

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

=====

NGUYỄN THỊ HẠNH

**THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG VỀ KHOA HỌC
VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ**

LUẬN VĂN THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội – 2018

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

=====

NGUYỄN THỊ HẠNH

**THÔNGIỆP TRUYỀN THÔNG VỀ KHOA HỌC
VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ**

LUẬN VĂN THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: BÁO CHÍ HỌC

Mã số: 60320101

Chủ tịch hội đồng: PGS.TS Đặng Thị Thu Hương **Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Nguyễn Thị Thanh Huyền**

Hà Nội – 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, Luận văn này là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi dưới sự hướng dẫn của PGS.TS Nguyễn Thị Thanh Huyền. Toàn bộ các số liệu, trích dẫn đều có nguồn đầy đủ và trung thực.

Hà Nội, ngày tháng năm 2018

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Hạnh

LỜI CẢM ƠN

Qua thời gian học tập và nghiên cứu tại Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, đến nay tôi đã hoàn thành luận văn thạc sĩ Báo chí học với đề tài “Thông điệp truyền thông về khoa học và công nghệ cho nông dân trên báo chí”.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành tới PGS. TS Đặng Thị Thu Hương, các thầy cô giáo Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông và các thầy, cô giảng dạy các bộ môn đã tận tình truyền đạt những kiến thức quý báu, dạy bảo và chỉ dẫn cho tôi trong 2 năm học vừa qua cũng như tạo điều kiện cho tôi thực hiện nghiên cứu Luận văn này.

Đặc biệt, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Huyền – người trực tiếp hướng dẫn và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình nghiên cứu, hoàn thành Luận văn. Tôi đã học hỏi được rất nhiều kiến thức bổ ích về lĩnh vực truyền thông, quan hệ công chúng cũng như tinh thần làm việc, kinh nghiệm và thái độ nghiêm túc trong nghiên cứu khoa học của cô.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Lãnh đạo Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN, Bộ KH&CN; lãnh đạo Ban Thời sự tổng hợp, Ban biên tập và các anh/chị phóng viên, biên tập viên phụ trách chương trình “Nông nghiệp và Nông thôn” (VOV1), Đài Tiếng nói Việt Nam và Chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1), Đài Truyền hình Việt Nam đã nhiệt tình hỗ trợ và tạo điều kiện giúp đỡ tôi trong suốt quá trình khảo sát, nghiên cứu và hoàn thành luận văn.

Mặc dù đã cố gắng hoàn thiện luận văn bằng tất cả sự nhiệt tình và năng lực của mình, tuy nhiên bản thân không thể tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế. Tôi rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý, chỉ bảo của quý thầy cô giáo, các anh chị đồng môn và các bạn để tôi hoàn thiện luận văn này trong tương lai, nếu có cơ hội được nghiên cứu ở cấp cao hơn.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã động viên, khuyến khích tôi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu.

Trân trọng cảm ơn!

Học viên

Nguyễn Thị Hạnh

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	6
1. Lý do chọn đề tài.....	6
2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu.....	9
3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu.....	11
4. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài.....	12
5. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài nghiên cứu.....	16
6. Kết cấu của luận văn	17
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ	18
1.1. Một số khái niệm.....	18
1.1.1 Khoa học và công nghệ.....	18
1.1.2. Báo chí, truyền thông	19
1.1.3. Thông điệp	22
1.1.4. Truyền thông khoa học và công nghệ	26
1.2. Chủ trương, chính sách của Đảng và nhà nước về truyền thông khoa học và công nghệ cho nông dân.....	30
1.2.1. Chính sách về KH&CN hỗ trợ phát triển nông nghiệp	30
1.2.2. Vai trò của truyền thông KH&CN cho nông dân.....	34
1.3. Đặc điểm và thế mạnh của báo chí trong chuyên tải thông điệp KH&CN cho nông dân	38
1.3.1 Báo in.....	38
1.3.2. Báo điện tử	39
1.3.3. Phát thanh.....	40
1.3.4. Truyền hình	42
Tiểu kết Chương 1	46
CHƯƠNG 2: NỘI DUNG VÀ HÌNH THỨC CHUYÊN TẢI THÔNG ĐIỆP VỀ KH&CN CHO NÔNG DÂN TRÊN PHÁT THANH VÀ TRUYỀN HÌNH	47

2.1. Giới thiệu về các chương trình khảo sát: Chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” (VOV1) và chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1).....	47
2.1.1. Chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” (VOV1), Đài Tiếng nói Việt Nam.....	47
2.1.2. Chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1), Đài Truyền hình Việt Nam.....	50
2.2. Nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về KH&CN được phản ánh trong các chương trình khảo sát.....	52
2.2.1. Nội dung	52
2.2.2. Hình thức thể hiện thông điệp KH&CN cho nông dân trong các chương trình khảo sát.....	66
2.2.3. Thể loại báo chí	71
2.2.4. Ngôn ngữ thể hiện	78
2.2.5. Tính tương tác	84
2.3. Ý kiến các bên liên quan về thông điệp KH&CN cho nông dân trên báo chí	85
2.3.1. Ý kiến của lãnh đạo tổ chức sản xuất và phóng viên phụ trách các chương trình phát thanh và truyền hình được khảo sát	86
2.3.2. Ý kiến nhà quản lý hoạt động truyền thông KH&CN	90
2.3.3. Ý kiến của đại diện người nông dân	91
2.4. Ưu điểm và hạn chế về nội dung và hình thức của việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân.....	92
2.4.1. Nội dung	92
2.4.2. Hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN.....	94
Tiểu kết Chương 2	97
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG THÔNG ĐIỆP VỀ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ	99
3.1. Một số vấn đề đặt ra	99
3.1.1. Thông điệp về chủ trương, chính sách KH&CN cho nông dân còn chưa tương xứng với yêu cầu phát triển nền nông nghiệp tiên tiến	99

3.1.2. Nội dung thông điệp về KH&CN cho nông dân còn chưa thiết thực, hiệu quả, thậm chí còn gây tác dụng ngược	100
3.1.3. Hình thức thông điệp về KH&CN được chuyển tải còn chưa phong phú, chưa dễ hiểu, dễ nhớ, dễ áp dụng	104
3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân	104
3.2.1. Tăng thời lượng truyền thông về chính sách KH&CN cho người nông dân	104
3.2.2. Phối hợp hiệu quả hơn giữa ngành KH&CN và ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn trong truyền thông KH&CN cho nông dân.....	105
3.2.3. Nâng cao chất lượng nội dung thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân	107
3.2.4. Tối ưu hóa hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân	111
3.2.5. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực truyền thông về KH&CN cho nông dân	113
3.2.6. Khắc phục rào cản ngôn ngữ, văn hóa trong truyền thông KH&CN cho nông dân.....	114
Tiểu kết Chương 3	116
KẾT LUẬN	117
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	121
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
CNC	Công nghệ cao
CMCN 4.0	Cách mạng công nghiệp lần thứ tư
ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
ĐH KHXH&NV	Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GLOBALGAP	Thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu
KHKT	Khoa học kỹ thuật
KH&CN	Khoa học và Công nghệ
Nxb	Nhà xuất bản
NN&NT	Nông nghiệp và Nông thôn
PGS.TS	Phó Giáo sư, Tiến sĩ
STC	Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông khoa học và công nghệ
THVN	Đài Truyền hình Việt Nam
TNVN	Đài Tiếng nói Việt Nam
VietGAP	Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt ở Việt Nam
VOV1	Hệ Thời sự - Chính trị - Tổng hợp, Đài Tiếng nói Việt Nam
VTV1	Kênh Thời sự tổng hợp, Đài Truyền hình Việt Nam

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Kết cấu của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1.....	48
Bảng 2.2. Kết cấu của Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1	51
Bảng 2.3: Số lượng, tỷ lệ số phát sóng của chương trình phát thanh và truyền hình có nội dung truyền thông về KH&CN cho nông dân.....	54
Bảng 2.4: Số lượng các số phát sóng của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1 có thông điệp về KH&CN.....	55
Bảng 2.5: Số lượng số phát sóng của chương trình Chuyện nhà nông với Nông nghiệp – VTV1 có thông điệp về KH&CN.	57
Bảng 2.6: Thời lượng phát sóng thông điệp KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1	70
Bảng 2.7: Thời lượng phát sóng thông điệp KH&CN trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1.....	71

DANH MỤC BIỂU

Biểu đồ 1.2: Các kênh cung cấp thông tin nông nghiệp nông thôn cho cư dân[14]	43
Biểu đồ 2.2: Tỷ lệ nội dung thông điệp KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn - VOV1.....	56
Biểu đồ 2.3: Tỷ lệ các nội dung thông điệp về KH&CN trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1.	58
Biểu đồ 2.4: Tỷ lệ sử dụng thể loại báo chí mang thông điệp truyền thông về KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn - VOV1.	72

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 – Mô hình truyền thông của Claude Shannon.	25
Hình 2.1: Nông dân sử dụng chiếc máy cấy không động cơ của anh Trần Đại Nghĩa.	77
Hình 2.2: Thông điệp truyền thông KH&CN thông qua đồ họa và số liệu.	81
Hình 2.3: Nội dung thông điệp truyền thông KH&CN thể hiện qua title.....	82
Hình 3.1. Hình ảnh kết quả tìm kiếm trên Google với từ khóa “Công nghệ CAS bảo quản vải thiều” đầu tháng 10/2018.....	102

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Xu thế toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại và cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư với các công nghệ thế hệ mới là hai nhân tố mới đã và sẽ tác động mạnh mẽ tới các quốc gia đang phát triển, đẩy nhanh sự phát triển của lực lượng sản xuất, nâng cao năng suất lao động, làm chuyển biến mạnh mẽ cơ cấu kinh tế của các quốc gia và làm thay đổi sâu sắc mọi mặt đời sống xã hội. Cùng với việc xuất hiện các cơ hội phát triển mới, nguy cơ tụt hậu về kinh tế, KH&CN, thông tin,... sẽ là những thách thức lớn đối với nhiều quốc gia trên thế giới.

Trong bối cảnh đó, Đảng và Nhà nước đã đặt KH&CN, cùng với giáo dục và đào tạo là quốc sách hàng đầu, động lực phát triển kinh tế - xã hội, nền tảng và nhân tố quyết định thắng lợi của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế của đất nước. Điều này đã được thể hiện rõ trong Nghị quyết số 20-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về phát triển KH&CN phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế và nhiều Nghị quyết khác của Đảng, Luật Khoa học và Công nghệ năm 2013, Chiến lược Phát triển khoa học và công nghệ Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020,...

Để KH&CN thực hiện tốt sứ mệnh quốc sách hàng đầu, là động lực then chốt, một trong những yếu tố quan trọng là hoạt động truyền thông KH&CN. Những năm gần đây, truyền thông KH&CN được quan tâm, đầu tư phát triển và có những chuyển biến nhất định, góp phần tuyên truyền đường lối, chủ trương, chính sách, các quy định của pháp luật về KH&CN đến với nhân dân, phổ biến tri thức, nâng cao dân trí KH&CN. Đồng thời cung cấp thông tin KH&CN phục vụ quản lý nhà nước, nghiên cứu, triển khai, sản xuất và đời sống. Hoạt động này cũng luôn được đề cập, khẳng định trong các văn kiện quan trọng của Đảng và Nhà nước. Chiến lược phát triển KH&CN giai đoạn 2011 - 2020 đã xác định hoạt động tuyên truyền, phổ biến KH&CN là một trong 6 giải pháp chủ yếu để phát triển KH&CN Việt Nam.

Truyền thông KH&CN đóng vai trò chủ đạo trong việc giới thiệu, phổ biến chỉ đạo, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển KH&CN. Qua các kênh truyền thông, người dân cũng như các cấp quản lý hiểu rõ hơn vai trò của

KH&CN có tính quyết định phát triển lực lượng sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa của cả nền kinh tế. Đây cũng là kênh thu thập ý kiến, đề xuất, nguyện vọng của nhà quản lý, nhà khoa học, doanh nghiệp, người dân,... làm cơ sở đề xuất, xây dựng các cơ chế, chính sách phát triển KH&CN; phát hiện, tuyên truyền rộng rãi, kịp thời những nhân tố điển hình, mô hình hiệu quả, đơn vị có nhiều đóng góp tích cực trong lĩnh vực KH&CN. Báo chí là cầu nối thông tin, chuyển tải các thông điệp truyền thông về KH&CN đến với người dân, giới thiệu các cơ chế, chính sách mới; kết quả nghiên cứu, mô hình ứng dụng, chuyển giao tiến bộ KH&CN hiệu quả; thông tin bảo hộ, chỉ dẫn địa lý cho các nông sản, đặc sản nông nghiệp;... Thông qua các thông điệp truyền thông, người dân có thêm động lực, có thể học hỏi kinh nghiệm, nhân rộng các mô hình ứng dụng KH&CN, phát triển kinh tế gia đình, làm giàu một cách chính đáng.

Việt Nam là quốc gia nông nghiệp với hơn 70% dân số sống trên địa bàn nông thôn. Nông nghiệp nông thôn giữ vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam phát triển. Do đó, các thông tin KHKT và công nghệ mới phục vụ sản xuất nông nghiệp thực sự cần thiết đối với bà con nông dân trong việc rút ngắn thời gian canh tác, tiết kiệm sức lao động, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm của cây trồng, vật nuôi. Để thúc đẩy phát triển nền nông nghiệp, KH&CN được coi là lĩnh vực có sức mạnh vượt trội, tạo sức bật mạnh mẽ. KH&CN đã đóng góp trên 30% giá trị gia tăng trong sản xuất nông nghiệp, 38% giá trị gia tăng trong sản xuất giống cây trồng, vật nuôi. Trên 90% diện tích lúa, 80% diện tích ngô, 100% diện tích điều trồng mới sử dụng giống của Việt Nam, năng suất lúa đứng đầu ASEAN; cá tra, hồ tiêu đứng đầu thế giới; cà phê, cao su đứng thứ 2 thế giới [59, tr.4].

Nhờ tích cực đẩy mạnh chuyển giao và ứng dụng tiến bộ KH&CN vào sản xuất, đưa nhiều giống cây trồng, vật nuôi mới, hiệu quả cao, ngày càng có nhiều mặt hàng nông sản được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, giá trị tăng lên rất nhiều và nhiều mặt hàng đã được xuất khẩu. Hiện nay, một số phương thức chuyển giao tiến bộ KH&CN đến nông dân được áp dụng phổ biến là nhân rộng tra mô hình sản xuất có hiệu quả tại địa phương; đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng cán bộ khuyến nông; xây dựng mô hình trình diễn ứng dụng KH&CN tiến bộ để phổ biến cho người dân học

hỏi, làm theo;... Đây cũng là con đường ngắn nhất đưa kết quả nghiên cứu từ các cơ sở nghiên cứu đến đồng ruộng. Những người nông dân đã góp phần lớn vào việc đưa KH&CN thực hiện đúng sứ mệnh, vai trò của mình, chính họ là người trực tiếp áp dụng các tiến bộ KH&CN vào sản xuất nông nghiệp, đời sống. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã từng nói: *“Nông dân ta giàu thì nước ta giàu, nông nghiệp ta thịnh thì nước ta thịnh”*. Câu nói của Người đến nay vẫn còn nguyên giá trị.

Vốn liếng về nông học tự thân của công chúng, cùng với sức mạnh và hiệu quả của các chương trình khuyến nông diễn ra nhiều năm gần đây đã ảnh hưởng quan trọng đến thành tựu nông nghiệp. Điều đó được thể hiện đa dạng, sinh động trên các phương tiện truyền thông đại chúng, đặc biệt trên sóng phát thanh (điển hình là chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” của hệ Thời sự - Chính trị - Tổng hợp (VOV1), Đài TNVN), và trên sóng truyền hình (như Chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” của kênh Thời sự tổng hợp (VTV1), Đài THVN). Một cách gián tiếp, thông điệp truyền thông về KH&CN, thông tin về các kết quả nghiên cứu KHKT, công nghệ mới được ứng dụng, chuyển giao,... đã góp phần làm nên mùa màng bội thu, đem lại cuộc sống ấm no cho người nông dân.

Hoạt động truyền thông KH&CN đóng vai trò quan trọng, góp phần rút ngắn khoảng cách về thông tin, kiến thức nông nghiệp nông thôn giữa các vùng, miền. Những năm qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách hỗ trợ, đưa thông tin KH&CN phổ biến rộng rãi tới cộng đồng cư dân nông thôn. Tuy nhiên, việc chuyển tải thông điệp về KH&CN đến người dân cũng còn nhiều hạn chế. Hiện nội dung và hình thức các chuyên trang, chuyên mục, chương trình về KH&CN dành cho nông dân chưa phong phú. Đôi khi có lúc, có nơi chưa chuyển tải kịp thời các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về KH&CN, hay các mô hình mới, sáng kiến, sáng chế, các kết quả nghiên cứu khoa học,... đến với nông dân. Bà con nông dân có sản phẩm nông nghiệp tốt nhưng chưa tiếp cận được với các nguồn hỗ trợ từ nhà nước, doanh nghiệp để nâng cao giá trị.

