gia.

f) Các sự kiện đặc biệt

Ngày trồng cây, Tuần lễ Nước sạch - Vệ sinh môi trường, Ngày làm sạch biển, Ngày Môi trường thế giới (ngày 5/6), Ngày trái đất 22/4... là những sự kiện đặc biệt. Các sự kiện này sẽ tăng thêm nhận thức của cộng đồng, thu hút sự chú ý của cộng đồng về vấn đề liên quan với sự kiện. Sự có mặt của các đồng chí lãnh đạo cao cấp của Trung ương hay địa phương làm tăng tính thuyết phục của hoạt động truyền thông môi trường.

Tổ chức các sự kiện này cũng giống như tổ chức một ngày hội, cần xem xét các yếu tố sau đây:

- Xin phép chính quyền địa phương tổ chức sự kiện.
- Xây dựng kế hoạch tổ chức hưởng ứng sự kiện.
- Tìm nguồn kinh phí hỗ trợ.
- Phối hợp với lực lượng bảo đảm trật tự an ninh và lực lượng dịch vụ y tế, phòng cháy.
- Biện pháp duy trì lòng nhiệt tình tham gia của cộng đồng trong suốt thời gian tổ chức sự kiện.

g) Tổ chức các cuộc thi về môi trường.

Có nhiều hình thức thi: thi viết, sáng tác ca khúc, thi vẽ, thi tuyên truyền viên, thi ảnh... tùy đối tượng dự thi là người lớn hay trẻ em mà đề ra tiêu chuẩn cho phù hợp. Cần lưu ý rằng, có thi thì phải có giải thưởng.

h) Các phương tiện truyền thông hỗ trợ

Trong truyền thông môi trường cần phải sử dụng tới nhiều phương tiện khác nhau để phù hợp với mỗi hình thức truyền thông thực hiện:

- Áp phích, áo phông, mũ, lịch, dây chìa khóa, đề can, tem, phong bì, đồ chơi mang thông điệp đơn giản về môi trường. Các vật phẩm này có thể bán để tạo kinh phí cho chiến dịch truyền thông, cũng như có thể phát không cho một số loại đối tượng.

- Các huy hiệu, đồ lưu niệm mang thông điệp môi trường có thể được dùng làm quà tặng, giải thưởng cho những người có đóng góp tốt cho chiến dịch truyền thông môi trường.

- Tượng, phù điêu, tranh tường mang nội dung môi trường có thể được xây dựng ở những vị trí phù hợp.

i) Các cuộc thi về bảo vệ môi trường

Tổ chức sân khấu đơn giản để trình diễn các tiểu phẩm do công chúng dàn dựng và trình diễn về nội dung môi trường: kịch, chèo, cải lương, ca nhạc, thời trang, hài... Cuối mỗi tiểu phẩm phải có thông điệp về môi trường với nội dung liên quan. Có thể dùng sân khấu này để tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về môi trường giữa các nhóm đại diện cho các cơ quan, trường học, thôn xóm...



Hình 2.3. Các cuộc thi về bảo vệ môi trường

2.4. Công tác truyền thông môi trường của thành phố Hải Phòng

2.4.1. Công tác thông tin tuyên truyền

Sở Tài nguyên và Môi trường thường xuyên làm việc và cung cấp thông tin cho các cơ quan thông tin đại chúng của Hải Phòng (Báo Hải Phòng, Báo An ninh Hải Phòng) và các cơ quan khác đưa tin, bài về hoạt động bảo vệ môi trường, giới thiệu các văn bản pháp luật mới, các chính sách mới về bảo vệ môi trường, phát triển bền vững.

Trên các phương tiện thông tin đại chúng, xây dựng và tổ chức thực hiện các chuyên đề “Khoa học và Đời sống” 15 ngày một lần, trang báo Hải Phòng, chuyên san bảo vệ môi trường, các bài, tin về bảo vệ môi trường được phản ánh thường xuyên, các cơ quan thông tin đại chúng đã có kế hoạch và tích cực tham gia.

Việc đưa các nội dung bảo vệ môi trường vào chương trình giáo dục ở các cấp học đã bắt đầu được tiến hành (có đề tài nghiên cứu), có các chiến dịch về bảo vệ môi trường như: Những hạt mưa xanh; Trại hè sinh thái; Thi vẽ và biểu diễn về bảo vệ môi trường; thí điểm thành lập câu lạc bộ xanh trong 20 trường học; thi tuyên truyền viên giỏi về môi trường cho các cấp quận, huyện, thị và phường xã... đã thực sự có tác động đến các lứa tuổi học sinh đối với nhận thức và hành động về bảo vệ môi trường. Đặc biệt trong thời gian qua, Hải Phòng đã

từng bước và thực nghiệm đưa các nội dung môi trường vào các trường học bằng phương pháp thích hợp, lồng ghép, liên hệ và thông qua các hoạt động ngoại khóa. Sở Giáo dục và Đào tạo Hải Phòng đang triển khai dự án nghiên cứu biên soạn giáo trình về môi trường cho các bậc học với ngân sách của địa phương.

Các lớp tập huấn chuyên đề:

- Tập huấn về Sản xuất sạch hơn cho các doanh nghiệp: Đầu năm 2010, tổ chức 1 khóa đào tạo về sản xuất sạch hơn cho các cán bộ thuộc 3 cơ sở công nghiệp (Công ty cổ phần Giấy Hải Phòng; Công ty ác quy Tia Sáng; Công ty chế biến thực phẩm Phú Cường). Cuối năm 2010, đã tổ chức thêm một khóa sản xuất sạch hơn cho hơn 10 doanh nghiệp tại Hải Phòng, trong đó chủ yếu là các cán bộ, nhân viên kỹ thuật của các Công ty.

- Tập huấn về quản lý chất thải nguy hại: Năm 2010, tổ chức 2 lớp (một lớp cho một số doanh nghiệp có chất thải nguy hại (35 người); một lớp riêng cho các doanh nghiệp trong Khu công nghiệp Nomura(24 doanh nghiệp)).

