

ỦY BAN DÂN TỘC**ỦY BAN DÂN TỘC****CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 06/2007/QĐ-UBND

Hà Nội, ngày 12 tháng 10 năm 2007

QUYẾT ĐỊNH**về việc ban hành Chiến lược truyền thông
Chương trình 135 giai đoạn II****BỘ TRƯỞNG, CHỦ NHIỆM ỦY BAN DÂN TỘC**

Căn cứ Nghị định số 51/2003/NĐ-CP, ngày 16/5/2003 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Ủy ban Dân tộc;

Căn cứ Quyết định số 07/2006/QĐ-TTg, ngày 10/01/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình phát triển kinh tế - xã hội các xã đặc biệt khó khăn vùng đồng bào dân tộc và miền núi giai đoạn 2006 - 2010;

Theo đề nghị của Ông Chánh Văn phòng điều phối Chương trình 135 giai đoạn II,

QUYẾT ĐỊNH:**Điều 1.** Ban hành kèm theo Quyết định

này Chiến lược truyền thông Chương trình 135 giai đoạn II

Điều 2. Tổ chức thực hiện:

1. Giao Văn phòng điều phối Chương trình 135 giai đoạn II chủ trì, phối hợp với Vụ Tuyên truyền, các Vụ, đơn vị của Ủy ban Dân tộc và các đơn vị chức năng của các Bộ, ngành liên quan:

a) Xây dựng kế hoạch truyền thông cụ thể hàng năm, phối hợp với các cơ quan truyền thông tại Trung ương tổ chức thực hiện tuyên truyền việc triển khai, thực hiện Chương trình 135.

b) Kiểm tra, đôn đốc các địa phương trong việc xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện truyền thông, tuyên truyền về Chương trình 135 giai đoạn II theo kế hoạch hàng năm và cho cả giai đoạn.

c) Phối hợp tổ chức tập huấn cho các cán bộ theo dõi công tác truyền thông. Hướng dẫn các địa phương thực hiện các mục tiêu của Chiến lược truyền thông ở cấp cơ sở.

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh thuộc Chương trình 135 giai đoạn II có trách nhiệm:

a) Chỉ đạo Cơ quan thường trực Chương trình 135 và các sở, ngành liên quan xây dựng kế hoạch truyền thông hằng năm và cả giai đoạn.

b) Bố trí kinh phí và giao cho hệ thống các Cơ quan truyền thông ở địa phương phối hợp chặt chẽ với Cơ quan thường trực Chương trình 135 của tỉnh và các Sở, ngành liên quan tổ chức triển khai

có hiệu quả các mục tiêu của kế hoạch truyền thông tại địa phương.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

Điều 4. Các Ông Chánh Văn phòng điều phối Chương trình 135 giai đoạn II, Chánh Văn phòng Ủy ban, Vụ trưởng Vụ Tuyên truyền, Thủ trưởng các Vụ, đơn vị liên quan thuộc Ủy ban Dân tộc và Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh thuộc Chương trình 135 giai đoạn II chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

KT. BỘ TRƯỞNG, CHỦ NHIỆM
PHÓ CHỦ NHIỆM

Hà Hùng

CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG CHƯƠNG TRÌNH 135 GIAI ĐOẠN II

(ban hành kèm theo Quyết định số 06/2007/QĐ- UBND ngày 12 tháng 10 năm 2007 của Bộ trưởng, Chủ nhiệm Ủy ban Dân tộc)

I. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

Công tác truyền thông của Chương trình 135 giai đoạn II là những hoạt động trao đổi thông tin, tuyên truyền, đối thoại giữa các đơn vị thực hiện chương trình, các đối tượng thụ hưởng và toàn xã hội.

1. Phạm vi truyền thông

Các hoạt động của Chiến lược truyền thông diễn ra trong khoảng thời gian 2007 - 2010.

Chiến lược truyền thông Chương trình 135 giai đoạn II tập trung vào các nội dung của Quyết định số 07/2006/QĐ-TTg, ngày 10/01/2006 của Thủ tướng Chính phủ

2. Đối tượng truyền thông

Đối tượng truyền thông trong Chương trình 135 được chia làm 2 nhóm chính gồm:

- Nhóm đối tượng thụ hưởng của chương trình, bao gồm: người dân, cán bộ cơ sở thuộc diện đầu tư của Chương trình 135 giai đoạn II.

- Nhóm thực hiện chương trình gồm:

các cán bộ, cơ quan liên quan chịu trách nhiệm quản lý, triển khai thực hiện Chương trình 135 từ Trung ương đến địa phương.

Ngoài 2 nhóm đối tượng chính, hoạt động truyền thông của Chương trình 135 giai đoạn II còn hướng tới các đối tượng ngoài phạm vi chương trình, cộng đồng xã hội, các doanh nghiệp trên địa bàn, các tổ chức đoàn thể ở địa phương, các tổ chức nghiên cứu và đặc biệt là các tổ chức Quốc tế đã và đang hỗ trợ cho triển khai thực hiện Chương trình 135.

II. MỤC TIÊU TRUYỀN THÔNG

1. Mục tiêu chung

Chiến lược truyền thông Chương trình 135 giai đoạn thúc đẩy khả năng tiếp cận, chia sẻ thông tin và nâng cao nhận thức cho người dân, cộng đồng và các cơ quan liên quan nhằm:

- Cung cấp thông tin rộng rãi, dễ tiếp cận, kịp thời và dễ hiểu để thay đổi nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi các đối tượng hưởng thụ chương trình. Tăng

cường sự tham gia của người dân trong công tác lập kế hoạch, triển khai, giám sát, cải tiến hoạt động giám sát, quản lý điều hành chương trình và triển khai thực hiện.

- Tăng cường công tác thông tin giữa hệ thống Cơ quan thường trực Chương trình 135 giai đoạn II và các ngành trong triển khai thực hiện chương trình ở các cấp. Tạo điều kiện trao đổi thông tin, hỗ trợ quá trình hoạch định và triển khai chính sách ở các cấp, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý triển khai thực hiện chương trình.

- Khuyến khích, thúc đẩy chia sẻ thông tin một cách rộng rãi và nhân rộng mô hình hiệu quả từ các bài học kinh nghiệm tốt trong quá trình triển khai. Xây dựng kênh thông tin phản hồi cho cơ quan quản lý và hoạch định chính sách từ thực tế cơ sở.

- Tăng cường phối hợp công tác thông tin giữa các cấp quản lý chương trình với các cơ quan thông tin và các cơ quan, đoàn thể bên ngoài chương trình nhằm tạo ra sự đồng thuận và quyết tâm của xã hội trong việc triển khai thực hiện các mục tiêu của Chương trình 135 giai đoạn II nói riêng và công tác xóa đói giảm nghèo nói chung.

2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu 1: Tăng cường công tác thông tin và quản lý thông tin giữa Ủy ban Dân tộc và các đơn vị triển khai Chương trình 135 ở các cấp

Các công việc chính:

Năm 2007:

- Ủy ban Dân tộc: Ban hành và thực hiện Quy chế về công tác thông tin báo cáo, truyền thông triển khai thực hiện chương trình, trong đó quy định cụ thể trách nhiệm đối với mỗi cấp thực hiện trên cơ sở Chiến lược truyền thông của Chương trình.