Một trong những nguyên nhân đó là hoạt động thông tin, truyền thông KH&CN còn khá mới mẻ tại Việt Nam và chưa phổ biến. Việc tuyên truyền, phổ biến các thông tin, kiến thức KH&CN đến với bà con còn nhiều trở ngại, khó khăn

về nhân lực hạn chế, địa bàn rộng khắp, đa số nông dân sản xuất nông nghiệp dựa theo tập quán, thói quen là chính. KH&CN có tính đặc thù nên người làm truyền thông cần am hiểu sâu sắc để có thể mã hóa được thuật ngữ, thông điệp, diễn đạt dễ hiểu, gần gũi.

Trong bối cảnh đó, cần nâng cao hơn nữa chất lượng của thông điệp về KH&CN trên báo chí nói chung, đặc biệt trên phát thanh, truyền hình nói riêng. Bởi theo nhiều kết quả điều tra, khảo sát, đây là hai kênh người nông dân dễ dàng tiếp cận nhất, phù hợp với thói quen sinh hoạt, làm việc của đông đảo bà con nông dân.

Từ thực tiễn nêu trên, đặt ra một số vấn đề cần làm sáng tỏ, cụ thể: Thông điệp về KH&CN trên báo chí nói chung và trên báo phát thanh, truyền hình nói riêng đã tác động thế nào tới tư tưởng, nhận thức, thái độ, tri thức, thói quen làm nông nghiệp của người nông dân. Thông điệp truyền thông về KH&CN trên báo chí có cần đổi mới về nội dung và hình thức để phù hợp với đối tượng người nông dân hay không? Nhà nước có sứ mệnh gì trong hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân? Các cơ quan thông tấn, báo chí, đặc biệt là các cơ quan báo chí được khảo sát có đi đúng trọng tâm Chính phủ đặt ra hay không? Cần có những giải pháp nào để tăng cường và nâng cao năng lực, hiệu quả truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí?

Thực tế hiện nay tại Việt Nam, chưa có nhiều công trình nghiên cứu bài bản, chuyên sâu về truyền thông KH&CN cũng như thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân. Phân tích thông điệp báo chí là một hướng nghiên cứu rất được coi trọng. Hoạt động này khá phổ biến trên thế giới, nhưng ở Việt Nam, số lượng các nghiên cứu về thông điệp còn rất hạn chế. Với những lý do đó, tác giả chọn đề tài ***“Thông điệp truyền thông về khoa học và công nghệ cho nông dân trên báo chí”*** trong khuôn khổ ngành Báo chí học làm đề tài nghiên cứu cho Luận văn này.

2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích

Trên cơ sở kết quả khảo sát hoạt động truyền thông về khoa học và công nghệ cho nông dân trên hệ Thời sự - Chính trị - Tổng hợp (VOV1) - Đài TNVN, kênh Thời sự tổng hợp (VTV1) – Đài THVN, Luận văn hướng đến mục đích:

Bổ sung thông tin về thực trạng chất lượng thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí nói chung và báo phát thanh, truyền hình nói riêng.

Nghiên cứu, phân tích nội dung, hình thức thể hiện thông điệp về KH&CN cho nông dân và những ưu điểm, hạn chế nhằm vận dụng ngôn ngữ, chuyển tải thông điệp hiệu quả hơn.

Đưa ra giải pháp, kiến nghị với ban biên tập các chương trình phát thanh, truyền hình, cơ quan quản lý và nghiên cứu về KH&CN (trong đó có Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN - STC, Bộ Khoa học và Công nghệ - nơi tác giả đang công tác), các chuyên gia, nhà khoa học để nâng cao chất lượng, hiệu quả nội dung thông điệp, hình thức thể hiện. Từ đó, cung cấp những luận cứ bước đầu cho việc xây dựng lý luận về truyền thông KH&CN cho nông dân trên báo chí ở nước ta.

Bên cạnh đó, đề tài hướng đến mục tiêu đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng của thông điệp truyền thông về KH&CN đối với nông dân. Thông qua hoạt động thông tin, tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN, người dân cũng như các cấp quản lý thấy rõ vai trò của KH&CN. Đồng thời góp phần thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của các đối tượng công chúng, đặc biệt là nông dân; làm giàu kiến thức cho người dân, khích lệ việc ứng dụng KH&CN vào sản xuất, đẩy mạnh thành phong trào, tăng giá trị lao động, hiệu quả sản xuất, phát triển kinh tế gia đình; tạo được sự đồng thuận, tham gia của mọi tầng lớp nhân dân, đẩy mạnh hơn nữa việc áp dụng KH&CN vào sản xuất, đời sống ở vùng nông thôn.

2.2. Nhiệm vụ

Để đạt được mục tiêu đã đề ra, luận văn thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Nghiên cứu các văn bản về chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước về phát triển KH&CN, vai trò, nhiệm vụ của truyền thông KH&CN.

- Phân tích nội dung và hình thức chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trong chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” phát trên hệ Thời sự - Chính trị - Tổng hợp (VOV1), Đài TNVN và chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” phát trên kênh Thời sự tổng hợp (VTV1) của Đài THVN.

- Phỏng vấn sâu các nhà báo và lãnh đạo phụ trách tại các cơ quan báo chí được chọn để quan sát thông điệp; phỏng vấn nhà quản lý trong lĩnh vực truyền thông KH&CN.

- Trong quá trình khảo sát, có kết hợp với phân tích, so sánh, tổng hợp để tìm ra những ưu điểm, hạn chế của từng loại hình, đề ra các giải pháp khắc phục.

- Đề xuất các giải pháp và kiến nghị với các đài phát thanh, truyền hình, cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức truyền thông KH&CN để nâng cao chất lượng chương trình, vận dụng ngôn ngữ, hình ảnh, âm thanh và chuyển tải thông điệp về KH&CN hiệu quả, phù hợp với người nông dân trên phát thanh, truyền hình.

3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

3.1. Đối tượng

Luận văn phân tích nội dung và hình thức thông điệp về truyền thông KH&CN cho nông dân trong:

- 52 số của chương trình “*Nông nghiệp và nông thôn*” phát trên hệ Thời sự - Chính trị - Tổng hợp (VOV1), Đài TNVN, khung giờ 5h35’ đến 5h45’ các ngày trong tuần và phát lại vào 14h45’ đến 14h55’ cùng ngày (từ ngày 01/5/2018 đến ngày 19/6/2018).

- 82 số của chương trình “*Chuyện nhà nông với nông nghiệp*” phát trên kênh Thời sự tổng hợp (VTV1), Đài THVN, khung giờ 17h20’ thứ sáu, phát lại vào 2 khung giờ 00h15’ và 05h10’ thứ 7 hàng tuần (từ ngày 05/01/2017 đến ngày 24/8/2018).

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn được tiến hành nghiên cứu dựa trên các phương pháp chủ yếu sau:

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu*: Tổng hợp, nghiên cứu hệ thống các văn bản chỉ đạo của Đảng, văn bản pháp lý của Nhà nước và Chính phủ, tập hợp các công trình nghiên cứu và tài liệu đánh giá, báo cáo tổng kết liên quan đến đề tài.

- *Phương pháp phân tích nội dung*: Thống kê, mã hóa và phân tích nội dung của các tin, bài về KH&CN cho nông dân trong các chương trình khảo sát.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: Thực hiện phương pháp này thông qua thu thập các phỏng vấn sâu của Lãnh đạo STC – Bộ KH&CN; Lãnh đạo Ban biên tập chương trình “*Nông nghiệp và nông thôn*” (VOV1), và chương trình “*Chuyện nhà nông với nông nghiệp*” (VTV1); Phóng viên, biên tập viên của 2 chương trình khảo sát.

4. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

4.1. Tình hình nghiên cứu trên thế giới

Các nghiên cứu về truyền thông KH&CN không nhiều, đặc biệt chưa có công trình nghiên cứu nào chuyên biệt liên quan đến thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân. Có chăng chỉ thoáng, lồng ghép trong một số công trình nghiên cứu có liên quan như một số công trình điển hình dưới đây:

- Bách khoa toàn thư về truyền thông khoa học và công nghệ: “*Encyclopedia of Science and Technology Communication*”, gồm 2 tập do Tiến sĩ Susanna Hornig Priest (Washington, Hoa Kỳ) chủ biên, xuất bản năm 2010. Sách tổng hợp các nghiên cứu chuyên sâu về truyền thông KH&CN, cung cấp toàn diện các thông tin liên quan đến lĩnh vực KH&CN phục vụ quá trình tác nghiệp, sản xuất thông tin KH&CN;

- Cuốn “*Science Communication between News and Public Relation*” của Martin. Bauer và Massimiano Bucchi – hai giáo sư tại trường Kinh tế London, xuất bản năm 2007. Martin W. Bauer và Massimiano Bucchi là các nhà khoa học chuyên nghiên cứu về sự tương tác giữa KH&CN với truyền thông, thái độ của công chúng với KH&CN;

- Cuốn “*Handbook of Public Communication of Science and Technology*” (Sổ tay truyền thông cộng đồng về KH&CN) của hai tác giả Massimiano Bucchi và Brian Trench. Cuốn sách tập hợp 17 bài viết học thuật về các xu hướng nghiên cứu trong truyền thông KH&CN của các học giả, chuyên gia, nhà khoa học từ khắp nơi trên thế giới. Sách cung cấp cái nhìn toàn cảnh về sự phát triển, ảnh hưởng của truyền thông cộng đồng về KH&CN, nhấn mạnh sự thay đổi do truyền thông KH&CN tạo ra;

- Cuốn “*Communication Science in Social Cotexts*” (Truyền thông khoa học trong bối cảnh xã hội) của các tác giả: Cheng, D., Claessens, M., Gascoigne, N.R.J., Metcalfe, J., Schiele, B., Shi, S., xuất bản năm 2008, tập hợp các bài viết nghiên cứu của 31 học giả, chuyên gia hàng đầu thế giới. Nội dung gồm 18 chương, phản ánh sự đa dạng của truyền thông khoa học, các phương pháp lý thuyết và thực tiễn, đánh giá các mô hình hiện nay và chia sẻ những kinh nghiệm trong lĩnh vực này;

- Cuốn *“Science Communication in the World”* (Truyền thông khoa học thế giới) của các tác giả: Schiele, Bernard, Classens, Michel, Shi, Shunke. Nội dung đề cập đến sự phát triển của truyền thông khoa học ở các nước Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, Nam Phi và Tây Ban Nha.

Các tài liệu về truyền thông KH&CN ở nước ngoài tương đối đa dạng, tuy nhiên chưa có nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu liên quan đến thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân.

4.2. Tình hình nghiên cứu trong nước

Trong 10 năm trở lại đây, Bộ Khoa học và Công nghệ đã tăng cường phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí nhằm đẩy mạnh hoạt động truyền thông KH&CN. Đã có nhiều chương trình, chuyên trang KH&CN ra đời với sự hợp tác của Bộ và các cơ quan thông tấn, báo chí như trên Đài THVN (VTV1, VTV2), Đài TNVN, Thông tấn xã Việt Nam, báo Nhân dân, Đại biểu Nhân dân, Tiền phong,... Các chương trình, chuyên trang KH&CN đã có sức lan tỏa lớn, tác động đáng kể đến việc phát triển KH&CN. Tuy nhiên, hiện còn ít các đề tài nghiên cứu tiếp cận dưới góc độ báo chí truyền thông về KH&CN, đặc biệt chưa có đề tài nào nghiên cứu thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân.

Có thể kể đến một số nghiên cứu của STC – Bộ KH&CN như: Nhiệm vụ hợp tác quốc tế theo Nghị định thư *“Hợp tác nghiên cứu các giải pháp thúc đẩy phát triển và nâng cao năng lực truyền thông khoa học và công nghệ Việt Nam”* do STC chủ trì trong khuôn khổ chương trình hợp tác quốc tế về KH&CN theo Nghị định thư với Australia, thực hiện từ tháng 3/2014 – tháng 1/2016. Nghiên cứu đã đưa ra tương đối đầy đủ về lý luận khoa học, truyền thông KH&CN, thực trạng hoạt động truyền thông KH&CN tại Việt Nam, kinh nghiệm truyền thông KH&CN của một số quốc gia, đồng thời đề xuất các giải pháp phát triển tại Việt Nam.

Ngành KH&CN đã tổ chức nhiều hội thảo chuyên đề về truyền thông KH&CN, nổi bật là Tuần lễ truyền thông KH&CN năm 2013, trong đó có Hội thảo khoa học *“Báo chí với truyền thông KH&CN”* với nhiều bài viết, tham luận của các nhà khoa học, các chuyên gia trong lĩnh vực báo chí truyền thông như: *“Vai trò của công tác truyền thông với hoạt động khoa học và công nghệ và một số định hướng truyền*

thông khoa học và công nghệ” của TSKH. Nghiêm Vũ Khải (Thứ trưởng Bộ KH&CN) nhấn mạnh vai trò của KH&CN cũng như truyền thông KH&CN, định hướng hoạt động thời gian tới. Tham luận *“Vai trò của KH&CN và thực trạng truyền thông về KH&CN hiện nay”* do Nguyên Tổng Biên tập báo Nhà báo và Công luận Trần Đức Chính đưa ra những đánh giá về thực trạng nhân lực, hoạt động tác nghiệp của nhà báo KH&CN.

Cùng với đó, còn một số báo cáo đề cập đến giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông KH&CN như: *“Nâng cao chất lượng truyền thông phát triển khoa học và công nghệ”* của PGS.TS. Đinh Thị Thúy Hằng (Học viện Báo chí và Tuyên truyền); *“Chương trình khoa học và công nghệ trên Đài Tiếng nói Việt Nam: Thực trạng và kinh nghiệm xây dựng chương trình phát thanh về đề tài khoa học”* của Nhà báo Nguyễn Mỹ Hà (Đài TNVN); tham luận về *“Vai trò của Quý vì sự phát triển của khoa học và sáng tạo Hàn Quốc trong hoạt động truyền thông KH&CN”* của PGG.TS Nguyễn Thị Thanh Huyền (Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG Hà Nội) chia sẻ những kinh nghiệm truyền thông về KH&CN của Hàn Quốc. Theo đó, truyền thông KH&CN phải được tổ chức mọi nơi, mọi lúc, tác động từ bên trong tổ chức xã hội nhỏ bé nhất là gia đình, đến cộng đồng và quốc gia.

Trong hoạt động đào tạo, cũng có một số nghiên cứu như: Luận văn thạc sĩ *“Thông tin Khoa học Công nghệ trên sóng VTV2 Đài Truyền hình Việt Nam”* năm 2013 của tác giả Nguyễn Thu Quyên bảo vệ tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền và Luận văn Thạc sĩ của Trần Thị Quyên về *“Truyền thông về khoa học công nghệ trên Đài Truyền hình Việt Nam”*, năm 2014, bảo vệ tại trường Đại học KHXH&NV, đã cơ bản khái quát được những thông tin KH&CN trên truyền hình, chưa tập trung vào thông tin dành cho đối tượng cụ thể nào; Đề tài *“Hoạt động truyền thông trong doanh nghiệp khoa học và công nghệ”* năm 2015, của tác giả Lê Thị Tuyết Hạnh, Đại học KHXH&NV, đề cập đến hoạt động truyền thông của các doanh nghiệp KH&CN.

Riêng với đối tượng là nông dân, có Luận văn Thạc sĩ ngành Báo chí học của tác giả Bùi Thị Hồng Vân, trường Đại học KHXH&VN về *“Vấn đề chỉ dẫn – Tư vấn khoa học kỹ thuật nông nghiệp cho nông dân trên báo chí Việt Nam”*, năm

2011. Luận văn phân tích tình hình, cách thức chỉ dẫn – tư vấn về KHKT nông nghiệp cho đối tượng là nông dân trên báo chí hiện nay chứ chưa đề cập hay phân tích nội dung, hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân.

Hay các tài liệu hội thảo, sách và các nghiên cứu liên quan như:

+ Đặng Kim Sơn (2009), “*Vấn đề nông nghiệp, nông dân, nông thôn: Kinh nghiệm Việt Nam, kinh nghiệm Trung Quốc*”, NXB. Chính trị quốc gia.

+ Phạm Hoàng Ngân, Nguyễn Kha Thoa, Phạm Quang Diệu, Hoàng Sơn và đồng nghiệp (2013), “*Truyền thông Nông nghiệp Nông thôn Nông dân*”, NXB Nông nghiệp.

+ Đặng Kim Sơn (2008), “*Nông nghiệp, nông dân, nông thôn Việt Nam – Hôm nay và mai sau*”, NXB. Chính trị quốc gia.