- Tập huấn lồng ghép giới trong quản lý ô nhiễm công nghiệp: Năm 2010 tổ chức 2 lớp: một lớp cho Thành hội Phụ nữ Hải Phòng; một lớp cho một số doanh nghiệp thuộc ngành chế biến thực phẩm (có nhiều nước thải sản xuất).

[Nguồn: Sở Tài nguyên và Môi trường thành phố Hải Phòng, năm 2010]

2.4.2. Hoạt động phong trào

Các hình thức giáo dục, tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường như trên ngày càng được đa dạng về hình thức, phong phú về nội dung: tham gia thi sáng tác ca khúc về bảo vệ môi trường, tham gia thi phim về bảo vệ môi trường, thi báo chí về đề tài bảo vệ môi trường, tổ chức tọa đàm giao lưu về bảo vệ môi trường, thi nhiếp ảnh về môi trường, thi tìm hiểu về bảo vệ môi trường từ các phường, xã lên cấp trên và chung kết toàn thành phố.

Những ngày lễ lớn về môi trường hàng năm gồm: Tuần lễ Quốc gia về nước sạch và vệ sinh môi trường, Ngày đa dạng sinh học, Ngày Trái đất, Ngày Môi trường Thế Giới, Chiến dịch làm cho Thế giới sạch hơn... đều thực sự là

những cơ hội cho Hải Phòng tổ chức các hoạt động phong trào bề nổi nhằm mục đích tuyên truyền sâu rộng về môi trường.

Với chức năng là cơ quan thường trực, Sở Tài nguyên và Môi trường xây dựng Kế hoạch hành động cho toàn thành phố, đã đôn đốc, kiểm tra các cấp các ngành, các đơn vị trong toàn thành phố hưởng ứng Chiến dịch truyền thông môi trường. Các hoạt động chính nhân các ngày lễ lớn về môi trường bao gồm:

- Tổ chức mít tinh ra quân toàn thành phố để hưởng ứng với sự tham gia của đại biểu Trung ương, Quốc tế, các ngành, các đơn vị, học sinh, sinh viên, các tầng lớp nhân dân và quân đội. Sau lễ mít tinh, các phường, đơn vị trên thành phố đồng loạt tổng vệ sinh, khơi thông cống rãnh, thu hút đông đảo các tầng lớp nhân dân tham gia.

- Các quận, huyện, thị xã, các tổ chức chính trị - xã hội tham gia các hoạt động cụ thể, đồng loạt ra quân cùng với nhân dân toàn thành phố xuống đường tổng vệ sinh, khơi thông cống rãnh, trồng mới cây xanh tại địa bàn. Khánh thành hay khởi công các công trình bảo vệ môi trường.

- Tổ chức các lớp tập huấn về nước sạch vệ sinh môi trường cho các đối tượng. Tổ chức “Diễn đàn doanh nghiệp với phát triển bền vững”. Tổ chức nhiều cuộc hội thảo khoa học với nhiều chủ đề khác nhau theo từng năm và tập trung giải quyết những vấn đề bức xúc về môi trường của thành phố.

- Tổ chức nhiều hoạt động khác nhau: Tổ chức cuộc Triển lãm Tem với chủ đề “Môi trường – sinh thái” tại Cung Văn hóa Lao động Hữu nghị Việt Tiệp.

- Các cơ quan thông tin đại chúng (Báo Hải Phòng, Báo An ninh Hải Phòng, Đài Phát thanh Truyền hình Hải Phòng) đã có những chương trình đặc biệt, đưa tin kịp thời các hoạt động tuyên truyền về bảo vệ môi trường. Có chuyên mục và phóng sự về Tuần lễ và Ngày Môi trường Thế giới phát trong các ngày diễn ra các hoạt động tại nhiều điểm trong thành phố.

- Tiến hành treo băng, khẩu hiệu với chủ đề theo từng năm và một số khẩu hiệu hưởng ứng tại quảng trường Nhà hát lớn Thành phố và một số trục đường chính.



Hình 2.4. Các chương trình kêu gọi toàn dân tham gia bảo vệ môi trường

2.4.3. Tổ chức các hội nghị để phổ biến các văn bản pháp quy

Được tiến hành ngay từ đầu và tương đối thường xuyên, với mục tiêu là phổ biến nội dung các văn bản Luật bảo vệ môi trường, các nghị định, thông tư hướng dẫn của Chính phủ về thi hành Luật bảo vệ môi trường. Đặc biệt khi có các văn bản pháp quy mới hoặc có sửa đổi, liên quan trực tiếp đến hoạt động quản lý cũng như sự chấp hành của các đối tượng. Tiến hành những hội nghị phổ biến ở:

- Cấp thành phố: Đối tượng là các cán bộ đầu ngành, đầu cấp.

- Cấp quận, huyện, thị: Hàng năm thường xuyên tổ chức các hội nghị tại các quận, huyện, thị cho các đối tượng là cán bộ của Ủy ban Nhân dân quận, huyện, thị, cán bộ các xã phường, các tổ chức hội quần chúng và một số chủ doanh nghiệp, cơ sở trên địa bàn.

- Tại các tổ chức xã hội như hội nông dân, hội liên hiệp phụ nữ, liên đoàn lao động, đoàn thanh niên tiến hành các hội nghị phổ biến về các văn bản, quy phạm, về tình hình môi trường trên Thế giới, Việt Nam và Hải Phòng, những vấn đề bức xúc, những hoạt động quản lý môi trường, các chủ trương xã hội hóa.

- Các xã phường cũng triển khai các hoạt động như tổ chức hội nghị phổ biến, tuyên truyền về bảo vệ môi trường, những thông tin sơ lược về ô nhiễm môi trường, vệ sinh đô thị.