- Ủy ban Dân tộc xây dựng và đưa vào hoạt động Trang tin điện tử về Chương trình 135, đáp ứng 100% các đơn vị liên quan có thể truy cập các thông tin liên quan đến chương trình, từng bước xây dựng chế độ báo cáo trực tuyến qua mạng và có các chuyên mục về hỏi đáp, phản hồi thông tin.

- Nghiên cứu cơ chế phối hợp và cung cấp thông tin giữa các cơ quan triển khai thực hiện Chương trình với các cơ quan truyền thông các cấp.

- Các tỉnh xây dựng kế hoạch truyền thông hàng năm và cho cả giai đoạn thực hiện Chương trình 135 giai đoạn II tại địa phương đảm bảo nội dung theo Chiến lược truyền thông của Chương trình 135 giai đoạn II.

Năm 2008:

- Hướng dẫn xây dựng và vận hành cơ sở dữ liệu thông tin liên quan đến chương trình ở Ủy ban Dân tộc và Cơ quan thường trực chương trình cấp tỉnh, huyện.

- Có cán bộ theo dõi về thông tin, truyền thông của Chương trình 135 giai đoạn II ở hệ thống cơ quan thường trực chương trình ở các cấp.

- 100% các cán bộ theo dõi công tác thông tin, truyền thông ở các cấp được tập huấn về nghiệp vụ thông tin và kỹ năng truyền thông.

Năm 2009 – 2010:

Triển khai thực hiện kế hoạch truyền thông hàng năm. Có đánh giá, báo cáo kết quả thực hiện công tác truyền thông hàng năm và cả giai đoạn.

Mục tiêu 2: Cải tiến cơ chế phối hợp thông tin giữa các Bộ, ngành liên quan trong việc chỉ đạo, điều hành Chương trình 135

Các công việc chính:

Năm 2007:

- Ủy ban Dân tộc chủ trì, phối hợp xây dựng các quy định cụ thể về chế độ thông tin, báo cáo giữa các Bộ, ngành về tiến độ triển khai thực hiện các nội dung

liên quan đến Chương trình 135, gửi các thành viên Ban Chỉ đạo các chương trình giảm nghèo của Chính phủ.

Năm 2008:

- Ban hành và thực hiện Quy định về chế độ công khai thông tin về triển khai thực hiện Chương trình 135 giai đoạn II ở cấp huyện và xã.

Năm 2008 – 2010: Các thông tin về kế hoạch, tiến độ triển khai thực hiện Chương trình 135 giai đoạn II của các Bộ, ngành được chuyển lên Trang tin điện tử, Bản tin của Chương trình 135 giai đoạn II.

Mục tiêu 3: Xây dựng kênh thông tin phản hồi về thực hiện Chương trình 135 từ cơ sở

Các công việc chính:

Năm 2007:

- Thiết lập các kênh thu nhận và phản hồi thông tin như: đường dây nóng tiếp nhận, xử lý thông tin, chuyên mục về theo dõi, giám sát quá trình triển khai thực hiện Chương trình 135 trên Trang tin điện tử, Bản tin Chương trình 135 và trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu giám sát trong đó bao gồm các chỉ tiêu có thể định lượng được và các chỉ tiêu giám sát

cơ bản mà người dân có thể hiểu và tham gia thực hiện.

- Quy định về tổ chức kênh phản hồi thông tin từ cơ sở và người dân, có quy định cụ thể về nhiệm vụ và trách nhiệm đối với bộ phận, cán bộ chuyên trách làm công tác phản hồi thông tin.

- Thành viên đại diện các cơ quan truyền thông được tham gia vào các hoạt động của Ban Chỉ đạo Chương trình 135 giai đoạn II ở các tỉnh thuộc chương trình.

Năm 2008:

- Tổ chức tập huấn cho cán bộ theo dõi công tác giám sát ở các cấp về nghiệp vụ giám sát và kỹ năng truyền thông của Chương trình 135 giai đoạn II.

- Đảm bảo ý kiến phản hồi của người dân được chuyển đến đúng cấp có thẩm quyền, xử lý và trả lời công khai theo đúng yêu cầu của người dân.

Năm 2008 – 2010: Các đơn vị thực hiện công tác truyền thông cho chương trình ở các cấp có bộ phận hoặc cán bộ chuyên trách tiếp nhận thông tin từ người dân về việc triển khai thực hiện chương trình.

Mục tiêu 4: Tăng cường, phối hợp công tác thông tin giữa các cấp quản lý Chương trình 135 với các cơ quan thông tin đại chúng, các cơ quan, đoàn thể, các

tổ chức Quốc tế và các nhà tài trợ cho Chương trình 135

Các công việc chính:

Năm 2007:

- Xây dựng và ban hành cơ chế phối hợp và cung cấp thông tin rộng rãi với các cơ quan truyền thông các cấp, các đoàn thể, tổ chức quốc tế quan tâm.

- Nghiên cứu xây dựng quy chế để đảm bảo 20 tờ báo, tạp chí cấp không thu tiền theo Quyết định 975/QĐ-TTg có nội dung thường xuyên đề cập đến các hoạt động của Chương trình 135.

Năm 2008:

- Nghiên cứu cơ chế cung cấp thông tin phục vụ các tổ chức Quốc tế và các nhà tài trợ cho chương trình.

- Đề xuất chuyên mục về xóa đói giảm nghèo và Chương trình 135 trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

- Hướng dẫn các tỉnh thuộc Chương trình 135 thực hiện cơ chế phối hợp và cung cấp thông tin bằng việc xây dựng kế hoạch phối hợp hàng năm giữa cơ quan thường trực chương trình của tỉnh với các cơ quan truyền thông.

Năm 2009 – 2010: Chia sẻ thông tin rộng rãi, huy động và tạo sự đồng thuận của toàn xã hội trong quá trình triển khai thực hiện chương trình.

III. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Nội dung truyền thông tập trung vào các mục tiêu của các Hợp phần thuộc Chương trình 135 giai đoạn II, nhằm giúp nâng cao năng lực thực hiện chương trình ở các cấp.

Hợp phần	Nội dung cơ bản	Thông điệp chính
1. Hỗ trợ phát triển sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao trình độ sản xuất	<p>Đối tượng thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tăng hiểu biết về các mô hình sản xuất nông nghiệp khác nhau để tạo thu nhập - Hiểu rõ hơn cách thức tiếp thị các sản phẩm nông nghiệp - Thay đổi thái độ làm việc cùng nhau vì lợi ích chung <p>Đơn vị thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biết cách tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển nông nghiệp theo hướng thị trường cho nông dân nghèo và dân tộc thiểu số tại địa phương - Biết cách phân tích thị trường địa phương để khuyến khích các cơ hội phù hợp cho nông dân nghèo 	<ul style="list-style-type: none"> - Thúc đẩy phát triển sản xuất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao trình độ sản xuất để xóa đói giảm nghèo và làm giàu. - Các phương thức sử dụng hiệu quả đầu tư giúp đồng bào vươn lên thoát nghèo - Những kinh nghiệm của các chương trình, dự án đã và đang thực hiện trên địa bàn nhằm phát huy tối đa hiệu quả đầu tư của chương trình. - Phát huy nội lực, huy động sự tham gia và nâng cao trách nhiệm của người dân và cộng đồng trong việc thực hiện dự án.
2. Cơ sở hạ tầng	<p>Đối tượng thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biết các kế hoạch và kinh phí cho các dự án cơ sở hạ tầng - Nâng cao hiểu biết và cải thiện quan điểm về nhóm tự nguyện giám sát cơ sở hạ tầng và đóng 	<ul style="list-style-type: none"> - Quá trình lập kế hoạch và các bước lập dự toán công trình - Các quy định, thủ tục về đấu thầu và nghiệm thu công trình.