Về nghiên cứu thông điệp, có luận văn thạc sĩ ngành Báo chí học của tác giả Phạm Thị Là với đề tài “*Thông điệp về doanh nhân trên báo in dưới góc nhìn văn hóa*”, năm 2016, bảo vệ tại trường Đại học KHXH&NV. Tác giả đã phân tích, đánh giá thực trạng các bài viết mang thông điệp về doanh nhân với các nội dung: Thông điệp về doanh nhân nắm bắt cơ hội kinh doanh, dám chấp nhận rủi ro, sáng tạo - đổi mới, đạt thành quả bền vững trong kinh doanh.

Bài nghiên cứu của PGS.TS Mai Quỳnh Nam trên Tạp chí Xã hội học, số 2, năm 2002, “*Thông điệp về trẻ em trên báo hình, báo in*”, là một phần kết quả nghiên cứu phân tích quốc tế về *Hình ảnh trẻ em trên báo chí* do Trung tâm truyền thông ASIAN (AMIC) phối hợp với Viện Xã hội học thực hiện năm 1999. Nghiên cứu này quan sát các thông điệp về trẻ em được thông báo trong tháng 10 năm 1999 trên 10 tờ báo in, 2 đài truyền hình. Tác giả chủ yếu đi sâu vào nghiên cứu: nội dung thông điệp, vị trí, thể loại, chuyên mục, cách đưa tin trên truyền hình và báo in.

Các nghiên cứu nói trên đã khái quát được khung lý thuyết cũng như đưa ra những luận cứ khoa học cho hoạt động truyền thông KH&CN, một số nghiên cứu về thông điệp truyền thông đã đưa ra những cơ sở lý luận chung về nghiên cứu thông điệp. Đây là cơ sở lý thuyết rất quan trọng để làm khung lý thuyết cho luận văn thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí mà tác giả đưa ra.

Tuy nhiên, tác giả nhận thấy truyền thông KH&CN là vấn đề được quan tâm nghiên cứu nhưng chưa có một nghiên cứu hay công bố cụ thể nào về truyền thông

KH&CN cho nông dân hiện nay, đặc biệt là thông điệp về KH&CN cho nông dân. Trong khi đó như chúng ta đã biết, 70% công chúng Việt Nam sống ở khu vực nông thôn. Sản xuất nông nghiệp là nguồn thu nhập chính của người dân nông thôn nên việc cập nhật các thông tin KH&CN và ứng dụng vào đời sống, sản xuất nông nghiệp rất quan trọng. Một trong những yếu tố đảm bảo cho sản xuất nông nghiệp là tăng cường ứng dụng các tiến bộ KH&CN để nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên, phần đông nông dân mặc dù trình độ nhận thức đã được nâng lên nhưng nhìn chung vẫn còn ở mức thấp nên phần nào ảnh hưởng đến hiệu quả ứng dụng KH&CN, chưa tạo ra nhiều sản phẩm nông nghiệp có giá trị cao.

Nghiên cứu “*Thông điệp truyền thông về khoa học và công nghệ cho nông dân trên báo chí*” sẽ góp phần cụ thể hóa bức tranh chung về truyền thông KH&CN cũng như việc sử dụng ngôn ngữ, hình thức chuyển tải, nội dung thông điệp cho nông dân trên báo chí. Đồng thời đưa ra được những ưu điểm, hạn chế của từng thể loại báo chí; tìm giải pháp góp phần thực hiện hiệu quả hơn nữa hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân trên báo chí hiện nay nhờ tận dụng thế mạnh của từng loại hình.

5. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

5.1. Về lý luận khoa học

Luận văn góp phần bổ khuyết nhất định cho các khoảng trống lý thuyết về truyền thông KH&CN nói chung và thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân nói riêng. Đồng thời làm cơ sở cho những nghiên cứu sâu hơn về truyền thông KH&CN trong đó đối tượng công chúng là nông dân. Kết quả nghiên cứu của luận văn có thể sử dụng làm tài liệu phục vụ nghiên cứu, xây dựng các chuyên đề, bài giảng, giáo trình cho công tác đào tạo đội ngũ những người làm báo nói chung, báo phát thanh, truyền hình nói riêng và đơn vị làm nhiệm vụ truyền thông về KH&CN của Bộ KH&CN.

5.2. Giá trị thực tiễn của đề tài

Nghiên cứu cung cấp cái nhìn toàn cảnh về vị trí, vai trò của hoạt động chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân trong việc nâng cao dân trí, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, xóa đói giảm nghèo; tăng cường ứng dụng tiến bộ KH&CN. Đồng thời, đưa

ra các đánh giá, khuyến nghị giúp các tổ chức, cá nhân làm truyền thông có thể tham khảo, điều chỉnh các chiến lược phát triển phù hợp, tiết kiệm, hiệu quả nhất. Đặc biệt, hiểu hơn và có cách nhìn nhận chuẩn xác về hoạt động chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân trên phát thanh và truyền hình.

6. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, mục lục, Luận văn gồm 3 chương:

- **Chương 1:** Cơ sở lý luận và thực tiễn về thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân trên báo chí.

Nội dung của chương này tập trung làm rõ các khái niệm, đặc trưng, thế mạnh của các loại hình báo chí (đặc biệt là phát thanh và truyền hình) trong chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân; nhu cầu của công chúng nông dân về thông tin, thông điệp KH&CN; chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về truyền thông KH&CN cho nông dân; chủ trương, chính sách về KH&CN hỗ trợ sản xuất nông nghiệp.

- **Chương 2:** Thực trạng thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên phát thanh và truyền hình.

Chương này chủ yếu đi sâu quan sát, phân tích nội dung và hình thức chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trong chương trình phát thanh Nông nghiệp và Nông thôn (VOV1) và chương trình truyền hình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1).

- **Chương 3:** Một số vấn đề đặt ra và giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ

1.1. Một số khái niệm

1.1.1 Khoa học và công nghệ

* *Khoa học*

Thuật ngữ “khoa học” xuất hiện từ rất sớm, là khái niệm có nội hàm phức tạp, phản ánh một hình thức sáng tạo đặc biệt, một lĩnh vực hoạt động có vị trí rất quan trọng trong đời sống xã hội. Có nhiều quan niệm khác nhau về khoa học.

Trên thế giới, có một khái niệm về khoa học như sau: Khoa học là toàn bộ hoạt động có hệ thống nhằm xây dựng, tổ chức kiến thức bằng những lời giải thích, tiên đoán có thể kiểm tra được về vũ trụ. Thông qua các phương pháp kiểm soát, nhà khoa học sử dụng cách quan sát các dấu hiệu biểu hiện mang tính vật chất và bất thường của tự nhiên nhằm thu thập thông tin, rồi sắp xếp các thông tin đó thành dữ liệu để phân tích nhằm giải thích cách thức hoạt động, tồn tại của sự vật hiện tượng [31].

Ở Việt Nam, cũng có nhiều quan điểm khác nhau về khoa học.

Theo giáo trình Phương pháp luận nghiên cứu khoa học của PGS.TS Vũ Cao Đàm: “*Khoa học là một hệ thống tri thức, gồm tri thức kinh nghiệm và tri thức khoa học*”.

Theo Luật Khoa học và Công nghệ số 29/2013/QH13 “*Khoa học là hệ thống tri thức về bản chất, quy luật tồn tại và phát triển của sự vật, hiện tượng tự nhiên, xã hội và tư duy*”.

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng khái niệm khoa học theo cách tiếp cận có chọn lọc của văn bản Luật Khoa học và Công nghệ số 29/2013/QH13 ngày 18/6/2013.

* *Công nghệ*

Thuật ngữ “công nghệ” xuất phát từ chữ Hy Lạp “techne” có nghĩa là một nghệ thuật hay một kỹ năng, và “logia”, nghĩa là một khoa học hay một nghiên cứu. Theo Ủy ban kinh tế và xã hội khu vực Châu Á Thái Bình Dương (ESCAP): *Công nghệ là kiến thức có hệ thống về quy trình và kỹ thuật dùng để chế biến vật liệu và thông tin. Công nghệ bao gồm kiến thức, kỹ năng. Thiết bị, phương pháp và các hệ thống*

dùng trong việc tạo ra hàng hóa và cung cấp dịch vụ. Định nghĩa về công nghệ của ESCAP được coi là bước ngoặt trong quan niệm về công nghệ. Theo định nghĩa này, không chỉ sản xuất vật chất mới dùng công nghệ mà khái niệm công nghệ được mở rộng ra tất cả lĩnh vực hoạt động xã hội.

Theo các tài liệu nghiên cứu của PGS.TS Vũ Cao Đàm [5], có 3 khái niệm về công nghệ:

Khái niệm 1: “Công nghệ là một trật tự nghiêm ngặt các thao tác của quá trình chế biến vật chất/thông tin”.

Khái niệm 2: “Công nghệ là một phương tiện (device) chế biến vật chất/thông tin, gồm: Phần cứng và Phần mềm”.

Khái niệm 3 (Mô hình Sharif): “Công nghệ là một cơ thể (hệ thống) tri thức về quá trình chế biến vật chất hoặc thông tin về phương tiện và phương pháp chế biến vật chất và/hoặc thông tin. Công nghệ gồm 4 yếu tố: Kỹ thuật (Technoware); Thông tin (Inforware); Con người (Humanware); Tổ chức (Orgaware)

Theo Luật Khoa học và công nghệ số 29/2013/QH13, “*Công nghệ là tập hợp các phương pháp, quy trình, kỹ năng, bí quyết, phương tiện dùng để biến đổi các nguồn lực thành sản phẩm có độ tin cậy. Sản phẩm ở đây bao gồm các dạng: dây chuyền công nghệ (dây chuyền công nghệ là mục tiêu) và sản phẩm cụ thể được sản xuất từ dây chuyền công nghệ (dây chuyền công nghệ đóng vai trò là phương tiện sản xuất)*”. Trong phần này tác giả sử dụng khái niệm công nghệ theo cách tiếp cận của Luật KH&CN.

1.1.2. Báo chí, truyền thông

*** Báo chí:**

Báo chí bao gồm các loại hình: Báo in, báo nói (báo phát thanh), báo hình (truyền hình), báo mạng điện tử (báo điện tử, báo trực tuyến).

Báo chí (Journalism) theo quan điểm truyền thông, là phương tiện truyền thông đại chúng truyền tải những thông tin thời sự có tính định kỳ đến với đông đảo công chúng. Theo Luật Báo chí số 103/2016/QH13 ngày 05/4/2016: *Báo chí là sản phẩm thông tin về các sự kiện, vấn đề trong đời sống xã hội thể hiện bằng chữ viết, hình*

ảnh, âm thanh, được sáng tạo, xuất bản định kỳ và phát hành, truyền dẫn tới đông đảo công chúng thông qua các loại hình báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử.

*** Truyền thông**

Truyền thông là hiện tượng xã hội phổ biến, ra đời, phát triển cùng sự phát triển của xã hội loài người, tác động, liên quan đến mọi cá nhân cũng như các nhóm, cộng đồng xã hội. Trước đây, những thành viên trong bộ lạc sử dụng truyền thông để thông báo cho nhau địa điểm, cách thức săn bắt. Trong quá trình lao động sản xuất, chinh phục thiên nhiên, làm ra của cải vật chất, con người đã tích lũy những kinh nghiệm quý báu, phát hiện thêm các hiện tượng của thiên nhiên. Trong xã hội cũng hình thành nhu cầu truyền thông, truyền bá kinh nghiệm, phương pháp lao động hiệu quả. Từ những hình thức truyền thông đơn giản, người ta đi đến những hình thức hiện đại như truyền hình, vệ tinh nhân tạo, Internet,...

Hiện có nhiều cách hiểu về truyền thông:

Theo tác giả Dương Xuân Sơn *“Truyền thông là một quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng nhằm tạo sự liên kết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi trong nhận thức và hành vi”* [16, tr.13].

Hoặc theo tác giả Nguyễn Văn Dũng: *“Truyền thông là quá trình liên tục trao đổi thông tin tư tưởng, tình cảm, ... chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của các cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và xã hội”* [4, tr.14].

Định nghĩa này có bước phát triển hơn so với các định nghĩa đã được dẫn khi nhấn mạnh truyền thông là *“quá trình liên tục”* và truyền thông nhằm mục đích *“thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi”*.

Theo tác giả Tạ Ngọc Tấn, *“Truyền thông là sự trao đổi thông điệp giữa các thành viên hay các nhóm người trong xã hội nhằm đạt được sự hiểu biết lẫn nhau”* [21, tr.8].

Ngoài ra, cũng còn nhiều quan niệm khác về truyền thông. Từ những định nghĩa trên, chúng ta có thể rút ra khái niệm: ***“Truyền thông là quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng nhằm tạo sự liên kết, hiểu biết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi”***.

Truyền thông không phải là việc làm tức thời hay xảy ra trong một khuôn khổ thời gian hẹp, mà diễn ra trong thời gian dài, liên tục, tiếp diễn sau khi chuyển tải nội dung thông điệp. Truyền thông phải dẫn đến sự hiểu biết lẫn nhau, phải đem lại sự thay đổi trong nhận thức, hành vi.

* **Truyền thông đại chúng (mass communication)** được hiểu chung là phương pháp truyền thông chuyển tải thông điệp đến những nhóm đông người. Nếu truyền thông là một hành vi xuất hiện trước khi hình thành xã hội loài người và có thể diễn ra không có chủ đích, thì truyền thông đại chúng là một quá trình xã hội có chủ đích – “là một dạng thức truyền thông đặc biệt trong lịch sử loài người – khi mà người truyền thông tin có thể truyền tải thông điệp cho đông đảo quần chúng về số lượng và rộng khắp về địa lý – điều mà các cách thức truyền thông trước đó không thể nào có được” [10, tr.41-42].

Thuật ngữ truyền thông đại chúng xuất hiện trên thế giới khoảng cuối thế kỷ XVI, trên cơ sở của nhiều loại tiến bộ kỹ thuật khác nhau, đặc biệt là kỹ thuật in ấn. Sang thế kỷ XX, với sự ra đời của phát thanh, truyền hình, điện thoại, máy tính điện tử, mạng internet, truyền thông đại chúng phát triển mạnh mẽ cả về quy mô lẫn mức độ ảnh hưởng tới từng cá nhân riêng cũng như toàn xã hội. Năm 1946, lần đầu tiên thuật ngữ này được sử dụng trong Hiến chương Liên hợp quốc về Văn hóa, Khoa học và Giáo dục. Hiệu ứng của truyền thông cuối những năm 30 và đầu 40 của thế kỷ XX được xem như “mũi kim tiêm” hoặc “viên đạn thần kỳ”, có sức mạnh vạn năng trong việc tác động đến nhận thức, hành vi của người tiếp nhận thông điệp.

Tác giả Đặng Thị Thu Hương cho rằng: Truyền thông đại chúng ra đời và phát triển gắn liền với sự phát triển của xã hội loài người, bị chi phối trực tiếp bởi hai yếu tố là nhu cầu thông tin giao tiếp và kỹ thuật, công nghệ thông tin. Để thực hiện được các hoạt động truyền thông trên phạm vi và quy mô rộng lớn cần có các phương tiện kỹ thuật tương ứng [10, tr.42].

Định nghĩa của Harold D. Laswell – nhà chính trị học nổi tiếng của Mỹ về truyền thông đại chúng đúc kết trong câu nói “*Ai nói cái gì, bằng kênh nào, với ai, với hiệu ứng thế nào*” (who says what in which channel to whom with what effect) đã được mọi người chấp nhận vì đơn giản, dễ hiểu và thông dụng.

Tác giả Tạ Ngọc Tấn quan niệm: “*Truyền thông đại chúng là hoạt động giao tiếp xã hội rộng rãi, thông qua các phương tiện thông tin đại chúng*” [21, tr.10]. Thực chất truyền thông đại chúng là phương thức biểu hiện mới của hoạt động truyền thông trong xã hội với đối tượng tham gia là các nhóm, cộng đồng xã hội, đáp ứng nhu cầu giao tiếp phổ biến, tạo ra hiệu quả ở quy mô, phạm vi xã hội rộng lớn.

Theo tác giả Nguyễn Văn Dũng “*Truyền thông đại chúng được hiểu là hệ thống các phương tiện truyền thông hướng tác động vào đông đảo công chúng xã hội nhằm thông tin, chia sẻ, lôi kéo, tập hợp, giáo dục, thuyết phục và tổ chức đông đảo nhân dân tham gia giải quyết các vấn đề kinh tế - văn hóa - xã hội đã và đang đặt ra*” [4, tr. 120 -130].

Như vậy, có thể hiểu: “*Truyền thông đại chúng là quá trình truyền đạt - thông tin một cách rộng rãi đến mọi người trong xã hội thông qua các phương tiện thông tin đại chúng*”. Trong cách hiểu này, truyền thông đại chúng là quá trình xã hội đặc thù, gồm ba thành tố: *Hoạt động truyền thông; các nhà truyền thông và công chúng, độc giả và khán, thính giả.*

1.1.3. Thông điệp

Có nhiều cách hiểu về khái niệm thông điệp. Theo Từ điển mở Wikionary, thông điệp có các nghĩa: công văn ngoại giao quan trọng do nước này gửi cho một hay nhiều nước khác; bức thư công khai gửi cho mọi người hoặc cho một nhóm người nhất định (thường dùng với nghĩa bóng). Thông điệp theo nhiều nguồn nghiên cứu khác lại có cách hiểu như sau: Thông điệp là nội dung được thể thức dưới dạng văn bản hoặc hành động của chủ thể, chứa đựng nội dung có ý nghĩa hướng vào đối tượng cụ thể với mong muốn đối tượng hiểu được điều đó. Hoặc: Thông điệp là điều quan trọng muốn gửi gắm thông qua một hình thức hoạt động, một việc làm mang tính biểu trưng nào đó, có thể là một báo cáo, một hình ảnh, cử chỉ, hành động,...