2.4.4. Tổ chức các hoạt động nghiên cứu hội thảo

Nhiều hội thảo khoa học được tổ chức nhân các dịp lễ lớn về bảo vệ môi trường như đã nêu ở trên đã được triển khai, xoay quanh những vấn đề môi trường bức xúc của thành phố như: về quản lý chất thải rắn, đa dạng sinh học, ô nhiễm môi trường biển. Chủ đề về môi trường thường thay đổi theo chủ đề hàng năm của quốc gia.

2.4.5. Phát hành các tài liệu ấn phẩm

Ra chuyên san về môi trường (vào dịp 5/6 hàng năm). Thông tin nhanh hàng tuần có chuyên mục về bảo vệ môi trường. Sách cẩm nang tuyên truyền viên. Sách nhỏ từ nhà đến trường dành cho học sinh tiểu học và trung học cơ sở. In tờ rơi về vệ sinh môi trường, phóng sự chuyên đề môi trường trên truyền hình. Nhiều dự án có sự tài trợ của nước ngoài đã tổ chức nhiều hoạt động thông tin, truyền thông, in những ấn phẩm tuyên truyền huy động cộng đồng tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường.



Hình 2.5. Các ấn phẩm tuyên truyền huy động cộng đồng tham gia bảo vệ môi trường.

2.4.6. Hoạt động đào tạo tập huấn

Thành phố tiến hành tập huấn cho các cán bộ quản lý môi trường cấp quận, huyện, thị xã, phường xã và một số ngành liên quan. Mở nhiều lớp tập huấn cho

phụ nữ, đoàn viên thanh niên kiến thức về bảo vệ môi trường và kỹ năng truyền thông. Tổ chức tham gia học tập mô hình hoạt động của thanh niên tình nguyện.

2.4.7. Chuyên mục môi trường

Thành phố có chuyên mục thông tin khoa học, công nghệ và môi trường trên Đài truyền hình Hải Phòng. Thông qua chương trình này, những thông tin, phổ biến kiến thức về môi trường cũng được chuyển tải tới công đồng.

2.4.8. Đào tạo tập huấn lực lượng truyền thông tại Hải Phòng

Trong thời gian qua, Thành phố thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn cho nhiều đối tượng khác nhau về Luật bảo vệ môi trường, về kiểm soát ô nhiễm, sản xuất sạch hơn, tiết kiệm năng lượng, vệ sinh môi trường đô thị, nước sạch và vệ sinh nông thôn... Cụ thể:

Tập huấn về Luật bảo vệ môi trường và các vấn đề môi trường (các môn Luật bảo vệ môi trường và các văn bản hướng dẫn thi hành, hệ thống cơ quan quản lý Nhà nước về bảo vệ môi trường, Quản lý ô nhiễm công nghiệp, kỹ năng truyền thông, đánh giá tác động môi trường, quan trắc môi trường):

Năm 2008 đã tổ chức 10 lớp, năm 2009 tổ chức 13 lớp, năm 2010 tổ chức 20 lớp tập huấn (mỗi lớp 2 ngày với số lượng từ 30 đến 35 người) về bảo vệ môi trường cho cán bộ các quận, huyện, thị xã, thị trấn với các nội dung về Luật bảo vệ môi trường, các văn bản pháp luật liên quan, kiểm soát ô nhiễm công nghiệp. Cho đến nay, tất cả các quận, huyện, thị đều đã được tập huấn, hướng dẫn những nội dung cơ bản về môi trường và bảo vệ môi trường.

Hơn nữa để dần từng bước xây dựng một đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý và kỹ thuật trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, thành phố Hải Phòng đã có nhiều biện pháp tổ chức tập huấn, đào tạo; Sở Khoa học Công nghệ và Môi trường, Ban tổ chức chính quyền Hải Phòng đã phối hợp với Đại học Quốc gia Hà Nội tổ chức lớp Đại học Môi trường bằng 2 cho các đối tượng và kỹ sư hiện đang công tác tại các cơ quan quản lý, các đơn vị nghiên cứu và các ban ngành

có liên quan đến môi trường.



Hình 2.6. Lớp tập huấn nhằm nâng cao năng lực truyền thông môi trường

**CHƯƠNG III:
XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG MÔI
TRƯỜNG NHẪM CẢI THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHẤT
THẢI RẮN CHO THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG**

3.1. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu

3.1.1. Đối tượng nghiên cứu

Đánh giá hiện trạng công tác giáo dục truyền thông cộng đồng của thành phố Hải Phòng trong những năm qua , hiệu quả và tồn tại .

Xây dựng chương trình truyền thông môi trường nhằm cải thiện công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng .

3.1.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu: 5 quận nội thành của thành phố Hải Phòng bao gồm các quận: Hồng Bàng, Ngô Quyền, Lê Chân, Hải An, Kiến An.

3.1.3. Phương pháp nghiên cứu

a) Phương pháp ngoài thực địa

- Khảo sát, tìm hiểu thực tế tình hình xả thải chất thải rắn của thành phố Hải Phòng.

- Tìm hiểu về công tác truyền thông môi trường của thành phố Hải Phòng

b) Phương pháp điều tra số liệu

- Thu thập thông tin số liệu từ các nguồn cung cấp thông tin là các văn bản chỉ thị, các tài liệu thống kê có liên quan đến công tác quản lý chất thải rắn của thành phố Hải Phòng.

- Các chương trình truyền thông môi trường nhằm cải thiện công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng đã và đang được thực hiện , kết quả đạt được.

3.2. Cơ sở pháp lý và kỹ thuật cho công tác truyền thông môi trường

- Luật bảo vệ môi trường được Quốc hội thông qua ngày 29-11-2005 quy định có hệ thống các hoạt động bảo vệ môi trường, chính sách, biện pháp và

nguồn lực cho bảo vệ môi trường, quyền và nghĩa vụ bảo vệ môi trường của các tổ chức, cá nhân.

- Nghị định số 80/2006/NĐ-CP ngày 09-08-2006 của Chính phủ về việc quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều luật của Luật bảo vệ môi trường.