Hợp phần	Nội dung cơ bản	Thông điệp chính
	<p>góp vào việc vận hành bảo dưỡng</p> <p>Đơn vị thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biết cách tổ chức tham vấn người dân và cộng đồng vào việc lập kế hoạch - Nâng cao nhận thức về công tác lập kế hoạch và ngân sách có sự tham gia - Biết cách tổ chức đấu thầu cạnh tranh - Biết cách hỗ trợ nhóm người sử dụng phục vụ công tác vận hành và bảo dưỡng 	<ul style="list-style-type: none"> - Xã có công trình, người dân có việc làm và nâng cao thu nhập. - Vai trò của người dân tham gia theo dõi, giám sát các bước trong quá trình triển khai thực hiện đầu tư. - Huy động sự tham gia của người dân trong duy tu, bảo dưỡng công trình.
<p>3. Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực cán bộ xã, thôn và cộng đồng</p>	<p>Đối tượng thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khuyến khích phản hồi cho giảng viên và nhà quản lý về nhu cầu đào tạo, tập huấn và nâng cao năng lực <p>Đơn vị thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tăng cường hiểu biết về các kỹ năng học của người lớn và các phương pháp có sự tham gia - Đẩy mạnh việc nâng cao năng lực thông quan việc phân cấp cho xã làm chủ đầu tư. - Nâng cao năng lực Ban giám sát xã, huy động các người dân tham gia việc theo dõi, giám sát triển khai thực hiện chương trình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Công khai chế độ, chính sách đối với các đối tượng được đào tạo - Sự cần thiết và vai trò của việc nâng cao trình độ, kỹ năng cho cán bộ cấp cơ sở. - Cơ hội nâng cao năng lực và vai trò của nâng cao năng lực trong xóa đói giảm nghèo đối với người dân
<p>4. Hỗ trợ các dịch vụ, cải thiện và nâng cao đời sống nhân dân</p>	<p>Đối tượng thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp thông tin về các nội dung thụ hưởng của người dân trong Chương trình 135 giai đoạn II. 	<ul style="list-style-type: none"> - Quyền lợi đề xuất nhu cầu và khả năng được hỗ trợ của người dân. - Thông tin về hệ thống

Hợp phần	Nội dung cơ bản	Thông điệp chính
	<ul style="list-style-type: none"> - Quy trình, thủ tục thụ hưởng các dịch vụ pháp lý, giáo dục, sức khỏe và dinh dưỡng từ chương trình. <p>Đơn vị thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tăng cường hiểu biết về các kỹ năng học của người lớn và các phương pháp có sự tham gia - Đẩy mạnh việc nâng cao năng lực thông qua việc phân cấp cho xã làm chủ đầu tư. - Tăng cường hiểu biết về Ban giám sát xã, huy động các người dân tham gia việc theo dõi, giám sát triển khai thực hiện chương trình. 	<p>chính sách có trên địa bàn và các loại hình dịch vụ hỗ trợ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các thể chế nhân dân thực hiện hoạt động truyền thông trong việc triển khai hợp phần Hỗ trợ các dịch vụ, cải thiện và nâng cao đời sống người dân (CLB trợ giúp pháp lý, CLB khuyến nông thôn bản...)
5. Quản lý chương trình	<p>Lập kế hoạch</p> <ul style="list-style-type: none"> - Người dân biết và tham gia bàn kế hoạch - Xã có công trình, người dân có việc làm và nâng cao thu nhập - Công khai danh mục đầu tư, đối tượng thụ hưởng <p>Quản lý tài chính</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tuyên truyền thông tin về quản lý chương trình. - Đào tạo hướng dẫn quy trình quản lý. - Công khai kế hoạch các nguồn vốn, các tổ chức tham gia thực hiện 	<ul style="list-style-type: none"> - Tăng cường hiểu biết về nội dung và phương pháp tiếp cận đầu tư của Chương trình 135 giai đoạn II - Chú ý tới quan điểm về tự lực, sáng tạo và điều phối, lồng ghép các nguồn vốn trên cùng địa bàn để triển khai thực hiện công tác xóa đói giảm nghèo và phát triển xã hội. - Tăng cường hiểu biết về các kỹ năng huy động sự tham gia của cộng đồng

Hợp phần	Nội dung cơ bản	Thông điệp chính
	<ul style="list-style-type: none"> - Công khai quá trình sử dụng vốn và quyết toán các nguồn đầu tư Theo dõi, giám sát - Đảm bảo cho người dân được tham gia thực hiện - Nâng cao năng lực của người dân trong công tác giám sát, đánh giá công trình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đáp ứng các nhu cầu thông tin tài chính cho các bên liên quan.

IV. CÁC GIẢI PHÁP ĐỂ THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG

Các giải pháp để thực hiện Chiến lược truyền thông tập trung vào thông tin quản lý (mục tiêu, nhiệm vụ chương trình, cơ chế chính sách, kế hoạch hàng năm..), thông tin kỹ thuật (tuyên truyền mô hình, kinh nghiệm, bài học cụ thể..) và thông tin kết quả của chương trình. Nội dung các thông tin trên hướng vào tăng cường sự hiểu biết và kiến thức, kỹ năng của các đối tượng hưởng lợi và giới thiệu bài học kinh nghiệm từ các mô hình sản xuất xóa đói, giảm nghèo có hiệu quả cao

1. Các Bộ, ngành Trung ương :

- Thu thập thông tin cơ bản để đánh giá thực trạng trên cơ sở chỉ tiêu giám sát công tác truyền thông trên cơ sở Khung Lộ trình thực hiện Chương trình 135 giai đoạn II.

- Giám sát và đánh giá thực hiện Chiến lược truyền thông.

- Chuẩn bị và phổ biến hướng dẫn truyền thông cho các tỉnh và tổ chức tập huấn và hỗ trợ sau tập huấn cho cán bộ tỉnh

- Tổ chức các chiến dịch trên phương tiện truyền thông quốc gia sử dụng các phương pháp và kênh thông tin truyền thống.