Theo giáo trình “*Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*” của Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hương, Trần Quang: “*Thông điệp là tin tức được thể hiện bằng tín hiệu, ký hiệu, mã số, bằng mực trên giấy, sóng trên không trung hoặc bằng bất cứ tín hiệu nào mà người ta có thể hiểu được và được trình bày một cách có ý nghĩa. Điều quan trọng là thông điệp phải được diễn tả bằng thứ ngôn ngữ mà người cung cấp*

và người tiếp nhận hiểu được. Có thể là ngôn ngữ giao tiếp trong cuộc sống hàng ngày, ngôn ngữ kỹ thuật trong khoa học, hay ngôn ngữ văn học trong nghệ thuật” [16, tr.14].

Trong cuốn sách “News Reporting and Writing” (Nhà báo hiện đại) của Ban biên soạn The Missouri Group, Khoa báo chí Trường đại học Missouri, các tác giả khẳng định: “Với mỗi thông điệp bạn viết, trước hết bạn phải hy vọng sẽ đạt được điều gì, ngay cả khi mục đích của bạn chỉ là thông tin” [34, tr.440 – 441].

Trong cuốn “*Giáo trình cơ sở lý luận báo chí*”, tác giả Nguyễn Văn Hà đề cập đến mô hình truyền thông của Wilbur Schramm đưa ra năm 1982. Theo mô hình này, thông điệp là nội dung thông tin, tin tức được đưa ra trao đổi. Đó là những tín hiệu, mã số, ký hiệu được thể hiện bằng mực trên giấy, sóng trên không trung. Thông điệp phải được diễn đạt bằng thứ ngôn ngữ quy ước, mang tính cộng đồng, khiến người gửi và người nhận có thể hiểu nhau [6].

Trong cuốn “*Tạo ra thông điệp kết dính*” của hai tác giả người Mỹ là Chip Heath và Dan Heath, do Vũ Công Hùng dịch, các tác giả cho rằng để tạo ra thông điệp kết dính thì cần các yếu tố đơn giản, bất ngờ, cụ thể, đáng tin cậy, gợi cảm xúc và những câu chuyện [30].

Còn trong cuốn “*Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*” của tác giả Nguyễn Văn Dũng (chủ biên), Đỗ Thị Thu Hằng thì: “*Thông điệp là nội dung thông tin được trao đổi từ nguồn phát đến đối tượng tiếp nhận. Thông điệp chính là những tâm tư, tình cảm, mong muốn, đòi hỏi, ý kiến, hiểu biết, kinh nghiệm sống, tri thức khoa học - kỹ thuật... được mã hoá theo một hệ thống ký hiệu nào đó. Hệ thống này phải được cả bên phát và bên nhận cùng chấp nhận và có chung cách viết - tức là có khả năng giải mã. Tiếng nói, chữ viết, hệ thống biển báo, hình ảnh, cử chỉ biểu đạt của con người được sử dụng để chuyển tải thông điệp*” [4, tr.13].

Có thể tóm lại như sau: *Thông điệp là một hệ thống ký hiệu hàm chứa nội dung, ý nghĩa của thông tin mà chủ thể truyền thông truyền tới người nhận.*

Theo quan điểm của tác giả Nguyễn Văn Dũng và Đỗ Thị Thu Hằng có thể chia thông điệp thành 4 loại như sau [4]: Thông điệp đích là thông điệp của cả chiến dịch truyền thông hướng tới; thông điệp cụ thể (thông điệp bộ phận) là loại thông

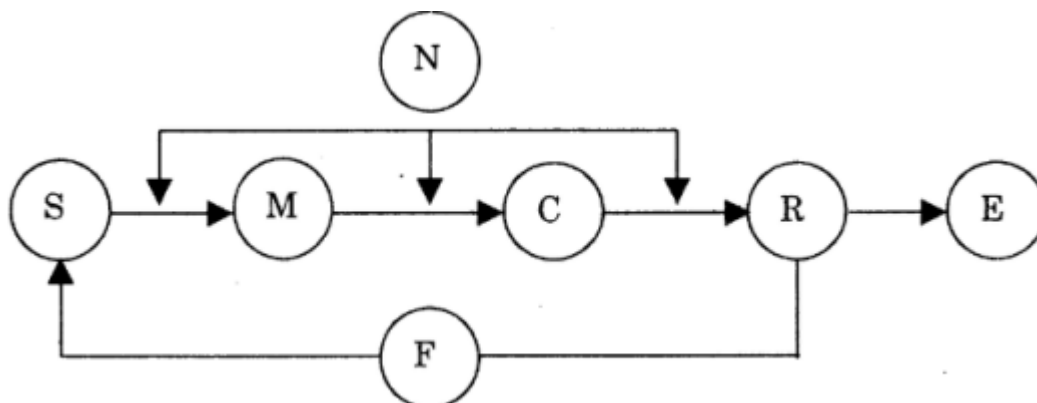
điệp cấu thành thông điệp đích của chiến dịch truyền thông; thông điệp tài liệu là loại thông điệp ẩn chứa trong các tài liệu, dữ liệu... Loại thông điệp này dễ nhận biết vì nó biểu hiện cụ thể, có thể nhìn thấy bằng trực quan; thông điệp ẩn là loại thông điệp mà nhận biết nó cần phải tư duy tích cực, năng lực trừu tượng hoá, cảm nhận tinh tế, liên tưởng với những vấn đề kinh tế - văn hoá - xã hội đã và đang đặt ra.

Hiệu quả tác động của thông điệp không phải lúc nào cũng như nhau, bởi còn phụ thuộc vào đối tượng, phương pháp, phương tiện và bối cảnh của truyền thông. Vì vậy, trong quá trình truyền thông cần thường xuyên kiểm tra, theo dõi tác động của thông điệp, nhận thông tin phản hồi từ đối tượng, kịp thời điều chỉnh thông điệp hoặc về nội dung hoặc về hình thức cho phù hợp với đối tượng, bối cảnh.

Trong quá trình truyền thông, vai trò của thông điệp đặc biệt quan trọng. Bởi quá trình truyền thông là sự truyền đi của các thông điệp (ý nghĩa, thông tin, tư tưởng, ý tưởng, kiến thức,...) từ một người hay nhóm người đến người khác hoặc nhóm người khác bằng lời nói, hình ảnh, văn bản,... Trong quá trình này, cần lưu ý đến các công việc của người cung cấp, khởi xướng là mã hóa thông điệp bằng tín hiệu của mình và người tiếp nhận muốn nhận được thông điệp phải có quá trình giải mã. Thông điệp trong truyền thông phải qua các bước mã hóa, truyền đi, tiếp nhận, giải mã. Mỗi thông điệp chuyển từ người khởi xướng đến người tiếp nhận thường giảm độ chính xác và cường độ, nên phải tìm cách tăng thêm sức mạnh cho thông điệp. Thông điệp được người tiếp nhận nghiên cứu và chỉ biết được sức mạnh, hiệu quả của nó khi người tiếp nhận có thông tin phản hồi.

Để thực hiện quá trình truyền thông hiệu quả, nhà truyền thông phải trải qua một quy trình truyền thông trọn vẹn gồm 5 bước: 1) Nghiên cứu ban đầu về công chúng – nhóm đối tượng; 2) Thiết kế thông điệp; 3) Lựa chọn kênh truyền thông và chuẩn bị tài liệu; 4) Thực hiện chiến dịch truyền thông; 5) Nghiên cứu phần đánh giá phản hồi. Chu trình truyền thông hiệu quả diễn ra trong một vòng tròn khép kín, trong đó một thông tin phát ra luôn có một phản ứng nào đó từ phía người nhận. Có thể hiểu rõ hơn về chu trình này qua mô hình truyền thông hai chiều của Claude Shannon – mô hình phổ biến hiện nay.

Hình 1.1 – Mô hình truyền thông của Claude Shannon.



Trong đó:

S (Source): Nguồn phát, chủ thể truyền thông.

M (Message): Thông điệp, nội dung truyền thông, có thể bằng tín hiệu, kí hiệu, mã số, sóng trên không trung, tiếng nói, chữ viết, hệ thống biển báo, hình ảnh, cử chỉ biểu đạt của con người,... được mã hóa theo hệ thống ký hiệu, dễ hiểu.

C (Channel): Kênh truyền thông.

R (Receiver): Người/nhóm người/tổ chức tiếp nhận thông điệp (đối tượng).

F (Feedback): Phản hồi (yếu tố tác động trở lại giúp truyền thông đạt hiệu quả cao).

N (Noise): Nhiễu (yếu tố tạo sai số trong thông tin).

E (Effect): Hiệu quả truyền thông, sự thay đổi nhận thức, hành vi, hành động của đối tượng truyền thông trước một tình huống của cuộc sống sau khi có thông điệp.

Theo tác giả Mai Quỳnh Nam, trong một chu trình truyền thông, phản hồi (Feedback) là yếu tố quan trọng nhất của quá trình truyền thông [13, tr.19-26]. Vì vậy, thang đo phản hồi là một chỉ báo căn bản cho thấy hiệu quả hoạt động của các phương tiện truyền thông đại chúng đối với công chúng báo chí.

Trong bối cảnh hiện nay, có nhiều mô hình truyền thông được áp dụng như mô hình truyền thông tuyến tính (Linear model), mô hình thâm hụt (Deficit model), mô hình khuếch tán (Diffusion model), mô hình tương tác (Interactive model), mô hình tham gia (Engagement model). Các mô hình này được sử dụng linh hoạt và có sự giao thoa lẫn nhau.

1.1.4. Truyền thông khoa học và công nghệ

1.1.4.1. Khái niệm

Theo Báo cáo tổng hợp kết quả thực hiện nhiệm vụ hợp tác quốc tế về khoa học và công nghệ theo Nghị định thư của Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN, Bộ Khoa học và Công nghệ năm 2016, *truyền thông KH&CN là một quá trình truyền thông giúp trao đổi, chia sẻ thông tin, kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, ... về lĩnh vực KH&CN nhằm tạo ra sự thay đổi về nhận thức và hành vi đối với KH&CN của đối tượng được tác động.*

Từ định nghĩa của các chuyên gia, nhà khoa học cũng như hoạt động thực tiễn, có thể đưa ra khái niệm về truyền thông KH&CN như sau:

Truyền thông khoa học và công nghệ là quá trình trao đổi, chia sẻ liên tục những thông tin khoa học và công nghệ giữa chủ thể truyền thông với công chúng nhằm làm thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi và tạo ra sự đồng thuận trong xã hội về hoạt động khoa học và công nghệ.

Như vậy, truyền thông về KH&CN gồm các yếu tố: Chủ thể truyền thông (ai truyền thông về KH&CN), khách thể truyền thông (truyền thông KH&CN đến/với ai), nội dung thông điệp truyền thông và phương pháp truyền thông.

Chủ thể truyền thông: Nơi phát ra nguồn thông tin về KH&CN, có thể là cá nhân, tổ chức quản lý, nghiên cứu và thực hiện các hoạt động về KH&CN. Ngoài các cơ quan truyền thông đại chúng, hội nhà báo các cấp, chủ thể truyền thông KH&CN còn là các cơ quan quản lý KH&CN như Bộ KH&CN, tổ chức KH&CN,...

Khách thể truyền thông: Công chúng tiếp nhận thông tin KH&CN ở mọi tầng lớp nhân dân như nông dân, học sinh, doanh nghiệp,.... Mỗi đối tượng khác nhau có thông điệp truyền thông KH&CN riêng.

Nội dung thông điệp truyền thông: Nội dung thông điệp truyền thông KH&CN phải bao phủ được mọi hoạt động của KH&CN.

Phương pháp truyền thông: Thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng và qua các hình thức khác như sự kiện, hội nghị, hội thảo, tập huấn,... về KH&CN.

Do đối tượng là nông dân, đồng bào dân tộc miền núi nên hoạt động truyền thông KH&CN cần phải dựa trên những đặc điểm cũng như nội hàm của các loại hình truyền thông như: truyền thông chuyên biệt và truyền thông cộng đồng. Cụ thể, truyền thông phải hướng đến cộng đồng chứ không chỉ kêu gọi, truyền thông điệp và cần coi ngôn ngữ là một kỹ năng của truyền thông cộng đồng. Một số đặc điểm, yêu cầu của hai loại hình truyền thông này như: Phù hợp với đối tượng; Kỹ năng phải phục vụ được mục tiêu của truyền thông; Phải lên được kế hoạch theo từng bước, có thể làm tắt các bước; Tạo ra được sự ảnh hưởng, mức lan tỏa (từ người này sang người khác); Đưa ra được những thao tác để các đối tượng truyền thông học hỏi, dễ làm theo; Cho đối tượng một bối cảnh, môi trường để thực thi những kỹ năng đó. Truyền thông cộng đồng là truyền thông về kỹ năng nên việc chỉ dẫn, chỉ báo rất quan trọng.

1.1.4.2. Vai trò của truyền thông khoa học và công nghệ

Truyền thông KH&CN là hoạt động tương tác xã hội nhằm chia sẻ thông tin liên quan đến chủ trương đường lối của Đảng, cơ chế, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển KH&CN; về thực tiễn triển khai hoạt động KH&CN: từ nghiên cứu cơ bản, nghiên cứu ứng dụng, triển khai, đổi mới và phát triển công nghệ, dây chuyền sản xuất, kinh doanh, đến các hoạt động dịch vụ KH&CN như thông tin, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, sở hữu công nghiệp,...; về thành tựu, kết quả của hoạt động KH&CN: từ nhận thức của xã hội về KH&CN, vai trò của KH&CN đối với phát triển kinh tế - xã hội, những tiến bộ, giải pháp KH&CN, khả năng thương mại hóa, áp dụng những kết quả nghiên cứu, chuyên giao công nghệ vào sản xuất, đời sống đến những mô hình hoạt động tiên tiến, hiệu quả, những tổ chức, cá nhân điển hình...

Theo Bộ trưởng Bộ KH&CN Chu Ngọc Anh: *“Báo chí, truyền thông có sức mạnh đặc biệt trong tất cả các lĩnh vực trong đó có KH&CN. Không chỉ là kênh cung cấp thông tin nhanh nhất, hiệu quả nhất về các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến với người dân, về những thành tựu KH&CN, phát hiện những nhân tố điển hình mới mà còn có vai trò định hướng dư luận và là kênh tập hợp ý kiến, đề xuất, nguyện vọng của nhà quản lý, nhà khoa học, doanh nghiệp, người dân, ... phục vụ việc*

xây dựng các cơ chế, chính sách phát triển KH&CN. Đây cũng là công cụ hữu hiệu, là cầu nối kết nối giữa nhà quản lý, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và người dân”¹.

Trên thế giới, truyền thông khoa học và công nghệ xuất phát từ những nghiên cứu về phong trào vì sự hiểu biết của cộng đồng về khoa học (the public understanding of science – PUS) của GS.TS. Walter Fred Bodmer, là một nhà di truyền học người Anh gốc Đức. Năm 1979, Đại học Michigan tiến hành điều tra xã hội học về PUS. Năm 1985, ông chủ trì một ủy ban của Hội Hoàng gia và đã viết Báo cáo Bodmer, điều này đã được ghi nhận khi bắt đầu phong trào PUS. Ông đã giành được Huy chương Hoàng gia năm 2013. Sau đó không lâu, năm 1988 tại Vương quốc Anh, các tác giả Durant, Evans và Thomas cũng có khảo sát về PUS. Sau này các tác giả như Burns, Borchelt, Bultitude,... đã có những nghiên cứu sâu hơn.

Đề cập đến vai trò của truyền thông KH&CN, Burns và cộng sự [25], cho rằng, truyền thông KH&CN có một phần quan trọng trong xã hội hiện đại. Hoạt động truyền thông KH&CN không chỉ làm cho các nhà khoa học nói nhiều hơn về công việc của họ hoặc tạo ra các sự kiện khoa học hấp dẫn, truyền thông KH&CN còn mang đến sự ủng hộ của công chúng trong hoạt động KH&CN. Theo Borchelt [26] cho rằng có ba mục đích chính để thực hiện truyền thông KH&CN của các tổ chức nghiên cứu, cụ thể: Thông báo cho công chúng về các hoạt động khoa học, sản phẩm hoặc kết luận có thể hữu ích trong việc cải thiện chất lượng cuộc sống nói chung hoặc liên quan đến các vấn đề công chúng quan tâm; cung cấp cho công chúng thông tin để họ hiểu, suy nghĩ, có thể tham gia vào việc xây dựng chính sách công về các vấn đề cụ thể; mô tả, giải thích công việc khoa học để nâng cao trình độ hiểu biết về khoa học của người dân.