- Nghị quyết số 41/NQ-TW ngày 15/11/2004 của Bộ Chính trị về bảo vệ môi trường trong thời kì công nghiệp hóa, hiện đại hóa .

- Nghị định số 59/2007/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý chất thải rắn.

- Quyết định số 152/1999/QĐ-TTg ngày 10-07-1999 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chiến lược quản lý chất thải rắn đô thị và khu công nghiệp Việt Nam đến năm 2020.

- Chỉ thị số 23/2005/CT-TTg ngày 21-06-2005 của Thủ tướng Chính phủ về đẩy mạnh công tác quản lý chất thải rắn đô thị và khu công nghiệp.

- Thông tư liên tịch số 01/2001/TTLT-BKH-CNMT-BXD ngày 18-01-2001 hướng dẫn các quy định việc bảo vệ môi trường đối với việc lựa chọn các địa điểm xây dựng và vận hành bãi chôn lấp chất thải rắn.

- Nghị quyết số 22/NQ-TW ngày 24-03-2005 của Ban Thường vụ Thành ủy Hải Phòng về công tác bảo vệ môi trường đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020.

- Quyết định số 2714/2005/QĐ-UB ngày 23-11-2005 về việc phê duyệt đề cương đề án quy hoạch bảo vệ môi trường Hải Phòng đến năm 2020.

Ủy ban Nhân dân (UBND) thành phố có trách nhiệm quản lý chung trên địa bàn toàn thành phố. Tất cả các cơ sở trong thành phố trực thuộc và có trách nhiệm báo cáo với các bộ chuyên ngành của mình và với UBND thành phố. Các phường, tổ dân phố và các hội cần tổ chức tuyên truyền, vận động nhân dân tham gia tích cực vào việc giữ gìn vệ sinh môi trường, nâng cao hiệu quả của công tác xã hội hóa thu gom.

Công ty Môi trường đô thị có trách nhiệm thu gom và thải bỏ tất cả chất thải rắn trong 5 quận nội thành (quận Hồng Bàng, quận Ngô Quyền, quận Lê

Chân, quận Hải An, quận Kiến An), quét sạch đường phố, quản lý các nhà vệ sinh tự hoại, thiết kế sửa chữa và xây dựng mới nhà vệ sinh tự hoại trong khu vực nội thành, thu tiền vệ sinh và quản lý bãi rác Tràng Cát, Đình Vũ.

3.3. Xây dựng chương trình truyền thông môi trường trong công tác quản lý chất thải rắn cho thành phố Hải Phòng

3.3.1. Chương trình truyền thông và các bước xây dựng một chương trình truyền thông

a) Thế nào là một chương trình truyền thông

Là đợt hoạt động tập trung đồng bộ, phối hợp nhiều kênh truyền thông, hình thức truyền thông để chuyển tải thông điệp nhằm tác động đến một hay nhiều nhóm đối tượng trong một thời gian nhất định để nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ, hành vi của đối tượng.

b) Đặc điểm của một chương trình truyền thông

- Thời gian

+ Chỉ diễn ra trong một thời gian nhất định, có thể trong 1 ngày; 2 – 3 ngày; 1 – 2 tuần; hoặc 1 tháng.

+ Chương trình truyền thông không nên kéo dài vì như thế sẽ nhàm chán, người tham gia sẽ mệt mỏi.

- Quy mô – hình thức

+ Có thể diễn ra ở một địa bàn hẹp, cũng có thể liên kết trên nhiều địa bàn (nhiều phường trong một quận; nhiều quận trong một thành phố; nhiều thành phố trong cả nước).

+ Diễn ra đồng loạt.

+ Hình thức chương trình truyền thông phải gây ấn tượng, bắt ngờ, hấp dẫn, lôi cuốn mọi người.

+ Phối hợp nhiều kênh và phương thức truyền thông.

- Nội dung

+ Có thể tập chung vào một chủ đề, cũng có thể là 2, 3 chủ đề liên quan với nhau, bổ trợ cho nhau.

- + Nội dung được thể hiện dưới hình thức thông điệp truyền thông.
- + Thông điệp phải phù hợp với chủ đề, đối tượng, ngắn gọn, và phải thúc đẩy hành động.

- Tổ chức thực hiện

+ Có sự chỉ đạo tập trung thống nhất của một Ban chỉ đạo hoặc Ban tổ chức chương trình.

+ Có sự phối hợp nhịp nhàng của các lực lượng liên quan tới vấn đề mà chương trình tập trung.

c) Các bước thực hiện một chương trình

Bước 1: Thành lập ban chỉ đạo chương trình

- Ban chỉ đạo chương trình thường là ban chỉ đạo phối hợp, liên ngành, do một cơ quan chịu trách nhiệm chính làm thường trực.

- Hợp ban chỉ đạo để quyết định :

- + Xác định đối tượng trọng tâm của chương trình.
- + Xác định thời gian, quy mô, địa điểm.
- + Thống nhất chủ đề, mục tiêu, thông điệp.
- + Xác định lực lượng tham gia chương trình.
- + Xác định nguồn lực.
- + Phối hợp lực lượng và kênh truyền thông.
- + Xây dựng kế hoạch tổ chức chương trình.

Bước 2: Triển khai hoạt động chương trình truyền thông

- Tổ chức lễ ra quân.

- Chọn địa điểm tổ chức lễ ra quân là những điểm thường tổ chức các hoạt động tập thể của thành phố, quận, phường.

- Tại nơi tổ chức lễ ra quân cần trang trí khẩu hiệu, băng zôn, phong, áp phích.

- Cần huy động lực lượng quần chúng tham dự và chứng kiến.

- Đại diện cấp cao địa phương thông báo mục tiêu nội dung chương trình và

kêu gọi toàn dân tham gia chương trình.

- Đại diện của tổ chức thường trực chỉ đạo chương trình phát biểu hưởng ứng.

- Đại diện dân phát biểu cam kết.

- Phát lệnh ra quân.