- Xây dựng kế hoạch kinh phí đề: Hỗ trợ các kênh thông tin, các đối tác truyền thông và các địa phương trong việc triển khai kế hoạch truyền thông hàng năm và cả giai đoạn của Chương trình 135 giai đoạn II

- Thiết lập cơ chế chia sẻ thông tin đối với các nhà tài trợ quốc tế, nhằm liên kết các chương trình, dự án mà các nhà tài trợ đang tiến hành ở các địa phương với Chương trình 135

- Xây dựng các kênh thông tin kiểm

tra, giám sát và đánh giá Chương trình 135. Huy động các nguồn thông tin tin cậy và khách quan từ các Bộ, ngành, các cơ quan nghiên cứu, phục vụ cho công tác đánh giá hiệu quả Chương trình 135 cả về kinh tế, xã hội, môi trường...

- Nghiên cứu xây dựng và sử dụng kênh thông tin riêng nhằm thu thập ý kiến phản hồi của người dân về thị trường, đào tạo, chính sách:

- Hình thành kênh thông tin trao đổi, đối thoại giữa Trung ương với địa phương, giữa các cơ quan Trung ương với nhau; xuất bản phẩm...

- Xác định, đánh giá, phổ biến và nhân rộng các kinh nghiệm thu được đi đến thể chế hóa mô hình hiệu quả.

2. Cấp tỉnh:

- Thu thập thông tin cơ bản để đánh giá thực trạng trên cơ sở chỉ tiêu giám sát công tác truyền thông trên cơ sở Khung Lộ trình thực hiện Chương trình 135 giai đoạn II cấp tỉnh

- Chuẩn bị, thực hiện và giám sát kế hoạch truyền thông tỉnh.

- Căn cứ tình hình thực tế của địa phương, xây dựng kế hoạch truyền thông về chương trình hàng năm và cả giai đoạn. Bố trí kinh phí quản lý, huy động các nguồn lực để triển khai các hoạt động trong kế hoạch truyền thông của chương trình.

- Giao kế hoạch cụ thể cho các cơ quan

tuyên truyền của tỉnh (Đài truyền hình, Đài phát thanh, Báo..)

- Tăng cường chỉ đạo phối hợp thông tin giữa các sở, ban, ngành liên quan tới chương trình. Cải thiện công tác cung cấp thông tin, thực hiện tốt vai trò đầu mối của cơ quan tham mưu trong hoạt động thường xuyên của Ban chỉ đạo Chương trình 135.

- Tăng cường thông tin tuyên truyền về giám sát, đánh giá. Tuyên truyền để người dân biết và tham gia vào các nội dung của Chương trình 135 giai đoạn II

- Xây dựng kênh thu thập ý kiến phản hồi độc lập của người dân về thị trường, đào tạo từ xa, chính sách...

- Phát triển thông tin phổ biến kết quả kinh nghiệm, tổng kết chính sách, phổ biến và nhân rộng các mô hình sản xuất giỏi. Tổ chức thăm quan học hỏi kinh nghiệm giữa dân với dân, địa phương với địa phương.

- Tổ chức các hoạt động truyền thông sử dụng nhiều phương pháp khác nhau phù hợp với từng đối tượng và địa phương như: loa truyền thanh, áp phích, tờ rơi, website, internet, bảng tin tại trường học, trung tâm y tế... và phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng và các tổ chức quần chúng.

3. Cấp huyện, xã

- Áp dụng các hình thức thông tin trực tiếp qua các tuyên truyền viên người dân

tộc, tuyên truyền qua các lễ hội văn hóa và các hình thức văn hóa khác.

- Huy động các đoàn thể chính trị - xã hội ở địa phương vào hoạt động thông tin tuyên truyền. Phát huy sức mạnh tổng hợp của lực lượng truyền thông. Có kế hoạch lồng ghép các hoạt động truyền thông của các dự án, chương trình trong nước, Quốc tế và Tổ chức phi Chính phủ (NGO) với chương trình để đem lại hiệu quả cao.

- Phối hợp hoạt động nâng cao năng lực cán bộ cơ sở và cộng đồng với hoạt động truyền thông (đào tạo từ xa)

- Tăng cường thông tin phổ biến thông tin về các mặt: y tế, pháp luật, các kỹ thuật về khuyến nông, khuyến lâm, khuyến công; hướng dẫn nhân dân cách làm ăn, nhằm dần dần từng bước nâng cao kiến thức và thay đổi hành vi của người nghèo.

- Thiết lập kênh thông tin phản hồi dành cho người dân tham gia theo dõi, giám sát quá trình triển khai thực hiện Chương trình 135. Cung cấp kịp thời thông tin phản hồi để các cơ quan quản lý cấp trên có những biện pháp điều chỉnh kịp thời nhằm phát huy hiệu tối đa hiệu quả khi thực hiện Chương trình 135.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

- Ủy ban Dân tộc là Cơ quan thường trực Chương trình 135, chủ trì và điều

phối chung giữa các Bộ, ngành và các tỉnh trong việc thực hiện Chiến lược truyền thông

- Các Bộ, ngành căn cứ Quyết định số 07/2006/QĐ-TTg, ngày 10/01/2006 của Thủ tướng Chính phủ, tổ chức thực hiện các nhiệm vụ theo lĩnh vực ngành mình quản lý

- Cấp tỉnh: Cơ quan thường trực chương trình là đầu mối phối hợp các hoạt động truyền thông về Chương trình 135 trên địa bàn.

- Cấp huyện, xã căn cứ kế hoạch được giao, tổ chức tuyên truyền vận động quần chúng tham gia thực hiện Chương trình 135

Chiến lược truyền thông Chương trình 135 giai đoạn II là cơ sở để Ủy ban Dân tộc phối hợp với các Bộ, ngành liên quan, các Cơ quan quản lý chương trình từ Trung ương đến địa phương, các phương tiện truyền thông đại chúng, các kênh thông tin phổ biến và chuyên biệt xây dựng kế hoạch chi tiết triển khai các hoạt động truyền thông về Chương trình 135 giai đoạn II nhằm đảm bảo việc công khai, minh bạch và nâng cao hiệu quả thực hiện thành công các mục tiêu của chương trình./.

KT. BỘ TRƯỞNG, CHỦ NHIỆM
PHÓ CHỦ NHIỆM

Hà Hùng

Phụ lục I

CÁC KÊNH THÔNG TIN CƠ BẢN TUYÊN TRUYỀN VỀ NỘI DUNG, TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN VÀ THÔNG TIN PHẢN HỒI VỀ CHƯƠNG TRÌNH 135 GIAI ĐOẠN II

1. VTV5 – Đài Truyền hình Việt Nam:

VTV5 ngoài các chương trình với chủ đề phát bằng tiếng dân tộc còn có các chương trình phát trên các kênh truyền hình khác như VTV1, VTV2, VTV3. Vì vậy cần đưa vào các mô hình tốt trong việc XDGN ở các địa phương, các điển hình làm ăn giỏi trong Chương trình 135 giai đoạn II để tuyên truyền, phổ biến rộng rãi trong phạm vi cả nước...