Bultitude [27] lưu ý, nhiều nhà khoa học tham gia hoạt động truyền thông KH&CN là do yêu cầu xã hội, chứ không phải do thể chế, và lý do phổ biến nhất khi thông tin KH&CN được cung cấp bởi chính các nhà khoa học là đảm bảo công chúng có được thông tin tốt hơn về KH&CN. Dickson [28] cho rằng truyền thông

¹ Phát biểu của đồng chí Chu Ngọc Anh, Ủy viên BCH Trung ương Đảng, Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ tại Lễ trao Giải thưởng Báo chí về KH&CN năm 2017.

KH&CN là một thành phần thiết yếu trong chiến lược phát triển và tất cả các bên liên quan phải có quyền biết thông tin KH&CN.

Truyền thông KH&CN có những nhiệm vụ chủ yếu: Phục vụ công tác quản lý lãnh đạo, phục vụ nghiên cứu triển khai, phục vụ nhu cầu thông tin công nghệ thiết bị của các doanh nghiệp. Hoạt động này đã được khẳng định rõ trong các văn kiện quan trọng của Đảng và Nhà nước như Chiến lược phát triển KH&CN giai đoạn 2011 - 2020; Nghị quyết số 20-NQ/TW về phát triển KH&CN phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế (Nghị quyết 20-NQ/TW); Luật KH&CN sửa đổi;... Chiến lược phát triển KH&CN giai đoạn 2011 – 2020 đã xác định truyền thông KH&CN là một trong sáu giải pháp chủ yếu để thực hiện Chiến lược:

“6. Đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức xã hội về vai trò của khoa học và công nghệ: Đẩy mạnh hoạt động truyền thông và tuyên truyền sâu rộng trong xã hội, đặc biệt là trong các doanh nghiệp về chủ trương, chính sách, pháp luật về khoa học và công nghệ, về vai trò động lực then chốt của khoa học và công nghệ đối với sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước nhằm nâng cao tinh thần tự lực, tự cường, sự đồng thuận và ủng hộ mạnh mẽ của cả hệ thống chính trị đối với hoạt động khoa học và công nghệ” [49].

Ngày 18/6/2013, tại Kỳ họp thứ Năm, Quốc hội Khóa XIII, Quốc hội đã thông qua Luật Khoa học và Công nghệ (sửa đổi). Bên cạnh việc quy định ngày 18/5 hàng năm là “Ngày KH&CN Việt Nam” nhằm tôn vinh các giá trị, vai trò đặc biệt quan trọng của ngành KH&CN, Luật cũng dành riêng một điều (Điều 48) về công tác truyền thông, phổ biến kiến thức KH&CN:

“Điều 48. Truyền thông, phổ biến kiến thức khoa học và công nghệ [44].

1. Nhà nước đầu tư, khuyến khích tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân đầu tư phát triển công tác truyền thông, phổ biến kiến thức khoa học và công nghệ.

2. Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì, phối hợp với Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam, cơ quan, tổ chức có liên quan xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hằng năm, 05 năm về công tác truyền thông, phổ biến kiến thức khoa học và công nghệ.

3. Kinh phí của tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân đầu tư, tài trợ cho hoạt động truyền thông, phổ biến kiến thức khoa học và công nghệ được tính vào chi phí hợp lý”.

Nhằm cụ thể hóa các chủ trương, chính sách nói trên, Bộ KH&CN ban hành nhiều chương trình, kế hoạch thực hiện, trong đó, có việc xây dựng, triển khai *Đề án Hệ tri thức Việt số hóa* (Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam làm Trưởng Ban chỉ đạo Đề án). Mục tiêu nhằm xây dựng hệ tri thức tổng hợp trong các lĩnh vực, tạo điều kiện để mọi người dân học tập, làm chủ tri thức, tăng cường nghiên cứu sáng tạo, ứng dụng tiến bộ KH&CN, tuyên truyền, phổ biến kiến thức về KH&CN đến với mọi tầng lớp nhân dân (<https://itrithuc.vn/>). Luật Phổ biến kiến thức KH&CN cũng đang được Liên hiệp các Hội Khoa học kỹ thuật Việt Nam, Bộ KH&CN đề xuất xây dựng.

Để đảm bảo hoạt động truyền thông KH&CN hiệu quả, theo các nhà nghiên cứu truyền thông KH&CN trên thế giới, cần có 6 nguyên tắc thiết yếu: (1) Xác định phương hướng, mục tiêu chiến lược rõ ràng, cụ thể; (2) Duy trì, liên hệ chặt chẽ tới các nhóm đối tượng cần truyền thông; (3) Khẳng định độ tin cậy của các thông tin, thông điệp KH&CN; (4) Thiết kế chiến lược với các đối tượng mục tiêu; (5) Đánh giá kết quả triển khai; (6) Thiết kế chương trình cho phép truyền tải hiệu quả.

1.2. Chủ trương, chính sách của Đảng và nhà nước về truyền thông khoa học và công nghệ cho nông dân.

1.2.1. Chính sách về KH&CN hỗ trợ phát triển nông nghiệp

Nông nghiệp, nông thôn luôn là sự quan tâm hàng đầu của Đảng và Nhà nước trong suốt các thời kỳ đấu tranh giành độc lập dân tộc, thống nhất đất nước, xây dựng chủ nghĩa xã hội và nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Điều đó được thể hiện rõ nét trong nhiều văn kiện, văn bản quy phạm pháp luật. Rõ nét nhất là Nghị quyết số 26/2008/NQ-TW ngày 05/8/2008 về nông nghiệp, nông dân và nông thôn (Nghị quyết 26) của Hội nghị VII, BCH Trung ương Đảng Khóa X. Nghị quyết chỉ rõ: *“Phát triển nhanh nghiên cứu, chuyển giao và ứng dụng khoa học, công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực, tạo đột phá để hiện đại hoá nông nghiệp, công nghiệp hoá nông thôn; tăng đầu tư ngân sách cho nghiên cứu, chuyển giao khoa học - công nghệ để nông nghiệp sớm đạt trình độ tương đương với các nước tiên tiến trong khu vực”.* Nghị

quyết số 20-NQ/TW ngày 01/11/2012 về phát triển KH&CN đã chỉ rõ “*Tiếp tục phát triển KH&CN nông nghiệp, góp phần đưa Việt Nam trở thành nước sản xuất nông nghiệp tiên tiến, sản xuất và xuất khẩu hàng đầu về lúa gạo, thủy sản và sản phẩm nông nghiệp nhiệt đới*”. Trong Quyết định số 124/2012/QĐ-TTg ngày 02/02/2012 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển sản xuất nông nghiệp đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, Chính phủ đặt mục tiêu “*Áp dụng khoa học và công nghệ để tăng năng suất, chất lượng, hiệu quả và khả năng cạnh tranh để bảo đảm an ninh lương thực quốc gia trong cả ngắn hạn và dài hạn để đáp ứng nhu cầu đa dạng trong nước và xuất khẩu*”. Cùng với đó, Nghị quyết số 05-NQ/TW ngày 01/11/2016 của BCH Trung ương Đảng khoá XII về chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế; Luật KH&CN năm 2013, Nghị định số 08/2014/NĐ-CP ngày 27/01/2014 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật KH&CN;... cũng đã nhấn mạnh các nội dung nói trên.

Thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, Bộ KH&CN đã triển khai nhiều chương trình KH&CN hướng tới các hoạt động nông nghiệp trong đó nổi bật nhất là 03 chương trình: Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ KH&CN phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi; Phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao thuộc Chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020; Hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ.

1.2.1.1. Chương trình “Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ KH&CN phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi”

Thực hiện chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế xã hội nông thôn và miền núi, từ năm 1998 đến nay, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ KH&CN phối hợp với các Bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức triển khai Chương trình “*Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ KH&CN phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi*” (Chương trình). Chương trình nhằm hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao các tiến bộ KH&CN phù hợp với năng lực tiếp thu của người dân, phát huy được lợi thế từng vùng, miền, huy động các nguồn lực xã hội tham gia, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nông thôn, miền

núi, vùng dân tộc thiểu số; doanh nghiệp tham gia với vai trò là hạt nhân trong chuỗi giá trị sản xuất hàng hóa, tạo sinh kế, nâng cao năng lực ứng dụng KH&CN của người dân.

Qua 15 năm (tính đến tháng 6/2015), Chương trình đã triển khai thực hiện 845 dự án, chuyển giao 4.761 lượt công nghệ vào sản xuất, đào tạo 11.063 kỹ thuật viên cơ sở, đào tạo ngắn hạn trên 1.725 cán bộ quản lý KH&CN, tập huấn 236.264 lượt nông dân, sử dụng trên 128.645 lao động tại chỗ. Đặc biệt xây dựng 2.501 mô hình sản xuất [58, tr.3]. Có thể kể đến Dự án “*Ứng dụng tiến bộ KH&CN cao sản xuất rau trái vụ đạt tiêu chuẩn VietGap và hoa chất lượng cao tại Sơn La*” đã hình thành nghề trồng hoa, rau chất lượng cao, doanh thu từ 88 tỷ đồng/năm (năm 2011 khi chưa có dự án) tăng lên 131 tỷ đồng (năm 2012, 2013), 219 tỷ đồng (2014); Dự án “*Xây dựng mô hình ứng dụng công nghệ sản xuất giống nhân tạo và nuôi thương phẩm tu hài*” đã hình thành nghề nuôi tu hài chất lượng cao tại Vân Đồn, Quảng Ninh, tăng doanh thu từ 2 tỷ lên 10 tỷ đồng/năm.

1.2.1.2. Chương trình phát triển nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp thông minh 4.0, sản xuất theo chuỗi giá trị

Nông nghiệp công nghệ cao

Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao (CNC) là nền sản xuất nông nghiệp theo hướng hiện đại, làm ra sản phẩm nông nghiệp chất lượng, hiệu quả cao. Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã nhấn mạnh, mô hình sản xuất nông nghiệp CNC, nông sản an toàn là hướng đi quan trọng của ngành nông nghiệp Việt Nam, mang lại giá trị cao, nâng cao thu nhập cho người nông dân [61].

Đảng, Nhà nước luôn quan tâm chỉ đạo và đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách đặc thù, thu hút đầu tư vào sản xuất nông nghiệp ứng dụng CNC. Ngày 12/12/2012, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1895/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chương trình phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao thuộc Chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020. Đặc biệt, tháng 3/2017, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo huy động gói tín dụng thương mại 100 nghìn tỷ đồng, khuyến khích phát triển nông nghiệp ứng dụng CNC, nông nghiệp sạch [48, mục 9].

Tính đến hết tháng 6/2018, cả nước có 35 khu nông nghiệp ứng dụng CNC do Thủ tướng Chính phủ và UBND các tỉnh thành lập, 40 doanh nghiệp nông nghiệp ứng dụng CNC được cấp giấy chứng nhận còn hiệu lực [55]. Tính đến tháng 6/2018, cả nước có khoảng 49.600 doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, chiếm 8% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động trên nước. Các doanh nghiệp này đã tạo ra hơn 4,5 triệu việc làm cho người lao động trong lĩnh vực nông nghiệp [63, tr.2].

Đặc biệt, những năm gần đây đã hình thành nhiều mô hình sản xuất nông nghiệp theo chuỗi giá trị, liên kết từ khâu giống, chăm sóc, thu hoạch đến tiêu thụ sản phẩm. Nhiều tập đoàn kinh tế lớn đầu tư vào các chuỗi sản xuất nông sản như TH True milk, Việt Úc, Lộc Trời... Cả nước đã hình thành 818 chuỗi nông sản an toàn thực phẩm phân phối 1.380 sản phẩm tại 3.080 địa điểm.

Cùng với việc ứng dụng CNC, xu hướng nông nghiệp thông minh 4.0 cũng đang được quan tâm, đầu tư. Đây là nền nông nghiệp ứng dụng các công nghệ tiên tiến, hiện đại, sử dụng các thiết bị thông minh kết nối mạng internet, dựa trên nền tảng công nghệ thông tin để quản lý nông nghiệp. Những thành tựu công nghệ số như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT),... sẽ hỗ trợ lập kế hoạch, tính toán chi phí, doanh thu; hệ thống cảnh báo tự động, phân tích, đánh giá chất lượng, năng suất, đề xuất giải pháp tối ưu cho nhà nông;...

1.2.1.3. Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ

Từ năm 2005, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ KH&CN chủ trì tổ chức triển khai Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ (Chương trình 68). Thông qua Chương trình 68 ở các giai đoạn, 63/63 địa phương đều có dự án được hỗ trợ từ Chương trình, góp phần đưa các kết quả nghiên cứu, sáng chế vào đời sống, phục vụ lợi ích dân sinh, nâng cao chất lượng, giá trị, khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Ví dụ, chè Mộc Châu được chỉ dẫn địa lý có giá cao hơn từ 1,7 - 2 lần; giá bán cam Cao Phong tăng gần 50% sau khi được chỉ dẫn địa lý;...

Trong Chương trình 68 còn có nhiều nội dung hỗ trợ các nông dân, nhà sáng chế không chuyên như hỗ trợ tư vấn tiếp cận, khai thác nguồn thông tin sáng chế; đăng ký xác lập quyền bảo hộ thành quả sáng tạo; hoàn thiện, khai thác, áp dụng, thương mại hóa những sáng chế đã được bảo hộ;... Hiện Cục Sở hữu trí tuệ, Tổ

chức Sở hữu trí tuệ thế giới đang thiết lập mạng lưới hỗ trợ tài sản trí tuệ tại các viện, trường (Mạng lưới IP Hub).

Khoa học gắn với sản xuất, sản xuất gắn với khoa học. Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh rất quan tâm đến sự phát triển của KH&CN cũng như việc phổ biến các kiến thức KH&CN. Ngày 18/5/1963, đến dự Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ I của Hội Phổ biến khoa học kỹ thuật Việt Nam, trong bài phát biểu, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhấn mạnh việc phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân: “*Khoa học phải từ sản xuất mà ra và phải trở lại phục vụ sản xuất, phục vụ quần chúng, nhằm nâng cao năng suất lao động, không ngừng cải thiện đời sống nhân dân*”. “*...Các hội viên là công nhân, nông dân phải nêu cao vai trò xung phong gương mẫu trong việc học tập, áp dụng khoa học, kỹ thuật. Những kinh nghiệm, sáng kiến của mình có thì phải phổ biến cho người khác cùng áp dụng*” [56].

Trong luận văn này, học viên sẽ khảo sát nội dung thông điệp truyền thông về các chính sách KH&CN cho nông dân nói trên đã được thể hiện như thế nào trên sóng phát thanh và truyền hình trong thời gian qua.

1.2.2. Vai trò của truyền thông KH&CN cho nông dân

1.2.2.1. Khái niệm nông dân, nông nghiệp

Nông dân: Là người lao động trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp.

Nông nghiệp: Là ngành sản xuất vật chất cơ bản của xã hội, gồm trồng trọt, chăn nuôi và thủy sản. Công việc nhà nông bao hàm tất cả các lĩnh vực về sản xuất nông nghiệp như giống cây trồng, vật nuôi, kỹ thuật nuôi trồng, chăm sóc, phòng trừ dịch bệnh, chuyển giao công nghệ, bảo quản nông sản sau thu hoạch,...

KH&CN là ngành có mối quan hệ trực tiếp đến sản xuất nông nghiệp và đời sống của người dân. Thông điệp truyền thông về KH&CN giúp nông dân có thêm phương thức triển khai công việc nhà nông một cách đơn giản, tốn ít chi phí, sức lao động, mang lại hiệu quả kinh tế cao gấp nhiều lần. Thông điệp được chuyển tải qua hình thức tin, bài, phóng sự, tọa đàm, tư vấn, chỉ dẫn,...

1.2.2.2. Đặc điểm và thực trạng nông nghiệp, nông thôn, nông dân Việt Nam

Việt Nam thuộc loại hình văn hóa gốc nông nghiệp điển hình [23, tr.32] và từ xa xưa đã tồn tại ba loại hình kinh tế - văn hóa: săn bắt – hái lượm – đánh cá; nông

nghiệp dùng cuốc và chăn nuôi; nông nghiệp dùng cày với sức kéo động vật. Vì nghề nông, nhất là nghề nông nghiệp lúa nước, cùng một lúc phụ thuộc vào tất cả mọi hiện tượng thiên nhiên nên về mặt nhận thức, hình thành lối tư duy tổng hợp và văn hóa tổ chức cộng đồng (tổ chức nông thôn, quốc gia, đô thị).