- Lực lượng quần chúng ra quân tham gia chương trình thông qua các hoạt động truyền thông, xe tuyên truyền, tụ điểm tuyên truyền và các hoạt động cải thiện môi trường.

❖ **Các hoạt động truyền thông**

- Xe tuyên truyền

+ Là hình thức tuyên truyền cơ động, trong một thời gian ngắn có thể tiến hành tuyên truyền trên một địa bàn rộng của phường (quận), giúp cho nhiều người có thể tiếp nhận thông điệp.

+ Kết hợp được nhiều loại hình như tuyên truyền miệng, tuyên truyền trực quan (triển lãm nhỏ) qua hoạt động văn hóa, văn nghệ, phân phát tờ rơi...

+ Để xe tuyên truyền hoạt động hiệu quả cần chuẩn bị một nội dung hoạt động, bài tuyên truyền, tuyên truyền viên, tiết mục văn nghệ, sản phẩm truyền thông (tờ gấp...) thật chu đáo, trang trí xe tuyên truyền.

+ Số lượng xe tuyên truyền trong một chương trình: Căn cứ theo yêu cầu của chương trình và căn cứ theo kinh phí hoặc khả năng huy động tại địa bàn mà quyết định số lượng xe tuyên truyền phù hợp.

+ Xe tuyên truyền phải được trang trí đẹp, gây ấn tượng, hấp dẫn tạo sự chú ý của mọi người. Dùng panô có chủ đề về chương trình và các thông điệp chính được viết to, tranh áp phích để trang trí xung quanh xe tuyên truyền.

+ Nội dung hoạt động của xe tuyên truyền: Mỗi xe tuyên truyền sẽ hoạt động ở một địa bàn trong một thời gian nhất định theo kế hoạch của chương trình. Vì vậy phải chuẩn bị nội dung và tài liệu đủ cho thời gian hoạt động tại địa bàn.

+ Lực lượng tuyên truyền viên và văn nghệ trên xe tuyên truyền phải được tập luyện các tiết mục văn nghệ phục vụ cho chủ đề và chính sách của

chương trình truyền thông để có thể biểu diễn khi xe tuyên truyền dừng lại ở các tụ điểm tuyên truyền.

- Tụ điểm tuyên truyền

- + Chọn nơi có khả năng thu hút, tập trung nhiều người.
- + Kết hợp được nhiều loại hình như tuyên truyền miệng, triển lãm, văn hóa văn nghệ và phân phát sản phẩm truyền thông.

- + Hỗ trợ cho hình thức xe tuyên truyền.

- + Để tụ điểm truyền thông đạt hiệu quả cần chuẩn bị địa điểm thật chu đáo, chuẩn bị kế hoạch, nội dung tuyên truyền, các tiết mục văn nghệ, trang trí tụ điểm...

- Các hoạt động thu hút công đồng cải thiện môi trường

- + Lựa chọn các hoạt động cải thiện môi trường phù hợp với chủ đề của chương trình và đúng bức xúc tại địa phương (tổng vệ sinh, khai thông cống rãnh, thu gom rác...)

- + Để tổ chức có hiệu quả cần chuẩn bị chu đáo kế hoạch, thị sát nơi thực hiện, chuẩn bị phương tiện...

Bước 3: Phát huy ảnh hưởng của chương trình

Chương trình truyền thông chỉ diễn ra trong một thời gian ngắn, vì vậy cần phải thiết kế chương trình sao cho phát huy được hết khả năng.

- Đặc trưng hoạt động của chương trình

Ít tốn kém vì sử dụng được ảnh hưởng của chương trình.

Phải được coi là một bước chính thức của chương trình. Do đó kinh phí cho hoạt động hậu chương trình phải được giải ngân trong kinh phí của chương trình.

Hoạt động hậu chương trình phải mang tính chất nhắc lại, nhằm thông báo kết quả chương trình, khuyến khích cộng đồng tiếp tục thay đổi hành vi, lối sống theo hướng thân thiện với môi trường sau chương trình.

Hoạt động hậu chương trình không đòi hỏi huy động lực lượng, tập trung

dân chúng.

- Các hình thức hoạt động phát huy ảnh hưởng của chương trình

Trong giai đoạn chương trình sử dụng các kênh truyền thông đại chúng mở đợt tuyên truyền rầm rộ về chương trình, về các thành quả, các gương tốt, mô hình tốt... đã và đang được tiến hành trong cộng đồng như là kết quả trực tiếp của chương trình.

Thông cáo báo chí về đánh giá kết quả của chương trình.

Lồng ghép kết quả của chương trình vào các chiến dịch, dự án đang triển khai để hỗ trợ các chiến dịch, dự án này.

Các thông tin thông báo của thời kỳ hậu chương trình không ồ ạt, mà được thiết kế lặp lại, giảm dần, để gợi nhớ và để tránh tâm lý về sự “biến mất” của chương trình trong công chúng.

Xây dựng các chiến dịch, dự án truyền thông môi trường với sự phối hợp của các đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội.

Xây dựng mô hình tự quản lý, bảo vệ môi trường trong cộng đồng.

Bước 4: Tổng kết đánh giá kết quả chương trình truyền thông

Đánh giá là quá trình xem xét kết quả đạt được các mục tiêu của chương trình, bài học kinh nghiệm về những thành công và chưa thành công. Mục tiêu của đánh giá là nhằm cải tiến việc thực hiện chương trình sau này tốt hơn.

- Thông tin đánh giá có thể bao gồm:

+ Ghi lại các hoạt động: hoạt động nào đã thực hiện? Hiệu quả của hoạt động? Hoạt động nào có hiệu quả nhất/kém hiệu quả nhất? Nguyên nhân?

+ Xác định tác động: Tác động của chương trình đến nhóm đối tượng nào? Những thay đổi về môi trường do tác động của chương trình đã xảy ra ở đâu? Quy mô của những thay đổi? Tác động của những thay đổi? Khả năng duy trì hoặc nhân rộng những thay đổi tích cực?