Việc tuyên truyền chính sách, chủ trương xóa đói giảm nghèo, phản ánh đời sống nhân dân luôn giữ vai trò chủ đạo và thông tin về Chương trình 135 là một trong những nội dung cần được khai thác, sử dụng. Trong việc truyền thông cho Chương trình 135 giai đoạn II phát huy những thế mạnh sau:

- Truyền thông trên nhiều thứ tiếng dân tộc, thuận lợi cho việc bà con dân tộc có thể tiếp cận thông tin bằng chính ngôn ngữ của mình, nên dễ hiểu, dễ nghe và đi vào lòng dân

- Truyền thông bằng cả âm thanh và hình ảnh, vừa có tính chất giải trí, vừa có tính chất tuyên truyền và dễ đạt mục đích tuyên truyền.

- Thông tin cập nhật, luôn mới mẻ và hấp dẫn, gần gũi với đời sống bà con nhân dân.

- Phối hợp chặt chẽ với Văn phòng điều phối Chương trình 135 giai đoạn II để nghiên cứu xây dựng chương trình chuyên đề về Chương trình 135 giai đoạn II.

Thông tin đầu vào được thu thập thông qua các nguồn sau:

a) Qua các cuộc họp các kỳ của Quốc hội và Thường vụ Quốc hội, trong các cuộc họp đó phỏng vấn sâu những đại biểu Quốc hội thuộc các nhóm dân tộc hay đại diện cho các nhóm dân tộc khác nhau, từ đó biên tập và phát sóng;

b) Thông qua nguồn tư liệu tại UBND và các Bộ, ngành liên quan và UBND các tỉnh thuộc Chương trình 135 giai đoạn II, để có thể lấy thông tin phù hợp cho các Chương trình tuyên truyền về Chương trình 135 và các vấn đề liên quan;

c) Thông tin nội bộ từ Đài, của các chương trình khác, nếu có gì liên quan đến vấn đề dân tộc thì họ sẽ chuyển qua để biên tập và phát sóng;

d) Các Đài TH địa phương cũng là

những nguồn thông tin quan trọng để cung cấp thông tin cho ban làm việc. Phát huy nguồn thông tin từ khoảng 40 Đài TH địa phương trên cả nước hiện nay;

e) Các Thông tư, Nghị định và các chương trình dự án của Chính phủ liên quan tới vùng đồng bào dân tộc miền núi được đưa vào theo hình thức mềm dẻo hơn, dễ tiếp cận với bà con dân tộc;

f) Tự tìm kiếm và xây dựng thông tin: Ban phát thanh truyền hình dân tộc liên tục, thường xuyên đi tới toàn bộ các tỉnh thành có người dân tộc trong cả nước để làm chương trình về Chương trình 135 giai đoạn II.

2. Ban phát thanh Dân tộc - Đài Tiếng nói Việt Nam:

Đây là kênh thông tin quan trọng về các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với đồng bào dân tộc miền núi thông qua các kênh phát thanh của Đài. Các hoạt động tuyên truyền chủ yếu về Chương trình 135 tập trung vào các việc sau:

- Nói cho đồng bào nghe (giải thích chính sách, pháp luật)

- Nói về đồng bào (phản ánh đời sống, các mô hình tốt, cách làm giàu)

- Đề đồng bào nói (nhận phản ánh, phản hồi từ phía đồng bào).

Trong việc truyền thông cho Chương trình 135 giai đoạn II phát huy những thế mạnh của các kênh phát thanh như:

- Truyền thông nhiều thứ tiếng, thuận lợi cho bà con dân tộc có thể tiếp cận thông tin bằng ngôn ngữ bản địa, dễ hiểu, dễ nghe, dễ tiếp thu.

- Truyền thông bằng âm thanh mang tính giải trí, dễ dàng lồng ghép các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước vào các chương trình phát sóng và thông tin cho đồng bào

- Phủ sóng mạnh trên cả nước (kể cả các vùng trũng cũng dễ dàng thu nhận được thông tin).

- Thông tin cập nhật mới mẻ, gần gũi với đời sống nhân dân

Thông tin đầu vào được thu thập thông qua các nguồn sau:

a) Thông qua nguồn tư liệu tại Ủy ban Dân tộc và HĐ Dân tộc của Quốc hội để tìm hiểu các thông tin tuyên truyền về Chương trình 135;

b) Thông qua các kỳ họp Quốc hội, các phóng viên lấy thông tin từ các đại biểu Quốc hội về các vấn đề dân tộc miền núi và các vấn đề có liên quan đến Chương trình 135 để tổng hợp viết bài và phát sóng;

c) Các Quyết định, Thông tư liên quan

được gửi về Đài Tiếng nói Việt Nam sau đó chuyển về Ban phát thanh Dân tộc.

d) Đi đến bản làng thu thập thông tin từ các hội nghị già làng, trưởng bản và những người có uy tín. Hoạt động này thường xuyên được diễn ra;

e) Điều tra thính giả: Lấy thông tin qua bạn nghe đài bằng các hình thức như: Hộp thư bạn nghe đài, trả lời thư bạn nghe đài và góp ý bạn nghe đài;

f) Điều tra về tập quán sở thích của người Mông, Dao, Thái.. về chương trình phát sóng để điều chỉnh cho phù hợp.

3. Các kênh thông tin khác:

Có hai loại thông tin khác được chuyển tải trong chương trình đó là : Thông tin tuyên truyền (do UBND chủ động thực hiện) và Thông tin từ nguồn hỗ trợ của Chính phủ (20 đầu báo và tạp chí phát không thu tiền)

3.1. Thông tin tuyên truyền thường xuyên tại Ủy ban Dân tộc

Vụ Tuyên truyền xây dựng kế hoạch phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng như Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, các Báo, Tạp chí để tuyên truyền về: chủ trương, đường lối, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước; tuyên truyền về bảo vệ môi trường sinh thái, khai thác sử dụng các tài nguyên đất, rừng, nguồn nước ở

vùng dân tộc và miền núi thông qua Bản tin 135, một số đầu Báo và Tạp chí theo Quyết định 975/QĐ-TTg, Vụ Tuyên truyền tổ chức giao ban Báo chí định kỳ theo quý với các báo, tạp chí.

Đẩy mạnh việc tuyên truyền bằng cách xây dựng những chuyên mục sáng tạo, phù hợp với tập quán và thói quen của đồng bào dân tộc quan kênh Báo Dân tộc và phát triển, Tạp chí Dân tộc và Bản tin CT 135.

3.2. Thông tin qua Báo và Tạp chí

Hiện nay, UBND hỗ trợ 20 đầu Báo, Tạp chí để cấp không thu tiền cho các tỉnh, huyện và xã theo Quyết định 975/QĐ-TTg.

Vụ Tuyên truyền tổ chức cuộc thi viết về đề tài Chương trình 135 giai đoạn II cho các báo, tạp chí. Tổng hợp báo cáo của các địa phương về địa chỉ, đối tượng thụ hưởng cấp báo để làm căn cứ xác định và xây dựng kế hoạch thực hiện. Phối hợp với các địa phương vùng dân tộc thiểu số và miền núi, các Bộ, Ban ngành liên quan rà soát, xác định số lượng, địa chỉ các đối tượng được cấp báo, tạp chí

Báo Dân tộc - phát triển và Tạp chí Dân tộc xây dựng chuyên trang thông tin về Chương trình 135 giai đoạn II, cập nhật thông tin thường xuyên hai chiều trong quá trình triển khai thực hiện chương trình.