Theo tác giả Đặng Kim Sơn (Bộ NN&PTNN): ở nước ta, nông nghiệp hiện chỉ chiếm khoảng 20,25% GDP nhưng là nguồn thu nhập chủ yếu của gần 68% cư dân nông thôn. Đã hình thành một số vùng tập trung sản xuất lúa gạo, trái cây, thủy sản,... ở ĐBSCL; cà phê, cây công nghiệp dài ngày ở Tây Nguyên; lúa, rau ở Đồng bằng sông Hồng; chăn nuôi gia súc và nuôi trồng thủy sản ở duyên hải miền Trung;... Các vùng sản xuất tập trung này đang tạo ra lượng nông sản hàng hóa lớn cho đất nước. Khoảng 90% lượng lúa gạo xuất khẩu được sản xuất tại ĐBSCL, 85% lượng cao su được sản xuất và xuất khẩu là của vùng Đông Nam Bộ [19, trg 330-331].

Tuy vậy, sản xuất nông nghiệp Việt Nam vẫn còn mang tính chất tiểu nông, manh mún, lấy sức lao động làm chính. Theo thông tin tại Hội thảo về đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực cho phát triển nông thôn (Bộ Giáo dục và Đào tạo tổ chức ngày 10/04/2010), trong 21.200.000 lao động nông nghiệp ở độ tuổi lao động toàn quốc, có tới 20.700.000 người (98%) chưa qua đào tạo, không có chứng chỉ chuyên môn. Cả nước chỉ có 4.800 cán bộ khuyến nông trên 60.000.000 nông dân.

Trước Cách mạng tháng 8/1945, nông dân chiếm hơn 90% dân số, đến nay, nông dân vẫn chiếm khoảng 70% dân số cả nước. Vì vậy, phát triển nông nghiệp, xây dựng nông thôn hiện đại có vị trí chiến lược quan trọng trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Suốt chặng đường đổi mới, nông dân là lực lượng nòng cốt tạo nên bước đột phá phát triển kinh tế, phát triển nông thôn mới. Đồng hành cùng nông dân nông nghiệp nông thôn, đội ngũ phóng viên, biên tập viên thông tấn báo chí không ngại khó, thâm nhập thực tế để phản ánh những vấn đề trần trụi của quá trình phát triển.

1.2.2.3. Kênh truyền thông KH&CN cho nông dân

Về tiếp cận thông tin KH&CN, trong khi người dân đô thị sử dụng phổ biến điện thoại di động, điện thoại thông minh, tiếp cận thông tin thông qua truyền hình, báo in, điện tử, internet, paner, áp phích,... người nông dân chủ yếu dựa vào nguồn

thông tin qua kênh quan hệ cộng đồng, đài truyền thanh, tivi. Do đó, có nhiều thông tin về các tiến bộ KHKT chưa đến được với người dân. Theo khảo sát của Bộ NN&NT (năm 2007), mức độ tiếp cận thông tin qua báo chí của người dân nông thôn còn rất hạn chế. Người dân cũng mua báo để đọc nhưng số lượng không nhiều, có tới 67,1% hộ nông dân được hỏi, chưa từng đọc báo trực tiếp. Ở các địa phương thường chỉ có hai nơi được cung cấp báo chí: (i) cơ quan ở các xã, được cung cấp định kỳ 5 – 10 loại báo, chủ yếu cung cấp cho các lãnh đạo của ủy ban nhân dân xã và các trưởng thôn, (ii) điểm bưu điện văn hóa xã là nơi người dân có thể đến để xem báo.

Đối với đa số nông dân, báo chí chưa là công cụ thông tin phổ biến cho nông dân. Các hộ không nghèo, cán bộ xã chỉ có khoảng 6,8% số hộ đọc báo hàng ngày, 8,6% đọc báo 1 - 2 lần/tuần, 67,1% chưa bao giờ đọc báo. Tỷ lệ dân không đọc báo rất cao ở các tỉnh miền núi như Lào Cai (87,8%), Điện Biên (91,1%) [20, tr.66].

Trong quá trình phát triển của nông nghiệp, nông thôn, truyền thông KH&CN giúp nông dân có thông tin về KH&CN phục vụ sản xuất nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới. Từ đó, lựa chọn, học hỏi các mô hình phát triển kinh tế hiệu quả, tìm thấy cách làm hay, thị trường tiêu thụ, kết nối doanh nghiệp,... nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm nông sản, tiết kiệm sức lao động. Việc chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân qua các phương tiện truyền thông đại chúng đã phần nào gián tiếp giúp mùa màng bội thu và tác động, thay đổi tư duy, nhận thức cư dân nông thôn, khiến họ từ bỏ nếp sản xuất nông nghiệp lạc hậu, chủ động lựa chọn các công nghệ, giải pháp kỹ thuật phù hợp, xóa đói, giảm nghèo và làm giàu. Nhiều người đã tìm hiểu và tiếp cận các cơ quan liên quan như Sở KH&CN, Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ KH&CN,... để được tư vấn, giải quyết các vấn đề thực tế (bảo tồn nguồn gen, chỉ dẫn địa lý,...), phát triển sản phẩm chủ lực của địa phương.

Nhằm cụ thể hóa các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, Bộ KH&CN và nhiều đơn vị liên quan đã triển khai các hoạt động đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân, tôn vinh các gương điển hình nông dân tiêu biểu mạnh dạn áp dụng KH&CN vào sản xuất. Bộ KH&CN cũng như ngành KH&CN đã và đang rất nỗ lực trong việc chuyển tải thông điệp về KH&CN, phổ

biến kiến thức KH&CN đến với nông dân, triển khai các dự án nâng cao năng lực của cộng đồng, cải thiện sinh kế cho người dân vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; tổ chức các cuộc thi sáng tạo KH&CN từ cấp tỉnh đến cấp quốc gia nhằm phát hiện, khuyến khích, tôn vinh, tuyên truyền, phổ biến các giải pháp sáng tạo KH&CN, các gương điển hình hoạt động KH&CN; phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí triển khai nhiều chương trình truyền thông có nội dung dành cho nông dân như Sáng kiến – Giải pháp (1 số/tuần), Gala Nhà sáng chế, Nghiên cứu và Ứng dụng,... trên Đài THVN; tổ chức gặp mặt các nhà sáng chế không chuyên tiêu biểu đúng vào dịp kỷ niệm Ngày KH&CN Việt Nam với sự tham dự của Thủ tướng Chính phủ. Bên cạnh đó cũng có nhiều cuộc thi tôn vinh nông dân của các Bộ, ngành, hiệp hội như: Diễn đàn nông dân Việt Nam với chủ đề “*Hãy sẵn sàng với nông nghiệp 4.0*” (Trung ương Hội Nông dân Việt Nam); cuộc thi “*Tôi là nông dân 4.0*” (báo Nông thôn Ngày nay, Bộ KH&CN, Bộ NN&PTNT tổ chức),...

Truyền thông KH&CN có vai trò dẫn dắt dư luận, cung cấp thông tin, tổng hợp ý kiến của người dân, chuyển tải ý đồ, thông điệp tới các đối tượng công chúng, trong đó có nông dân. Để những người nông dân có thể tiếp cận, ứng dụng thông tin KH&CN, truyền thông KH&CN đã và đang rất được các cơ quan quản lý KH&CN, nông nghiệp và các cơ quan báo chí, truyền thông chú trọng. Vai trò của hoạt động truyền thông về KH&CN cho nông dân đã được đề cập đến trong các chủ trương, nghị quyết của Đảng, chỉ đạo của Chính phủ và chương trình, kế hoạch hành động của các cơ quan liên quan như Bộ KH&CN, Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam,... Một số văn bản có thể kể đến như: Nghị quyết 26 về tam nông, Nghị quyết 20 về phát triển KH&CN, Luật KH&CN sửa đổi và các văn bản hướng dẫn thực hiện,... Đặc biệt, Chương trình hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao tiến bộ KH&CN thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội nông thôn, miền núi, vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2016 – 2025 đã dành riêng một mục (mục 3 chương III) cho hoạt động “xây dựng tài liệu, dữ liệu về các tiến bộ KH&CN, thực hiện các hoạt động truyền thông phổ biến kiến thức KH&CN”. Cụ thể: xây dựng tài liệu, dữ liệu điện tử về quy trình kỹ thuật, công nghệ phù hợp với từng vùng, từng địa phương; phát hành các ấn phẩm (bản giấy, điện tử) về kinh nghiệm, quy trình công nghệ đã chuyển giao để

phổ biến, nhân rộng kết quả của Chương trình; thực hiện các hoạt động truyền thông phổ biến kiến thức khoa học, kỹ thuật trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương, địa phương; biên tập tài liệu bằng tiếng dân tộc phục vụ truyền thông, phổ biến kiến thức KH&CN cho đồng bào dân tộc thiểu số [50, tr.5].

Từ các chủ trương, chính sách đã phân tích ở trên, cùng với sứ mệnh, chức năng của các cơ quan báo chí, có thể nhận thấy rõ 3 nhóm nội dung cơ bản, nổi bật trong hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân là: (1) Thông tin về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN; (2) Thông tin phản ánh thực tiễn triển khai (thuận lợi, khó khăn trong việc áp dụng tiến bộ KH&CN trong sản xuất nông nghiệp, phản biện các vấn đề về chính sách liên quan đến ứng dụng và phát triển KH&CN trong nông nghiệp, kinh nghiệm thực tiễn từ các mô hình sản xuất có ứng dụng KH&CN của người nông dân...); (3) Các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp (giống cây trồng, vật nuôi mới, công nghệ, thiết bị, kỹ thuật, kết quả nghiên cứu, sáng chế và tôn vinh nhà sáng chế...). Đây cũng chính là ba nội dung chứa đựng những thông điệp chính, quan trọng trong truyền thông về KH và CN cho người nông dân trên sóng phát thanh, truyền hình mà tác giả sẽ phân tích rõ hơn ở chương hai.

1.3. Đặc điểm và thế mạnh của báo chí trong chuyển tải thông điệp KH&CN cho nông dân

Cũng như các lĩnh vực khác, hiện nay, truyền thông KH&CN trong lĩnh vực tam nông được thực hiện qua các phương tiện truyền thông đại chúng phổ biến gồm báo in, điện tử, phát thanh, truyền hình, các chương trình khuyến nông, hoạt động của các hội, doanh nghiệp vật tư nông nghiệp,... Mỗi thể loại đều có điểm mạnh và hạn chế riêng trong việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân.

1.3.1 Báo in

Có nhiều khái niệm, định nghĩa về báo in: Báo in là loại hình báo chí trình bày tin, bài, hình ảnh trên giấy. Theo Luật Báo chí năm 2016: *“Báo in là loại hình báo chí sử dụng chữ viết, tranh, ảnh, thực hiện bằng phương tiện in để phát hành đến bạn đọc, gồm báo in, tạp chí in”*.

Báo in có tính định kỳ, xuất hiện theo chu kỳ đều đặn, cố định, có thể là hàng ngày, thưa kỳ (2,3,5 ngày một số), hàng tuần, được phát hành rộng rãi trong xã hội.

Mỗi tờ báo có đối tượng công chúng khác nhau, ví dụ: báo Nông nghiệp Việt Nam có đối tượng độc giả chủ yếu là nông dân. Báo in có ưu điểm đưa thông tin về KH&CN sâu, có nhiều bài bình luận chi tiết về mọi lĩnh vực, hoạt động sản xuất, đời sống của cư dân nông thôn, người nông dân có thể đọc đi đọc lại nhiều lần, tìm thấy ngay thông tin mình cần. Tuy nhiên, báo in cũng có những hạn chế như tính thời sự của thông tin chậm, chu kỳ xuất bản ngắn, chi phí tốn kém, phát hành ít ở nông thôn,... nên người nông dân khó có điều kiện tiếp cận thông tin KH&CN thông qua báo in.

Trong số 86 báo in Trung ương, có 03 báo chuyên về KH&CN; 83 báo còn lại đều có chuyên mục hoặc liên quan đến KH&CN với tên gọi khác nhau như: KH&CN, Khoa học và đời sống, Khoa học kỹ thuật,... Trong đó, 2 tờ báo liên quan đến tam nông là Nông nghiệp Việt Nam và Nông thôn ngày nay dù không có mục riêng nhưng thông tin về KH&CN xuất hiện nhiều và lồng ghép vào các chuyên mục khác.

Trong 521 tạp chí Trung ương, có 269 tạp chí chuyên ngành về KH&CN hoặc có liên quan đến KH&CN. Đi đầu trong truyền thông về KH&CN chính là các ấn phẩm của Bộ KH&CN và báo chí của các hội, hiệp hội với hơn 100 ấn phẩm. Với địa phương, cả nước có 250 cơ quan báo in và các tờ báo in của sở, ban, ngành, đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội [59, tr.70]. Thông tin KH&CN cho nông dân được lồng ghép vào các chuyên trang, chuyên mục của các báo, tạp chí.

1.3.2. Báo điện tử

Về khái niệm, báo điện tử là hệ thống truyền thông đa phương tiện, hoạt động trên nền tảng Internet để thực hiện các chức năng báo chí. Theo Luật Báo chí năm 2016, báo điện tử là loại hình báo chí sử dụng chữ viết, hình ảnh, âm thanh, được truyền dẫn trên môi trường mạng, gồm báo điện tử và tạp chí điện tử.

Báo điện tử có ưu điểm cập nhật thông tin nhanh chóng, kịp thời, khả năng lưu trữ thông tin tốt, tính tương tác cao. Tuy nhiên, đối tượng tiếp cận báo điện tử chủ yếu là những người trẻ, có điều kiện tiếp cận nhiều hơn với internet, nắm bắt, tiếp thu sản phẩm công nghệ nhanh chóng. Chi phí (kết nối mạng, thiết bị) đắt hơn so

với báo in và phát thanh cũng là hạn chế với nông dân, thanh niên vùng sâu vùng xa, những nơi chưa có mạng internet hoặc người không biết sử dụng mạng.

Trong 79 báo/tạp chí điện tử Trung ương có 53 báo/tạp chí có chuyên mục về KH&CN hoặc có liên quan đến KH&CN (tổng số 69 chuyên mục), ở địa phương là 41/63 báo/tạp chí điện tử với 43 chuyên mục [59, tr. 76]. Một số báo điện tử có nhiều chuyên mục về KH&CN như: <http://khoahocphattrien.vn/>, <http://daibieunhandan.vn/>, <http://baodatviet.vn/>,... Các báo điện tử có 01 chuyên mục KH&CN như Dân trí, Vietnamplus, VnExpres,... Trong lĩnh vực nông nghiệp, báo điện tử Dân Việt (www.danviet.vn) có chuyên mục Công nghệ, trong đó có 02 tiểu mục nhỏ là Khoa học và Ứng dụng; báo Nông nghiệp Việt Nam (<https://nongnghiep.vn>) có tiểu mục Khoa học – Công nghệ trong chuyên mục Đời sống – xã hội.

1.3.3. Phát thanh

Ngôn ngữ là quốc hồn, quốc túy của mỗi dân tộc. Có thể nói, phát thanh được khẳng định là huyết mạch, luôn là phương tiện truyền thông tiếp cận rộng rãi nhất trong thời gian nhanh nhất có thể với cộng đồng, thính giả trên toàn thế giới cũng như ở Việt Nam. Tiếng nói Việt Nam là báu vật thiêng liêng, tổ chất hình thành, phát triển dân tộc. Trong thời chiến hay thời bình, phát thanh luôn giữ được ưu thế, vị trí nhất định trong đời sống, tham gia, đồng hành cùng cuộc sống và xã hội.

Phát thanh là kênh tác động trực tiếp bằng âm thanh tới người nghe. Ngôn ngữ trong phát thanh có thể được thực hiện bởi nhiều yếu tố khác nhau như lời nói (của phát thanh viên, phóng viên, các nhân vật); tiếng động (tiếng động tự nhiên (tiếng xe nổ, tiếng chợ búa,...) và tiếng động nhân tạo (tiếng động do con người tạo ra bằng cách mô phỏng tiếng động tự nhiên); âm nhạc (nhạc hiệu, nhạc xen, nhạc cắt, nhạc kết,...).

Theo tác giả Đức Dũng, phát thanh có những đặc trưng sau:

Tỏa sóng rộng khắp: Sự quảng bá này là nhờ việc phủ sóng điện từ trên phạm vi rộng lớn với tốc độ tương đương tốc độ ánh sáng (xấp xỉ 300.000km/s). Phát thanh không có giới hạn về khoảng cách, vì thế mang tính xã hội hóa rất cao.

Thông tin nhanh, tiếp nhận đồng thời: Thông tin được truyền qua sóng điện từ và hệ thống truyền thanh có thể rút ngắn mọi khoảng cách ở phạm vi toàn cầu.

Trong một số trường hợp như phát thanh trực tiếp, cầu truyền thanh, phát thanh có thể ngay lập tức thông báo cho công chúng biết được về sự kiện ở chính thời điểm nó đang diễn ra. Khác với báo in, hàng triệu thính giả đồng thời nghe thông tin ở cùng thời điểm.

Thông tin phụ thuộc vào quy luật thời gian: Ở báo in, độc giả có thể bắt đầu ở bất cứ chuyên mục nào hay bất cứ trang nào mình thích. Nhưng ở phát thanh, thính giả bị phụ thuộc hoàn toàn vào quy luật của quá trình thông tin radio.