+ Theo dõi các nguồn lực: các nguồn tài chính, nhân lực, vật lực, tin lực, quỹ thời gian đã được sử dụng ở đâu, như thế nào? Có liên quan như thế nào đến kết quả của chương trình?

+ Báo cáo đánh giá: chương trình đáp ứng như thế nào đến mục tiêu và mong đợi của các cấp lãnh đạo địa phương và các cơ quan tài trợ? Cần có nguồn lực nào để duy trì ảnh hưởng của chương trình?

- Nguồn thông tin để đánh giá được lấy từ:

+ Ban chỉ huy của chương trình và các truyền thông viên.

+ Công chúng (gồm những người tham gia chương trình và những người không tham gia chương trình).

+ Đồng nghiệp và các tổ chức chuyên môn (họ là những nhà phê bình có kinh nghiệm, có thể cung cấp các sáng kiến về cách tổ chức công tác đánh giá, nơi cung cấp tài liệu, ý kiến chuyên môn).

+ Các nhà tài trợ (cần chứng minh rằng nguồn tài trợ đã được sử dụng đúng mục đích và hiệu quả).

- Công bố kết quả đánh giá

Công bố kết quả đánh giá không đơn thuần chỉ là báo cáo mà là cần phổ biến những bài học kinh nghiệm. Những kết quả tế nhị nên được công bố một cách hợp lý.

Phải tôn trọng lòng tin của những người trả lời phỏng vấn, phải cam kết và đảm bảo tính vô danh của các bản trả lời.

Sau đây là một số cách thông báo kết quả:

+ Thuyết trình trước cuộc họp đánh giá. Kết hợp báo cáo với các công cụ hỗ trợ như tài liệu phát tay, chiếu slides...

+ Gửi báo cáo. Bản báo cáo có thể được gửi tới các nhà quản lý, cơ quan tài trợ, các nhà khoa học, các cộng tác viên.

+ Thông cáo báo chí chỉ dùng để công bố những kết quả đáng đăng tin.

+ Phát trên mạng (mạng nội bộ hoặc Internet).

3.3.2. Chương trình truyền thông cho cộng đồng

- Truyền thông cho đối tượng là học sinh, sinh viên

Lồng ghép kiến thức môi trường và bảo vệ môi trường vào chương trình giảng dạy tại các cấp của hệ thống giáo dục quốc dân. Thông qua hệ thống giáo dục các trường phổ thông, bổ túc văn hóa, lồng ghép kiến thức về môi trường trong các môn học tự nhiên, khoa học xã hội và nhân văn.

Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về môi trường và bảo vệ môi trường như các cuộc thi vẽ tranh về môi trường, thi sáng tác thơ về môi trường, viết thư quốc tế UPU về chủ đề môi trường, các hội diễn văn nghệ về chủ đề môi trường giữa các trường trong quận, trong thành phố... Các chương trình này không chỉ nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm với môi trường của học sinh, sinh viên mà qua đó còn góp phần phổ biến kiến thức về môi trường và bảo vệ môi trường tới cộng đồng và toàn xã hội.

Các cán bộ phụ trách đoàn đội tại các trường học, được tham gia tập huấn về kỹ năng phân loại rác sau đó sẽ hướng dẫn lại cho các học sinh, sinh viên trường mình thông qua các buổi sinh hoạt tập thể của toàn trường.

Các trường tổ chức các chương trình như tháng hành động vì môi trường, đạp xe vì môi trường, kêu gọi không sử dụng túi nylon...thi giữa các lớp trong một khối, giữa các khối trong trường, kết thúc mỗi chương trình có quà cho các đơn vị có thành tích xuất sắc nhằm khích lệ tinh thần tham gia chương trình.



Hình 3.1. Sinh hoạt ngoại khóa về bảo vệ môi trường

- Truyền thông cho các đối tượng khác
 - + Đối với các đối tượng là các cán bộ công nhân viên chức

Mở các lớp tập huấn, phổ biến kiến thức về môi trường, bảo vệ môi trường, về phân loại rác thải, tái sử dụng chất thải... cho các cán bộ, công nhân viên trong cơ quan, công ty.

Hoạt động truyền thông môi trường phải được lồng ghép với các hoạt động phong trào của các ngành, đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội nhằm tạo ra sức mạnh tổng hợp và khả năng hướng tới xã hội hóa bảo vệ môi trường.

Tổ chức các cuộc thi về môi trường và bảo vệ môi trường như các hội diễn văn nghệ, cuộc thi tuyên truyền viên giỏi trong cơ quan, công ty lồng ghép với các cuộc thi là các cuộc phát động phong trào mọi người chung tay bảo vệ môi trường ở cuối mỗi chương trình.



Hình 3.2. Cuộc thi công nhân tham gia bảo vệ môi trường

+ Đối với các đối tượng khác như siêu thị, khu thương mại, chợ...

Đây là các đối tượng phức tạp nhất vì vậy với các đối tượng này thì việc tuyên truyền được Phòng Tài nguyên và Môi trường các Quận thực hiện và quản lý. Cán bộ của Phòng sau khi được tập huấn sẽ tổ chức các buổi hướng dẫn cho đại diện các nguồn thải này sau đó các đại diện sẽ có trách nhiệm phổ biến lại tới từng đối tượng.

Ở các khu chợ, khu thương mại... nên hình thành các đội tự quản về môi trường, đây là những người nắm rõ nhất và sâu sát nhất về vấn đề môi trường tại khu vực mà họ hoạt động, nâng cao vai trò của phụ nữ trong công tác bảo vệ môi trường.

Đây cũng là khu vực thải ra lượng chất thải vô cùng lớn chủ yếu là chất thải rắn và chất thải sinh hoạt. Do đó, cần kêu gọi những người hoạt động trong khu vực này, các tiểu thương và cả người tiêu dùng nên sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, hạn chế sử dụng túi nylon, có những hoạt động như là phát túi đựng thân thiện với môi trường hay là kết hợp với các nhà quản lý, các công ty sản xuất có các chương trình khuyến mại cho người tiêu dùng nếu mua các sản phẩm thân thiện với môi trường...