3.3 Trang thông tin điện tử về Chương trình 135 giai đoạn II

Trung tâm Tin học, Vụ Chính sách Dân tộc với sự hỗ trợ của Dự án VIE 02/001 - SEDEMA xây dựng và triển khai trang thông tin điện tử về Chương trình 135 giai đoạn II. Cập nhật thông tin, lưu giữ tài liệu, số liệu công bố về Chương trình 135.

Xây dựng hệ thống thông tin phản hồi điện tử, diễn đàn trực tuyến, báo cáo điện tử và đào tạo trực tuyến phục vụ công tác quản lý thông tin, triển khai thực hiện Chương trình 135.

4. Mối quan hệ của các cơ quan trong hoạt động truyền thông

Các Cơ quan thực hiện các công tác truyền thông trong Chương trình 135 giai đoạn II bao gồm: (i) các cơ quan triển khai Chương trình 135 giai đoạn II; (ii) các đối tác truyền thông ở các cấp; (iii) các đối tác tiềm năng. Mối quan hệ về tổ chức trong công tác truyền thông trong chương trình 135 giai đoạn II thông qua ba hình thức chính: quan hệ ngành dọc, chiều ngang và phối hợp ở các cấp Trung ương, tỉnh, huyện và xã.

Tại cấp Trung ương: UBND là Cơ quan thường trực Chương trình 135, đóng vai trò chủ trì, điều phối các Bộ, ngành và các tỉnh trong việc thực hiện Chương trình, ngoài ra còn trực tiếp chủ

trì, điều phối thực hiện 3 hợp phần của CT135. Bộ NN&PTNT chủ trì, điều phối thực hiện hợp phần phát triển sản xuất. Bộ KH&ĐT chủ trì phối hợp với Bộ Tài chính và các cơ quan khác để lập ngân sách Chương trình.

Tại cấp tỉnh: Cơ quan thường trực của Tỉnh là đầu mối các hoạt động Chương trình 135 trên địa bàn. Đồng thời Ban chỉ đạo CT tỉnh phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng Sở, ngành về các dự án thành phần thuộc CT135.

Đối tác tiềm năng có thể huy động tham gia vào công tác truyền thông chương trình 135 giai đoạn II bao gồm: Người dân và cộng đồng sinh sống trên địa bàn; các Cơ quan thực hiện Chương trình mục tiêu Quốc gia XĐGN; Các tổ chức TW các đoàn thể; Các dự án Quốc tế đang hỗ trợ xóa đói giảm nghèo tại các địa phương (Chương trình SIDA chia sẻ, dự án giảm nghèo ở miền Bắc và miền Trung, dự án IFAD Tuyên quang và Hà giang), các tổ chức quốc tế (UNDP, UNICEF...). Các đối tác tiềm năng, nếu được huy động, sẽ đóng vai trò quan trọng trong hoạt động truyền thông của chương trình ở một số khía cạnh sau: (i), Huy động sự tham gia của đông đảo các đối tượng; (ii), Học hỏi kinh nghiệm giữa các hoạt động khác nhau; (iii), lồng ghép các nguồn lực để thực hiện chương trình.

Phụ lục II

BẢNG CÔNG CỤ XÁC ĐỊNH NHU CẦU TRUYỀN THÔNG

Vấn đề về hành vi có thể tồn tại	Sự thay đổi hành vi mong muốn
1. Hỗ trợ phát triển sản xuất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp và nâng cao trình độ sản xuất cho người dân	
<p>Đối tượng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lệ thuộc vào các cây lương thực chính và ít hiểu biết về các loại cây thay thế - Phụ thuộc vào các kỹ thuật nuôi trồng truyền thống - Nhận thức về các cơ hội thị trường và cách tiếp thị sản phẩm thiếu - Ít hoặc không được tiếp cận tới tín dụng - Phụ thuộc vào trợ cấp <p>Không sử dụng mạng lưới nông dân.</p>	<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nuôi trồng các loại giống cây trồng và vật nuôi khác nhau và áp dụng các kỹ thuật phù hợp - Có thể đánh giá các cơ hội thị trường và bán sản phẩm cây trồng vật nuôi - Biết cách lấy vốn vay từ ngân hàng chính sách xã hội và tín dụng để sản xuất nông nghiệp/nuôi trồng - Tham gia vào các nhóm nông dân và chia sẻ thông tin với các nông dân khác
<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Định kiến về dân tộc thiểu số là lạc hậu - Hiểu biết ít về đa dạng hóa sản xuất nông nghiệp, - Ít hiểu biết về lập kế hoạch tiếp cận thị trường - Sử dụng trợ cấp không đúng - Ít hiểu biết về các kỹ thuật khuyến nông có sự tham gia - Phụ thuộc vào các mô hình trình diễn 	<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Có quan điểm tích cực về dân tộc thiểu số và xem nền văn hóa của họ như một nguồn lực để phát triển - Khuyến khích các loại cây trồng/vật nuôi khác nhau phù hợp với điều kiện địa phương và thị trường - Đánh giá các cơ hội thị trường địa phương để lập kế hoạch sản xuất nông nghiệp - Dành trợ cấp cho đối tượng nông dân nghèo trong nhóm nông dân và sử dụng để tập huấn chứ không phải làm đầu vào hoặc xây dựng mô hình - Dùng các phương pháp có sự tham gia trong các hoạt động khuyến nông

Vấn đề về hành vi có thể tồn tại	Sự thay đổi hành vi mong muốn
2. Cơ sở hạ tầng	
<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ít tham gia vào các hoạt động xây dựng cơ sở hạ tầng - Ít hiểu biết về các hình thành và quản lý nhóm người sử dụng - Không đóng góp cho vận hành bảo dưỡng - Ít có sự tham gia vào theo dõi, giám sát và đánh giá 	<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Người dân tích cực tham gia vào các hoạt động xây dựng cơ sở hạ tầng - Người dân thành lập nhóm người sử dụng cho các dự án phù hợp (ví dụ thủy lợi nhỏ) để hỗ trợ hoạt động vận hành bảo dưỡng, theo dõi và giám sát
<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thiếu tham vấn cộng đồng và thông tin về việc lập kế hoạch và ngân sách cho dự án cơ sở hạ tầng - Sử dụng chỉ định thầu thay vì các phương pháp cạnh tranh khác - Không biết cách hỗ trợ cộng đồng tham gia vào theo dõi, vận hành, bảo dưỡng - Huyện lập kế hoạch và quản lý thay cho xã, không tin và năng lực của xã 	<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tạo cơ hội cho cộng đồng đưa ra ý kiến góp ý và đóng góp vào kế hoạch, ngân sách và thực hiện dự án cơ sở hạ tầng - Phổ biến kế hoạch và ngân sách tại các địa điểm công cộng - Sử dụng các phương pháp đấu thầu đơn giản - Huyện ban hành các quyết định cho phép 100% xã làm chủ đầu tư - Khuyến khích nhóm người sử dụng trong vận hành và bảo dưỡng.
3. Nâng cao năng lực cho cán bộ xã và cộng đồng	
<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Không áp dụng các kiến thức học được vào thực tế 	<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phản hồi tới giảng viên và cán bộ để cải thiện chất lượng tập huấn