Tính tiện dụng, sống động, riêng tư, thân mật: So với báo in, thính giả phát thanh nghe thông tin qua giọng đọc của những con người cụ thể với các yếu tố kỹ năng như cao độ, cường độ, tiết tấu, ngữ điệu,... [3, trg.42-46].

Ngôn ngữ phát thanh là thứ ngôn ngữ kết hợp phức tạp các chuẩn của cả ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết [7, tr.202]. Trong cuốn “Ngôn ngữ báo chí”, tác giả Vũ Quang Hào đã đưa ra những đặc tính của ngôn ngữ phát thanh của các nhà nghiên cứu Nga Xô viết gồm: tính âm thanh học, tính giao tiếp đơn dạng (ngôn ngữ của một người nói với hàng triệu người), tính khoảng cách (khoảng cách giữa phát thanh viên và thính giả), tính tức thời (thính giả tiếp nhận được ngôn ngữ phát thanh ngay trong thời điểm phát sóng), tính phổ cập (ngôn ngữ dùng cho đám đông), tính thính phòng. “Sáu đặc tính này không tồn tại một cách độc lập mà chịu sự chế định từ những đặc tính chung của báo phát thanh, những đặc tính vốn khu biệt báo phát thanh với những loại hình báo chí khác. Đó là tính quảng bá, tính đồng thời và tính thính giác” [7, tr.196-200].

Những đặc trưng riêng của phát thanh giúp loại hình này có một sức hấp dẫn riêng. Tuy nhiên, KH&CN là lĩnh vực vừa “khô”, vừa “khó” nên việc “mã hóa” thông điệp để đưa đến công chúng một cách dễ hiểu, gần gũi, dễ nhớ là điều không dễ. Hiện nay, ĐTNVN cũng có nhiều chương trình, chuyên mục riêng về KH&CN cung cấp thông tin KH&CN cho nông dân thông qua chủ yếu hai kênh VOV1 và VOV2, tiêu biểu như các chương trình: Bản tin KH&CN, Chương trình KH&CN, Không gian số, Chuyên gia của bạn, Nông nghiệp và Nông thôn,... trên VOV1; Con đường tri thức, Cùng bạn sống khỏe, Cuộc sống xanh,... trên VOV2. Đồng thời, cũng có nhiều chuyên mục, chương trình dành riêng cho nông nghiệp, nông

dân, nông thôn, trong đó các thông điệp về KH&CN được lồng ghép, phản ánh tương đối rõ nét như chương trình Nông nghiệp và Nông thôn trên VOV1.

Tại các địa phương, trong số 63 đài phát thanh địa phương, có 43 đài có chuyên mục/chương trình liên quan đến KH&CN (chiếm 67%), 33% số đài địa phương chưa có chuyên mục/chương trình liên quan đến KH&CN [59, tr.80].

1.3.4. Truyền hình

Truyền hình là loại hình báo chí mà tin tức, hình ảnh được phát qua sóng truyền hình bằng âm thanh, hình ảnh động. Ngoài các hình ảnh động và trực tiếp, truyền hình cũng sử dụng các loại hình ảnh tĩnh như hình tư liệu, mô hình, sơ đồ,...

Theo PGS.TS Dương Xuân Sơn: *“Mỗi phương tiện truyền thông đều có một thế mạnh nhất định, bổ sung, hỗ trợ cho nhau trong sự nghiệp chung. Tuy nhiên, trong ba loại báo nói, báo viết, báo hình thì báo hình có thể hơn hẳn so với hai loại kia. Bởi ngoài việc bình luận, giải thích các hiện tượng, sự việc, truyền hình còn có hình ảnh sống động giúp người xem chứng kiến các sự kiện đang diễn ra”* [17, trg 15].

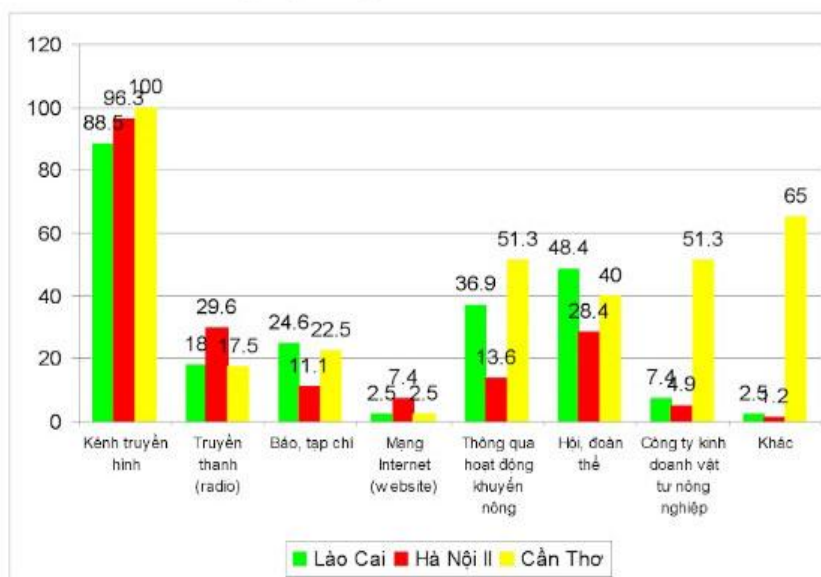
Ưu thế chính của truyền hình chính là truyền tải cả âm thanh và hình ảnh cùng một lúc. Nếu công chúng chỉ có thể tiếp nhận thông tin bằng con đường thị giác đối với báo in, bằng thính giác đối với báo phát thanh thì với truyền hình, khán giả tiếp cận bằng cả thị giác, thính giác, tính tương tác cao. Hình ảnh trên truyền hình còn có tính sinh động, hấp dẫn, sát thực, tính tương tác cao, trong khi trên báo in là hình ảnh tĩnh. Các lợi thế trên tạo ra sự hấp dẫn, giá trị riêng của truyền hình, tăng hiệu quả truyền thông KH&CN, bởi nội dung KH&CN được thể hiện bằng cả hình ảnh, âm thanh sống động, chân thực.

Các chương trình có nội dung về KH&CN trên các kênh truyền hình Trung ương hiện nay gồm: VTV có 04 chương trình (*Nhịp sống công nghệ, Quốc gia số* (ra mắt tháng 3/2018) trên VTV1, *Sáng kiến – Giải pháp, Nghiên cứu và Ứng dụng* trên VTV2); Đài truyền hình kỹ thuật số VTC có 04 chương trình liên quan đến KH&CN (*Bản tin công nghệ kỹ thuật số, Ngôi nhà thông minh, Thời đại số, Công nghệ hàng tuần*) trên kênh VTC2; Kênh Truyền hình Thông tấn có 01 chương trình (*Chương trình Tạp chí KH&CN*); Kênh Truyền hình Quốc phòng Việt Nam có 02 chương trình (*Tạp chí khoa học quân sự, Rada TV*); Kênh truyền hình Nhân dân có 02

chuyên mục (*Thiên nhiên kỳ thú, Sức khỏe và cuộc sống*). Trong 63 đài truyền hình ở địa phương, có 42 đài có chuyên mục hoặc chương trình về KH&CN (chiếm 67%), 33% số đài địa phương không có chương trình/chuyên mục về KH&CN [59, tr.92]. Trong hệ thống báo hình trung ương và địa phương, có nhiều chương trình về tam nông và thông điệp về KH&CN cho nông dân ở các chương trình này tương đối rõ nét.

Theo khảo sát thực tế của Trung tâm Thông tin, Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông thôn tại vùng nông thôn Bắc bộ và ĐBSCL, truyền hình là kênh thông tin chủ yếu, gần như duy nhất đến được với bà con nông dân. Thế mạnh cả về hình ảnh, âm thanh giúp loại hình này được bà con dễ chấp nhận hơn nhiều so với báo viết. Có 76,2% người được hỏi ở Lào Cai, 87,7% người ở Hà Nội II, 77,8% người ở ĐakLăk chọn truyền hình trung ương là kênh cung cấp thông tin phục vụ sản xuất nông nghiệp cho cư dân rất quan trọng; truyền hình địa phương cũng được đánh giá khá cao, có tới 88,6% số người được hỏi ở Cần Thơ chọn Đài Phát thanh truyền hình tỉnh là kênh cung cấp nhiều nhất thông tin này. Biểu đồ dưới đây làm rõ hơn thông tin:

Biểu đồ 1.2: Các kênh cung cấp thông tin nông nghiệp nông thôn cho cư dân²[14]



Nguồn: Điều tra của Trung tâm Thông tin Viện Chính sách và Chiến lược PTNNNT AGROINFO/IPSARD, tháng 6/2009

² Kết quả khảo sát của Trung tâm Thông tin, Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông thôn, tháng 6/2009.

Cũng theo kết quả khảo sát nói trên, chuyên mục được người dân quan tâm nhiều nhất là Thời sự và thông tin giúp nông dân làm giàu trên truyền hình. Việc cung cấp thông tin giúp nông dân làm giàu có ưu thế nổi trội là đúng nhu cầu, người thực việc thực, hấp dẫn, dễ hiểu,... giúp nông dân có thể nhanh chóng học hỏi, áp dụng các tiến bộ KHKT vào thực tiễn. Tác giả sẽ phân tích rõ hơn trong phần sau của Luận văn.

Trong các chương trình truyền hình tập trung vào các lĩnh vực khác, ví dụ như NN&NT, cũng có nhiều chương trình chứa hàm lượng thông tin KH&CN cao như Đài THVN có chương trình “*Bạn của nhà nông*”, “*Nhà nông vui vẻ*”, “*Chuyện nhà nông với nông nghiệp*”, “*Cùng nông dân bàn cách làm giàu*”, “*Tôi là nông dân*”, “*Nông nghiệp sạch*”, “*Nông sản Việt*”; Đài truyền hình kỹ thuật số VTC có kênh VTC16 là kênh truyền hình nông nghiệp – nông thôn; Đài TNVN có chương trình “*Nông nghiệp và Nông thôn*”, “*Chuyên gia của bạn – Bạn của nhà nông*”;...

Thông tin nông nghiệp nông thôn cũng được quan tâm nhiều trên kênh phát thanh. Có tới 90,9% [14] số người được hỏi cho biết có nghe chương trình Nông nghiệp nông thôn trên VOV1 (đây cũng là chương trình Luận văn lựa chọn khảo sát). Báo cáo khảo sát nói trên cũng cho thấy, nhu cầu thông tin kỹ thuật sản xuất, thông tin thị trường vật tư đứng đầu trong danh sách nhu cầu thông tin của cư dân. Kết quả điều tra ở Lào Cai cho thấy có tới 77,7% số người được hỏi cho rằng thông tin thị trường vật tư rất cần thiết, 77,3% số người cho rằng thông tin KHKT sản xuất rất cần thiết. Con số này trong kết quả điều tra ở Hà Nội II tương ứng là 50,6% và 39,5%, ở Cần Thơ là 50,6% và 74,7%, Đắk Lắk là 55,6% và 56,4%.

Thông điệp về KH&CN được chuyển tải đến với nông dân chủ yếu thông qua 4 loại hình báo chí, nhưng mỗi loại hình báo chí đều có thế mạnh, ưu điểm riêng trong việc chuyển tải thông điệp về KH&CN đến với cư dân nông thôn. Một số tờ báo in hướng tới đối tượng nông dân đã ưu tiên đăng tải thông tin KH&CN nhưng người dân lại khó tiếp cận do công tác phát hành, thói quen đọc báo, còn báo điện tử thì chi phí tốn kém. Trên hệ thống phát thanh và truyền hình, vấn đề khả quan hơn. Hầu hết các Đài phát thanh – truyền hình đều có các chương trình liên quan đến ứng dụng KH&CN trong nông nghiệp. Đây cũng là 2 loại hình báo chí có nhiều thế

mạnh trong việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN tới nông dân. Hơn nữa, cư dân nông thôn có nhiều điều kiện tiếp cận hơn với radio và tivi, phù hợp với thói quen sinh hoạt, làm việc cũng như kinh tế, trình độ và nhiều yếu tố khác của cư dân nông thôn. Do điều kiện, khả năng khảo sát của tác giả, đồng thời trên cơ sở phân tích các thế mạnh, hạn chế, đặc trưng của từng loại hình, cùng với quá trình quan sát thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí trong thời gian công tác tại STC, trong luận văn này, tác giả tập trung quan sát, phân tích thông điệp về KH&CN cho nông dân trên phát thanh và truyền hình. Đây là hai loại hình báo chí tương đối phổ biến với nông dân, có nhiều thế mạnh trong việc thể hiện thông điệp về KH&CN một cách trực quan, sinh động. Việc này cũng có phần trùng khớp với kết quả khảo sát, lựa chọn kênh cung cấp thông tin của cư dân nông thôn do Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông thôn thực hiện như đã trình bày ở trên.

Tiểu kết Chương 1

Trong chương 1, tác giả tập trung làm rõ những vấn đề lý luận chung có tính chi phối đến các phân tích trong hoạt động nghiên cứu ở những chương sau. Tác giả cụ thể hóa các khái niệm: khoa học, công nghệ, truyền thông, truyền thông KH&CN, thông điệp, nông dân, báo chí và các loại hình báo chí, để đi đến thống nhất: truyền thông KH&CN cho nông dân là gì? Truyền thông chuyển tải thông điệp gì về những nội dung người nông dân cần biết và quan tâm. Đồng thời, đưa ra những đặc trưng cơ bản của nông nghiệp, nông dân, nông thôn và nhu cầu tiếp cận thông tin KH&CN của nông dân; phân tích vai trò của truyền thông KH&CN cho nông dân.

Chương 1 cũng đã hệ thống hóa các văn bản, tư tưởng chỉ đạo, chủ trương chính sách pháp luật của Nhà nước và các chương trình cụ thể về KH&CN hỗ trợ phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn và vai trò cũng như hoạt động của truyền thông KH&CN. Theo đó, chưa có một chính sách riêng về truyền thông KH&CN cho nông dân mà được lồng ghép trong các văn bản quy phạm pháp luật và nhiều chương trình KH&CN. Tựu trung lại, hiện nay hành lang pháp lý cho hoạt động truyền thông KH&CN và phát triển KH&CN đã có và đang dần được hoàn thiện, nhưng chưa có những chính sách cụ thể về truyền thông KH&CN cho nông dân.

Tác giả cũng chỉ ra 3 nhóm nội dung thông điệp truyền thông KH&CN cơ bản cho nông dân được đề cập trong các văn bản quy phạm pháp luật cũng như suy luận từ chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan báo chí. Dựa trên việc phân tích thế mạnh và hạn chế trong việc chuyển tải thông điệp về KH&CN đến với nông dân của mỗi loại hình báo chí và do điều kiện, năng lực khảo sát của tác giả, trong luận văn này, tác giả chủ yếu đi sâu khảo sát, phân tích thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên phát thanh, truyền hình - hai loại hình báo chí có tính định hướng, sử dụng đa dạng hình ảnh, âm thanh, tiếng động hiện trường, đồ họa, bảng biểu,... thể hiện thông điệp KH&CN một cách trực quan, sinh động và được người dân sử dụng để tiếp cận thông tin nhiều hơn cả.

Qua việc khảo sát nội dung và hình thức thông điệp về KH&CN cho nông dân trên phát thanh và truyền hình, ở chương 2, luận văn sẽ làm rõ thực trạng, những điểm mạnh, hạn chế của hoạt động này để làm cơ sở đưa ra các đề xuất nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin KH&CN của đối tượng công chúng là nông dân.

CHƯƠNG 2: NỘI DUNG VÀ HÌNH THỨC CHUYỂN TẢI THÔNG điệp VỀ KH&CN CHO NÔNG DÂN TRÊN PHÁT THANH VÀ TRUYỀN HÌNH

2.1. Giới thiệu về các chương trình khảo sát: Chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” (VOV1) và chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1)

2.1.1. Chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” (VOV1), Đài Tiếng nói Việt Nam.

Đài Tiếng nói Việt Nam (Voice of Vietnam, viết tắt là VOV) là cơ quan thuộc Chính phủ, là đài phát thanh quốc gia thực hiện chức năng thông tin, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước; góp phần giáo dục, nâng cao dân trí, phục vụ đời sống tinh thần của nhân dân bằng các chương trình phát thanh và các loại hình báo chí, truyền thông đa phương tiện khác [50, tr.1].

Hiện Đài TNVN đang phát sóng trên 6 hệ chương trình: VOV 1 (Hệ Thời sự - Chính trị tổng hợp: Phát trên sóng trung và sóng ngắn và FM); VOV 2 (Hệ Văn hoá và Đời sống xã hội); VOV 3 (Hệ Âm nhạc - Thông tin - giải trí); VOV 4 (Hệ phát thanh tiếng dân tộc); VOV 5 (Hệ phát thanh dành cho cộng đồng người nước ngoài ở Việt Nam); VOV 6 (Hệ phát thanh đối ngoại). Từ 3/2/1999, Đài TNVN triển khai phát thanh trên mạng Internet để đưa âm thanh, hình ảnh, chữ viết phục vụ thính giả. Đài TNVN đã xây dựng mô hình Cơ quan truyền thông đa phương tiện đầu tiên của cả nước gồm bốn loại hình: Báo nói, báo hình (Đài Truyền hình Kỹ thuật số VTC), báo điện tử (Vov.vn), báo viết (Báo VOV), Kênh VOV Giao thông (VOVGT).