Hình 3.3. Sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường

+ Tuyên truyền cho hộ dân

Việc tuyên truyền cho đối tượng hộ gia đình được thực hiện thông qua các cuộc họp tổ dân phố. Người trực tiếp tuyên truyền là cán bộ của Phòng Tài nguyên và Môi trường của phường hoặc là các Đoàn viên thanh niên với sự hỗ trợ của các Tổ trưởng, Tổ phó tổ dân phố. Hướng dẫn cách thức phân loại rác tại nguồn và kết hợp phát tờ rơi của chương trình. Ngoài việc tuyên truyền bằng lời và cung cấp các tờ rơi cho người tham dự, các tuyên truyền viên sẽ kết hợp với chiếu phim để tạo sự trực quan, sinh động trong buổi tuyên truyền.

Sau mỗi đợt tuyên truyền một thời gian khoảng 2 tuần đến 1 tháng sẽ tổ chức một buổi họp tổ dân phố nhằm lắng nghe những ý kiến phản hồi từ người dân sau một thời gian thực hiện chương trình. Qua buổi họp này, các tuyên truyền viên, Tổ trưởng, Tổ phó sẽ ghi nhận những vướng mắc, những khó khăn của người dân để có hướng khắc phục và hỗ trợ.



Hình 3.4. Dọn vệ sinh đường phố

+ Đối với cộng đồng trên thuyền

Phương pháp tốt nhất là tổ chức các thuyền, tàu truyền thông. Ngôn ngữ, thông điệp, áp phích, các hoạt động thu hút sự chú ý tham gia của cộng đồng phải được soạn thảo phù hợp với cộng đồng sống du cư trên sông nước. Tổ chức các triển lãm nhỏ trên tàu thuyền hoặc ở các bến neo đậu. Gắn kết nội dung truyền thông môi trường với các hoạt động văn hóa truyền thống của người vùng biển như đua thuyền, lễ hội cầu ngư, lễ hội thờ các vị thần biển...

+ Tuyên truyền chung qua Báo, Đài phát thanh và truyền hình

Chương trình truyền thông qua Báo, Đài phát thanh và truyền hình được thực hiện chung cho toàn thành phố. Các chương trình truyền thông qua Báo, Đài phát thanh và truyền hình chủ yếu là nêu các tin tức về môi trường, giới thiệu về Luật bảo vệ môi trường và các nghị định, chỉ thị có liên quan, nêu một số tấm gương điển hình về công tác bảo vệ môi trường...

Có những chương trình hướng dẫn và khuyến khích người dân về việc phân loại rác tại nguồn, như là: khuyến khích người dân sử dụng túi đựng là loại túi PE (không dùng túi PVC vì tính năng gây ô nhiễm môi trường khi đốt, thời gian phân hủy chậm hơn túi PE khi chôn lấp và không tái chế được) hay việc sử dụng các thùng chứa rác có nắp đậy bằng chân đạp...

3.4. Dự kiến kết quả đạt được

Phổ biến được kiến thức về môi trường và bảo vệ môi trường đến đông đảo quần chúng. Cung cấp những thông tin, kiến thức về pháp luật, các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về môi trường, tài nguyên, về ô nhiễm môi trường và các biện pháp kiểm soát ô nhiễm.

Nâng cao nhận thức cộng đồng về môi trường và bảo vệ môi trường, giúp người dân đến gần hơn với môi trường, sống tích cực và có trách nhiệm với môi trường.

Nêu cao tính cộng đồng trong việc chung tay bảo vệ môi trường, bảo vệ

môi trường là trách nhiệm không chỉ của riêng ai mà là của toàn xã hội.

Khuyến khích được sự tham gia của quần chúng vào việc bảo vệ môi trường thông qua các buổi trao đổi về môi trường, các cuộc thi, hội thi tìm hiểu về môi trường và bảo vệ môi trường.

Hình thành suy nghĩ và lối sống thân thiện với môi trường, sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên thiên nhiên.

Xây dựng các nhóm truyền thông cơ bản cho các nhóm đối tượng ở thành thị, vùng có các khu bảo tồn thiên nhiên và cảnh quan du lịch. Hình thành và nâng cao năng lực, tạo điều kiện hoạt động cho các lực lượng truyền thông cộng đồng.

Thu nhận được thông tin hai chiều từ phía các tuyên truyền viên và cộng đồng, từ đó thường xuyên kiểm tra, giám sát công tác truyền thông môi trường. Uốn nắn các sai sót, lệch lạc trong quá trình truyền thông.

Giúp người dân hiểu được tầm quan trọng của việc quản lý chất thải rắn tại gia đình và việc phân loại rác tại nguồn.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Truyền thông môi trường là một công cụ quản lý môi trường nhưng không phải là công cụ hành chính mà là một công cụ tương tác xã hội nhiều chiều nhằm đưa ra chính sách của Nhà nước đến với cộng đồng, phát huy sáng kiến cộng đồng, phản hồi ý kiến của cộng đồng trở lại cơ quan quản lý môi trường.

Truyền thông môi trường là một lĩnh vực hoạt động có kế hoạch, có chương trình, có chiến lược. Mỗi hoạt động truyền thông, nhất là chiến dịch truyền thông là một quá trình chặt chẽ từ khâu chuẩn bị lập kế hoạch, thực hiện và đánh giá sau truyền thông. Sự tuân thủ chặt chẽ quy trình này sẽ đảm bảo tính hiệu quả cao của truyền thông môi trường. Dù rằng vấn đề môi trường thường không phụ thuộc vào địa giới hành chính, nhưng truyền thông môi trường phải luôn luôn mang sắc thái địa phương, vì nó phải được cộng đồng địa phương hưởng ứng. Vì vậy, các sản phẩm truyền thông, cách thức truyền thông phải phù hợp với công đồng về văn hóa, địa điểm dân tộc, thói quen.