Vấn đề về hành vi có thể tồn tại	Sự thay đổi hành vi mong muốn
<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng phương pháp thuyết giảng không phù hợp với cách học của người lớn - Phụ thuộc vào đào tạo dài hạn thay vì ngắn hạn - Không biết cách đánh giá nhu cầu tập huấn và đánh giá các khóa tập huấn - Không xác định các tập huấn ưu tiên cho các nhu cầu chính của chương trình - Ban giám sát xã không được thành lập, thành viên không phù hợp, không được tập huấn 	<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng kỹ thuật giảng dạy cho người lớn bao gồm các kỹ thuật sử dụng giáo cụ trực quan, tương tác, trao đổi - Lập kế hoạch tập huấn với các khóa ngắn hạn dựa vào nhu cầu, cải thiện chất lượng tập huấn dựa vào đánh giá - Tập trung vào các nhu cầu chính của chương trình, ví dụ chủ đầu tư - Quyết định thành lập ban giám sát xã với các thông tin về thành viên phù hợp và hoạt động phù hợp được ban hành
<p>4. Hỗ trợ dịch vụ và nâng cao chất lượng cuộc sống người dân</p>	
<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Không sử dụng các dịch vụ pháp lý, ngừng tìm kiếm chăm sóc sức khỏe - Không cho con cái học hết cơ sở hoặc cho đi học cấp hai - Bữa ăn cho trẻ em nghèo nàn 	<p>Người thụ hưởng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhiều người sử dụng các dịch vụ pháp lý, cho con cái đi học trường cấp I/II và sử dụng các cơ sở y tế hơn - Phụ huynh chuẩn bị các bữa ăn đa dạng hơn cho con cái
<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ít tiếp cận tới các cộng đồng dân tộc thiểu số - Các dịch vụ không sử dụng tiếng dân tộc thiểu số 	<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cán bộ ý tế/pháp luật đến thăm bản làng thường xuyên hơn; thôn bản có nhiều trường mẫu giáo hơn - Tài liệu về dịch vụ xã hội được cung cấp bằng tiếng dân tộc thiểu số

Vấn đề về hành vi có thể tồn tại	Sự thay đổi hành vi mong muốn
5. Quản lý chương trình	
<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Không sử dụng và không biết các phương pháp có sự tham gia - Không công bố rộng rãi thông tin tài chính hoặc chia sẻ với cộng đồng - Phụ thuộc vào các hướng dẫn từ trên xuống, không chủ động, sáng tạo - Không phối hợp hoặc chia sẻ thông tin với các cơ quan khác - Thiếu hiểu biết và thông tin cơ bản về CT135 hoặc các tài liệu chính thức liên quan - Không áp dụng các hướng dẫn thực hiện một cách hợp lý 	<p>Người thực hiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng tham vấn cộng đồng và sử dụng các phương pháp có sự tham gia trong khuyến nông - Thông tin tài chính được phổ biến rộng rãi và công khai - Chính quyền địa phương chủ động lập kế hoạch, quản lý và hỗ trợ thực hiện chương trình - Các cơ quan liên quan chia sẻ thông tin, tham gia vào các cuộc họp định kỳ của ban chỉ đạo - Chính quyền tất cả các cấp hiểu biết cơ bản về CT135 và các tài liệu chính thức liên quan - Các cơ quan chuẩn bị kế hoạch, ngân sách và báo cáo theo hướng dẫn

Phụ lục III

**CÁC PHƯƠNG PHÁP LẬP KẾ HOẠCH, THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG,
PHƯƠNG PHÁP TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁM SÁT ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ
THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG****1. Kế hoạch truyền thông**

Việc xây dựng kế hoạch truyền thông ở cấp tỉnh cần được chuẩn bị theo quy trình gồm 3 bước với sự tham gia của đại diện các nhóm chính như sau: Xã và huyện thuộc Chương trình 135; Ban dân tộc tỉnh và huyện; Sở NNPTNT và các thành phần khác:

Bước 1: Xác định mục tiêu truyền thông:

Xác định nhu cầu thông tin và các vấn đề về hành vi cần thay đổi liên quan tới các hợp phần của chương trình. Chuyển các vấn đề đó thành các hành vi mong muốn trên thực tế và ghi rõ những thay đổi mong muốn đối với nhận thức của người dân, thái độ và hoặc hành vi liên quan tới mục tiêu của chương trình. Những thay đổi đó sẽ giúp đạt được mục tiêu chung của chương trình và liên quan tới nhận thức, quan điểm và hành vi.

Bước 2: Xác định đối tượng truyền thông

Đối tượng truyền thông chung chung là cán bộ quản lý chương trình và đối tượng thụ hưởng của chương trình. Để kế hoạch truyền thông được hiệu quả và cụ thể hơn phù hợp với điều kiện địa phương, mô tả đối tượng truyền thông

dựa vào mong muốn, nhu cầu, nhân khẩu, ngôn ngữ, hành vi, phương tiện truyền thông ưa thích và các đặc điểm khác của họ. Những thông tin này sẽ giúp cho việc tiếp cận và xác định nhóm ưu tiên, lựa chọn mục tiêu, kênh thông tin và thông điệp phù hợp nhất với từng đối tượng dễ dàng hơn.

Bước 3: Phát triển các thông điệp và phương pháp truyền thông:

Phát triển thông điệp truyền thông và lựa chọn kênh thông tin và phương pháp chính xác dựa vào việc phân tích nhu cầu thông tin và hành vi cần thay đổi; mục tiêu truyền thông; và mô tả đối tượng truyền thông. Thông điệp cần phải ngắn gọn, rõ ràng và thuyết phục và cần phải thử nghiệm trước khi thực hiện.

Cần có danh sách và nguồn kênh, phương pháp và tài liệu truyền thông giúp xác định cái nào có cái nào không và chi phí. Ngân sách hiện có cũng sẽ quyết định loại kênh và phương pháp thông tin có thể sử dụng.

2. Yêu cầu đối với việc truyền tải thông điệp

2.1. Thông điệp quản lý

- Thông điệp chung của chương trình là khuyến khích người dân phát huy nội

lực, sức sáng tạo và trí thông minh. Thông tin tập trung vào khuyến khích người dân tham gia tích cực và năng động vào tất cả các hoạt động.

- Tăng quan trọng của chương trình đối với các cơ quan và đối tác liên quan. Tăng cường trao đổi thông tin về CT135 giữa các đơn vị quản lý (bộ, ngành), nhà tài trợ quốc tế và các tổ chức phi chính phủ để huy động sự tham gia, hỗ trợ và đồng tình của họ và toàn xã hội trong quá trình xây dựng, thực hiện và giám sát chương trình.

- Cùng cố các thông điệp về theo dõi và giám sát cho các đơn vị thực hiện. Cung cấp nhiều loại thông tin quản lý khác nhau, đặc biệt dành cho theo dõi, thanh tra và đánh giá để giám sát kịp thời, giải quyết vấn đề và điều chỉnh các hoạt động ngắn hạn của chương trình

- Thông điệp cần phản ánh hiệu quả của chương trình thông qua hệ thống báo cáo. Bao gồm các chỉ số định tính, ví dụ sự phù hợp, sản lượng, hiệu quả, kết quả (kinh tế xã hội, kỹ thuật, giới), chỉ số đầu vào đầu ra và hiệu quả cuối cùng, trong đó phân tích về sự thay đổi thiết kế, hạng mục, giá vật liệu, đơn vị thực hiện, thông tin đấu thầu, vv... Các chỉ số đó phải dễ đo đạc và dễ hiểu để huy động người dân tham gia giám sát công trình.

- Tăng cường các thông điệp huy động sự tham gia của các bên liên quan khác nhau vào chương trình, đặc biệt

chú trọng vào phụ nữ khi xác định ưu tiên, và trong các hoạt động theo dõi và thực hiện, thông qua đài phát thanh xã, thảo luận trực tiếp, bảng tin, và phối hợp với tổ chức quần chúng (hội phụ nữ, hội nông dân, vv...)

2.2. Thông điệp kỹ thuật

- Bổ sung các thông điệp về kỹ năng quản lý và kỹ thuật xây dựng trong các khóa tập huấn. Tập trung vào nội dung và phương pháp chuẩn bị kế hoạch đầu tư, quản lý dự án, giám sát kỹ thuật và phương pháp cải thiện sự tham gia của người dân.

- Phối hợp với các chương trình khác để truyền tải nội dung thông tin về CT135 để đảm bảo tính hiệu quả của chương trình

- Cùng cố các thông điệp văn hóa truyền thống và các thông tin hiện đại bao gồm thông tin và văn hóa địa phương, giúp người dân dễ dàng tiếp cận áp dụng vào đời sống.

- Cùng cố các thông điệp về cách quản lý kinh tế hộ gia đình và thông tin thị trường khi thực hiện hoạt động khuyến nông và các phương tiện truyền thông khác.

- Tăng cường sự phản hồi của người dân về nhu cầu kỹ thuật, thông tin chính sách và các sáng kiến của họ.

2.3. Thông điệp kết quả và chính sách

- Tăng cường sự trao đổi thông điệp

về các mô hình hiệu quả giữa các tỉnh, huyện và xã. Tổ chức tham quan học tập để học hỏi lẫn nhau giữa các vùng khác nhau.

- Tăng cường các thông điệp về bài học thu được từ kết quả thực hiện bằng cách tổ chức hội thảo, rút ra bài học chính sách và chính sách thể chế hóa.

- Tăng cường trao đổi, chia sẻ thông điệp về ưu tiên đầu tư cho các tổ chức quốc tế thông qua hội thảo và đối thoại tham vấn.

3. Kênh và phương pháp truyền thông

Để phục vụ mục tiêu của Chương trình 135 giai đoạn II là thông tin đa chiều và tăng cường công tác đánh giá chương trình của các cơ quan thực hiện chương trình, áp dụng các phương pháp và kênh thông tin như sau (dựa trên các phương pháp và kênh có sẵn):

- Tăng cường các công cụ truyền thông đa phương tiện đáp ứng 3 chức năng nghe, nói và quan sát với nhiều loại thông tin khác nhau (chính sách, pháp luật, kinh tế, nông nghiệp); có thể xem/nhìn (cuộc sống, các mô hình tiên bộ, làm giàu như thế nào...) và có thể nói (ý kiến góp ý, đề xuất). Các phương pháp đó bao gồm: phát sóng toàn quốc, báo chí, loa truyền thanh, chiếu video, vv....

- Tăng cường vai trò của các kênh thông tin truyền thống tập trung vào: (i) ngôn ngữ, văn hóa, giới; (ii) địa điểm tới

cộng đồng: nhà văn hóa cộng đồng, điểm lấy nước, bản tin công cộng; (iii) tổ chức và phương pháp: người già, trường thôn bản, gánh hát lưu động, trò chơi, văn nghệ, loa truyền thanh.

- Xây dựng kênh phản hồi thông tin để đảm bảo thông tin từ dưới lên trên phản ánh kịp thời các vấn đề để điều chỉnh. Tổ chức các kênh thông tin, điều này là cần thiết để huy động các nguồn lực từ tất cả các bên liên quan của chương trình và các phương pháp truyền thông như điện thoại, fax, website và internet, hòm thư, tài liệu hành chính, vv...

- Phát triển mạng lưới khuyến nông lâm ngư, đặc biệt là mạng lưới khuyến nông thôn bản. Thông qua kênh này có thể phổ biến trực tiếp thông tin tới vùng sâu, vùng xa, khó khăn và dân tộc thiểu số có trình độ và dân trí thấp. Các công cụ hỗ trợ phù hợp với kênh thông tin này là tờ rơi, sách, phim, ảnh/hình họa/áp phích và nâng cao năng lực cho cán bộ khuyến nông.

- Phối hợp với các tổ chức quản chúng, các chương trình dự án khác tại địa phương để huy động nguồn nhân lực thực hiện các hoạt động truyền thông bao gồm: họp định kỳ, hội thảo, tranh luận, thư viện tài liệu về CT135, vv... Huy động cán bộ làm việc trong các lĩnh vực sức khỏe cộng đồng, văn hóa, trường thôn bản và người lớn tuổi tích cực tham gia vào truyền thông.

4. Giám sát và đánh giá công tác truyền thông

Do Chương trình 135 triển khai trên địa bàn rộng và tập trung ở các vùng ĐBKK nên việc lập kế hoạch, giám sát và đánh giá hoạt động truyền thông cần được thiết kế đơn giản, khoa học để người dân có thể dễ dàng tiếp cận và tham gia. Các nhiệm vụ cơ bản về lập kế hoạch, giám sát và đánh giá bao gồm:

- Xây dựng cơ sở dữ liệu, chỉ tiêu ban đầu làm cơ sở so sánh, đánh giá hàng năm và khi kết thúc chương trình

- Xây dựng cơ chế vận hành kênh thông tin giám sát, đánh giá đảm bảo hoạt động 2 chiều và thông tin được xử lý kịp thời

Các chỉ số cho hoạt động giám sát và đánh giá truyền thông cần được lồng ghép vào hoạt động báo cáo và theo dõi giám sát định kỳ của chương trình và bao gồm:

- Số người tập huấn về kỹ năng truyền thông ở các cấp khác nhau.

- Số sản phẩm truyền thông: số lượng tài liệu, ấn bản, bảng tin, video.

- Số người sử dụng hoặc nhận được các sản phẩm truyền thông từ chương trình.

- % phụ nữ, dân tộc thiểu số và người nghèo tham gia vào các hoạt động truyền thông.

- % người địa phương đưa ra ý kiến phản hồi về các hoạt động truyền thông cũng như các hoạt động khác của chương trình.

- Sự hài lòng của đối tượng truyền thông

Các hoạt động truyền thông được giám sát theo quý và dựa vào sự so sánh giữa đầu ra theo kế hoạch và kết quả thực tế. Có thể đo hiệu quả của tập huấn về kỹ năng truyền thông qua thử nghiệm trước và sau khi tiến hành tập huấn.