Công tác truyền thông môi trường Hải Phòng đã có những mặt chuyên biến tích cực đem lại nhiều tác dụng, nhưng nhìn chung hiệu quả còn rất hạn chế chưa đạt được yêu cầu là làm cho bộ phận dân cư được trang bị thêm nhận thức và qua đó làm thay đổi hành vi và thói quen hàng ngày để tích cực tham gia giữ gìn môi trường. Các chương trình và kế hoạch mang tính dài hạn còn yếu và thiếu trọng tâm. Kinh phí đầu tư cho truyền thông môi trường còn hạn hẹp và ít ỏi. Truyền thông môi trường là một công cụ quan trọng, cơ bản của công tác quản lý môi trường. Nó đòi hỏi một sự bền bỉ, liên tục và lâu dài, sử dụng nhiều công cụ và các phương pháp đa dạng.

Công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật về quản lý, phân loại, thu gom và xử lý chất thải rắn của Hải Phòng đã được triển khai đều khắp nhưng chưa thường xuyên, ở một số nơi cấp ủy và chính quyền chưa đầu tư đúng tầm cho công tác phổ biến. Kinh phí dành cho công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục

môi trường còn hạn chế so với nhiệm vụ phổ biến, giáo dục pháp luật.

Trong thời gian qua công tác truyền thông môi trường Hải Phòng đã có những mặt chuyển biến tích cực, các thông tin về môi trường và bảo vệ môi trường được phổ biến rộng rãi qua báo, đài và các phương tiện thông tin đại chúng. Nhiều các cuộc thi về truyền thông môi trường, tìm hiểu về môi trường, các phong trào về bảo vệ môi trường được tổ chức. Song bên cạnh những chuyển biến tích cực đó vẫn còn những hạn chế như các hành động hưởng ứng trong những ngày lễ về môi trường hầu như chỉ diễn ra tại một số quận nội thành với một số người tham gia, những hành động đó chưa có sự tham gia rộng rãi của cộng đồng.

Các sản phẩm truyền thông, cách thức truyền thông phải phù hợp với cộng đồng về văn hóa, địa điểm dân tộc, thói quen địa phương.

Cần chú ý đến công cụ thông tin điện tử trong việc khai thác, trao đổi thông tin, kinh nghiệm trong các hoạt động giáo dục, đào tạo môi trường.

Lồng ghép kiến thức môi trường và bảo vệ môi trường vào chương trình giảng dạy tại các cấp của hệ thống giáo dục quốc dân.

Tổ chức nhiều hơn nữa các hoạt động tuyên truyền trực tiếp qua đội tình nguyện bảo vệ môi trường đến từng đoàn viên, hội viên, từng gia đình và vận động toàn dân thực hiện luật bảo vệ môi trường.

2. Kiến nghị

Truyền thông môi trường cần được sử dụng lồng ghép, hỗ trợ tương tác lẫn nhau giữa các phương tiện như truyền hình, phát thanh, báo in, internet... Cần chú ý đến công cụ thông tin điện tử trong việc khai thác, trao đổi thông tin, kinh nghiệm trong các hoạt động giáo dục, đào tạo môi trường. Lồng ghép kiến thức môi trường và bảo vệ môi trường vào chương trình giảng dạy tại các cấp của hệ thống giáo dục quốc dân. Thông qua hệ thống giáo dục các trường phổ thông, bổ túc văn hóa, lồng ghép kiến thức về môi trường trong các môn học tự nhiên,

khoa học xã hội và nhân văn; hệ thống thông tin đại chúng, các hội quần chúng, đoàn thể chính trị - xã hội cũng đóng vai trò trong việc giáo dục, phổ biến kiến thức về môi trường.

Kiểm tra, giám sát công tác truyền thông môi trường. Uốn nắn các sai sót, lệch lạc trong quá trình truyền thông.

Truyền thông viên phải có kiến thức đúng và đủ cho công việc truyền thông. Vì thế truyền thông viên cần được đào tạo bài bản kết hợp với tự đào tạo tích cực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Xây Dựng (1999), *Chiến lược quản lý chất thải rắn ở các đô thị và khu công nghiệp Việt Nam*, NXB Xây Dựng.
- [2] Đào Tác Việt, Đinh Thị Hồng Minh, Lê Sơn, Nguyễn Thị Tuyết Lan, *Chiến lược truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về môi trường*.
- [3] GS. Nguyễn Thị Tuyết Lan, *Giới thiệu công tác truyền thông và bảo vệ môi trường*.
- [4] Lê Sơn và Nguyễn Thị Tuyết Lan, *Tài liệu giáo dục truyền thông về môi trường*.
- [5] Mạng lưới giáo dục đào tạo và truyền thông môi trường Việt Nam (2004), *Sổ tay công tác truyền thông môi trường*.
- [6] Trần Hồng Hà, *Tài liệu hướng dẫn xây dựng mô hình cộng đồng tham gia bảo vệ môi trường*, NXB Hà Nội.
- [7] Sở Tài nguyên và Môi trường thành phố Hải Phòng (2010), *Báo cáo công tác quản lý, xử lý chất thải rắn tại thành phố Hải Phòng*.
- [8] Daihocxanh.hoasen.edu.vn/hoi-thao/vai-tro-cua-giao-duc-dao-tao-nang-cao-nhan-thuc-ve-moi-truong-cho-cac-doi-tuong-trong-xa-hoi
- [9] Daihocxanh.hoasen.edu.vn/hoi-thao/cong-tac-tuyen-truyen-giao-duc-voi-viec-bao-ve-moi-truong-thuc-trang-va-giai-phap
- [10] Haiphong.gov.vn/portal/Content.aspx?Organization=UBNDTP&MenuID
- [11] http://vi.wikipedia.org/wiki/Hải_Phòng
- [12] Thuvienmoitruong.vn/category/thu-vien/chuyen-de/chuyen-de-truyen-thong/page/4