Chương trình phát thanh “Nông nghiệp và Nông thôn” phát sóng trên hệ Thời sự Chính trị tổng hợp (VOV1), Đài TNVN 7 lần/tuần, không tính thời gian phát lại (5h35’ -5h45’ các ngày trong tuần, phát lại vào 14h45’ - 14h55’ cùng ngày). Từ ngày 01/9/2018, chương trình Nông nghiệp và Nông thôn đổi tên thành “Mùa vàng”. Qua việc khảo sát 52 số trong chương trình Nông nghiệp và nông thôn phát trên VOV1, Đài TNVN (từ ngày 01/5/2018 đến ngày 19/6/2018), tác giả đã rút ra một số đặc điểm về kết cấu của chương trình. Tuy có tên chương trình, nhạc hiệu chung, song các ngày 2, 3, 4, 5, chủ nhật kết cấu chương trình giống nhau còn ngày thứ 6 có thêm chuyên mục “Nhà nông cần biết”, ngày thứ 7 có chuyên mục “Cho mùa bội thu” và nội dung mỗi chương trình khác nhau. Dưới đây là chi tiết kết cấu chương trình:

Bảng 2.1. Kết cấu của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1

TT	Tên chương trình	Thời lượng	Kết cấu
1	Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn thứ 2, 3, 4, 5, chủ nhật	10 phút	<p>(1). Nhạc hiệu kèm lời dẫn giới thiệu nội dung chương trình: Từ 20 – 50 giây tùy vấn đề, thông tin ngắn gọn về các nội dung của chương trình. Mỗi số phát sóng của chương trình có 2 bài viết. Người dẫn chương trình (MC) có thể dẫn luôn vào bài 1 hoặc chỉ giới thiệu ngắn gọn chương trình có 2 nội dung chính gồm: 1 là...; 2 là... Hoặc cũng có thể giới thiệu, dẫn dắt vào các chủ đề chính, sau đó có câu “<i>Những nội dung này sẽ được giới thiệu trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn hôm nay</i>”.</p> <p>(2). MC giới thiệu nội dung chính của bài (sapo của nội dung 1): Từ 25 - 80 giây, tùy nội dung.</p> <p>(3). Phóng viên phản ánh nội dung (gồm cả lời bình, tiếng động hiện trường, ý kiến các nhân vật liên quan,...): 3 - 5 phút</p> <p>(4). Nhạc cắt: 7 - 10 giây.</p> <p>(5). MC dẫn vào nội dung thứ 2: 20 - 30 giây. Nội dung 2 cũng có khi trùng chủ đề với nội dung 1 nhưng cũng có khi khác nội dung 1.</p> <p>(6). Phóng viên phản ánh: 3 - 5 phút.</p> <p>(7). Nhạc kết kèm lời chào thính giả hoặc thông tin chương trình do ai thực hiện: 7 - 10 giây.</p>
2	Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn thứ 6	10 phút	<p>(1). Nhạc hiệu kèm lời dẫn giới thiệu nội dung chương trình: 20 – 50 giây, thông tin ngắn gọn về các nội dung của chương trình. MC dẫn luôn vào bài 1 hoặc chỉ giới thiệu ngắn gọn chương trình có 2 nội dung chính gồm: 1 là...; 2 là... Hoặc giới thiệu, dẫn dắt vào</p>

			<p>các chủ đề chính, sau đó có câu “<i>Những nội dung này sẽ được giới thiệu trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn hôm nay</i>”.</p> <p>2). <i>MC giới thiệu nội dung chính của bài</i>: thường là sapo của nội dung 1, 25 - 80 giây.</p> <p>(3). <i>Phóng viên phản ánh nội dung (gồm cả lời bình, tiếng động hiện trường, ý kiến các nhân vật liên quan, ...)</i>: 3 - 5 phút.</p> <p>(4). <i>Nhạc cắt và MC đọc tên chuyên mục “Nhà nông cần biết”</i>: 7 - 15 giây.</p> <p>(5). <i>MC giới thiệu nội dung chuyên mục</i>: 20 - 25 giây.</p> <p>(6). <i>Phỏng vấn của phóng viên với chuyên gia</i>: 3 - 5 phút. Thông tin KH&CN thể hiện theo dạng tọa đàm, phỏng vấn giữa phóng viên với chuyên gia; MC đọc câu hỏi của thính giả gửi về chương trình, chuyên gia trả lời.</p> <p>(7). <i>Nhạc kết kèm lời chào thính giả hoặc thông tin chương trình do ai thực hiện</i>: 7 - 10 giây.</p>
3	Chương trình “Nông nghiệp và Nông thôn” thứ 7	10 phút	<p>(1). <i>Nhạc hiệu kèm lời dẫn giới thiệu nội dung chương trình</i>: 20 – 50 giây, thông tin ngắn gọn về các nội dung của chương trình. MC dẫn luôn vào bài 1 hoặc chỉ giới thiệu ngắn gọn chương trình có 2 nội dung chính gồm: 1 là...; 2 là... Hoặc giới thiệu, dẫn dắt vào các chủ đề chính.</p> <p>(2). <i>MC giới thiệu nội dung chính</i>: 25 - 80 giây.</p> <p>(3). <i>Phóng viên phản ánh nội dung</i>: 3 - 5 phút</p> <p>(4). <i>Nhạc cắt và MC đọc tên chuyên mục “Cho mùa bội thu”</i>: 7 - 15 giây.</p> <p>(5). <i>MC giới thiệu vào nội dung của chuyên mục “Cho mùa bội thu”</i>: 20 - 25 giây.</p>

			<p>(6) <i>Phản ánh nội dung chuyên mục “Cho mùa bội thu”</i>: 3 - 5 phút. Phản ánh của phóng viên về công nghệ, giống cây mới, trích dẫn ý kiến đánh giá của chuyên gia, hoặc tôn vinh nhà sáng chế đã có giải pháp sáng tạo, sáng kiến, sáng chế.</p> <p>(7). <i>Nhạc kết kèm lời chào thính giả hoặc thông tin chương trình do ai thực hiện</i>: 7 - 10 giây.</p>
--	--	--	---

Sau mỗi chương trình là quảng cáo 5 phút trước khi chuyển sang mục “*Thời sự sáng*”. Thời lượng các chuyên đề, chuyên mục, tiết mục không cố định, thường có sai số 1-2 phút, tuy nhiên vẫn đảm bảo thời lượng chương trình chính xác 10 phút. Cách cơ cấu nhiều tiết mục, chuyên đề trong một chương trình 10 phút như vậy mang lại sự phong phú về nội dung, không chiếm nhiều thời gian của thính giả (chủ yếu là nông dân) và họ có thể tìm thấy thông tin đang quan tâm, cần thiết. Chương trình đã đi vào hướng chuyên biệt hóa, cả về nội dung và hình thức thể hiện.

2.1.2. Chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1), Đài Truyền hình Việt Nam

Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp có thời lượng 13 phút, phát sóng 1 lần/tuần không kể thời gian phát lại, lúc 17h20’ thứ sáu, phát lại vào 5h10p’ thứ 7 hàng tuần trên VTV1 và hệ thống số của VTV (vtv.vn, vtvgo, fanpagevtv). Chương trình cung cấp thông tin đa chiều về nông nghiệp, nông dân để công chúng hiểu, chia sẻ, tháo gỡ khó khăn kịp thời. Đồng thời giới thiệu, phân tích những mô hình sản xuất nông nghiệp hiệu quả để nông dân các địa phương học hỏi, áp dụng.

Ngoài ra, chuyên mục còn được kết nối với hệ thống số của Đài THVN thông qua việc sản xuất sản phẩm số phát sinh từ quá trình đi quay đề tài. Bên cạnh, 01 sản phẩm truyền hình 13 phút trên VTV1 còn có 01 sản phẩm 03 phút phát trên Vtv.vn, vtvgo, trailer giới thiệu, quảng bá trên Fanpage VTV và Fanpage riêng của chuyên mục.

Qua khảo sát 82 số của chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (từ ngày 06/01/2018 đến ngày 25/8/2018), tác giả đã rút ra các đặc điểm về kết cấu của Chương trình như sau:

Bảng 2.2. Kết cấu của Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1

TT	Kết cấu	Thời lượng	Nội dung
1	Hình hiệu chương trình	20 giây	<p>Hình hiệu dựa vào nội dung chính của chuyên mục là phản ánh những câu chuyện thực tế của nông dân trong sản xuất nông nghiệp - vấn đề bao quát toàn quốc về trồng trọt, chăn nuôi, đánh bắt... Hình ảnh sử dụng mang tính đặc trưng của ngành, trong đó có hình ảnh nông dân là chủ thể đang làm việc, sử dụng kỹ xảo để nổi cảnh, tạo cảm giác không gian rộng lớn của ngành nông nghiệp.</p> <p>Phông chữ tên chương trình đơn giản, dễ đọc với chữ Nhà nông màu vàng tươi (được sử dụng hiệu ứng tia nắng mặt trời chạy qua), tạo cảm giác mới mẻ, nhiều triển vọng.</p>
2	Trailer giới thiệu nội dung chính	45 giây (tiết tấu nhanh, hình ảnh ấn tượng trong phóng sự).	<ul style="list-style-type: none">- Giới thiệu vấn đề phóng sự đề cập để thu hút người xem quan tâm theo dõi.- Trailer vừa gắn ở đầu mỗi phóng sự phát sóng trên VTV1 để giới thiệu nội dung, vừa sử dụng để quảng bá trên Fanpage VTV trước khi phát sóng.
3	Phần nội dung chính	10 - 12 phút	<ul style="list-style-type: none">- Nhân vật (nông dân hoặc nhà khoa học, doanh nghiệp, nhà quản lý) xuất hiện tại bối cảnh giới thiệu bản thân gắn với câu chuyện theo chủ đề.- Sau đó vào thẳng vấn đề chính. Nhân vật vừa kể vừa đi tới các địa điểm liên quan đến câu chuyện.- Câu chuyện đang diễn ra hoặc đã qua, tùy vào mỗi câu chuyện, phóng viên chọn phương án phù hợp nhất để nhân vật kể một cách rõ ràng, dễ hiểu.- Kết thúc câu chuyện là tâm tư, tình cảm, quan điểm của nhân vật. Điều đặc biệt là các thông điệp truyền thông về KH&CN rất rõ ràng. Ví dụ: câu

			chuyện nhân vật vừa kể là một trong bao nhiêu câu chuyện tương đồng ở tỉnh, khu vực nào đó đang đặt ra. Đó có thể là bài học quý để nông dân khác học tập; hoặc là vướng mắc đang đặt ra hiện nay của người nông dân trồng một loại cây, áp dụng công nghệ, kỹ thuật cụ thể; hoặc một chính sách triển khai bị vướng mắc cần điều chỉnh.v.v...
4	Bảng chữ cuối		

2.2. Nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về KH&CN được phản ánh trong các chương trình khảo sát

2.2.1. Nội dung

2.2.1.1. Một vài số liệu khái quát về hai chương trình khảo sát

Để hình dung được thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí, tác giả đã khảo sát số lượng, tần suất, nội dung, hình thức chuyển tải thông điệp qua 52 số phát sóng của chương trình Nông nghiệp và nông thôn (VOV1) và 82 số phát sóng chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1) trong năm 2017 và 2018. Đây là hai chương trình khá điển hình về thông điệp KH&CN cho nông dân, được phát 7 lần/tuần (phát thanh) và 1 lần/tuần (truyền hình), không tính số lần phát lại, với nội dung thông điệp khá phong phú.

Kết quả cho thấy, cả hai chương trình nói trên đều phản ánh tất cả các khía cạnh trong sản xuất nông nghiệp, thông tin bao quát trên diện rộng mang tính toàn quốc, đồng thời dành thời lượng lớn chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức, đưa thông điệp về KH&CN đến với nông dân, cụ thể: Ghi nhận chân dung những nông dân điển hình vượt lên khó khăn trong sản xuất hàng hoá, áp dụng tiến bộ KH&CN để thành công, chiếm lĩnh thị trường, làm giàu, tạo dựng được thương hiệu nông sản trong và ngoài nước; giới thiệu những mô hình mới, hoạt động hiệu quả trong sản xuất nông nghiệp, gồm công trình khoa học mới áp dụng hiệu quả trên diện rộng, cơ chế liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp và nông dân trong tiêu thụ nông sản, kỹ thuật tưới tiết kiệm, cơ hội đầu ra cho nông sản, xây dựng thương hiệu để nông dân

có thể đầu tư khai thác,.. Từ đó, nhân rộng, phản hồi những chính sách mới của Nhà nước về nông nghiệp, nông dân, KH&CN trong quá trình đi vào cuộc sống. Ví dụ: phản ánh chính sách cho vay đầu tư nông nghiệp với các hộ nghèo, ưu đãi triển khai nông nghiệp CNC, nông nghiệp thông minh, doanh nghiệp KH&CN.... và thực tiễn triển khai để thấy những chủ trương, chính sách đi vào cuộc sống như thế nào.

Đồng thời, phản ánh kịp thời những vấn đề khó khăn phát sinh trong sản xuất nông nghiệp như: việc cá chết hàng loạt, dịch bệnh trong nuôi tôm của ĐBSCL, lúa bị lép hạt tại các tỉnh phía miền Bắc,... Từ đó, kiến nghị tháo gỡ từ các cơ quan chức năng cũng như chính quyền địa phương; phản hồi những bất cập trong liên kết, sản xuất, tiêu thụ, mở rộng sản xuất của nông dân để các cơ quan Nhà nước có trách nhiệm tháo gỡ, giải quyết. Ví dụ: những khó khăn từ cơ chế trong việc hình thành các HTX nông nghiệp kiểu mới tại những vùng nông nghiệp trọng điểm; bất cập trong việc áp dụng mô hình sản xuất VietGap vào trồng rau sạch,...; cảnh báo những tác động xấu của thiên nhiên đối với sản xuất hoặc đưa các giải pháp từ nhà khoa học để điều chỉnh sản xuất phù hợp với từng giai đoạn, vùng, loại cây trồng, vật nuôi để nông dân phòng, tránh và có giải pháp thích ứng; các vấn đề khác liên quan.

Theo kết quả khảo sát, có tới 61,5% số của chương trình phát thanh chuyên tải thông điệp về KH&CN và tỷ lệ này ở truyền hình cao hơn với 80,5%. Nội dung thông điệp rất phong phú, tuy nhiên, phổ biến hơn cả là 3 nhóm nội dung sau: (1) Thông tin về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN; (2) Thông tin phản ánh thực tiễn triển khai (thuận lợi, khó khăn trong việc áp dụng tiến bộ KH&CN trong sản xuất nông nghiệp, phản biện các vấn đề về chính sách liên quan đến ứng dụng và phát triển KH&CN trong nông nghiệp, kinh nghiệm thực tiễn từ các mô hình sản xuất có ứng dụng KH&CN của người nông dân...); (3) Các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp (giống cây trồng, vật nuôi mới, công nghệ, thiết bị, kỹ thuật, kết quả nghiên cứu, sáng chế và tôn vinh nhà sáng chế...).

Điều đó được thể hiện cụ thể ở bảng tổng hợp số liệu dưới đây:

Bảng 2.3: Số lượng, tỷ lệ số phát sóng của chương trình phát thanh và truyền hình có nội dung truyền thông về KH&CN cho nông dân.

TT	Nội dung thông điệp	Số lượng, tỷ lệ chương trình	
		Phát thanh	Truyền hình
1	Chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN trong nông nghiệp	3 (9.4%)	6 (9.0%)
2	Thực tiễn triển khai (mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN, phản biện các vấn đề KH&CN, kinh nghiệm từ các mô hình sản xuất có ứng dụng KH&CN của người nông dân...)	20 (62.5%)	49 (74.3%)
3	Giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông thôn (giống cây, con, công nghệ, kỹ thuật, kết quả nghiên cứu, sáng kiến, sáng chế...)	9 (28.1%)	11 (16.7%)
4	Tổng	32/52 số (61,5%) Mỗi số của chương trình phát thanh có 2 bài.	66/82 số (80,5%) Mỗi số của chương trình truyền hình có 1 bài.

Khảo sát cho thấy, cả hai chương trình nói trên đều phản ánh tất cả các khía cạnh trong sản xuất nông nghiệp, bám sát các chủ trương, chính sách đã đề ra, dành thời lượng lớn chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức, đưa thông điệp về KH&CN đến với nông dân. Có tới 61,5% số của chương trình phát thanh có nội dung thông điệp về KH&CN và tỉ lệ này ở truyền hình cao hơn với 80,5%. Nội dung thông điệp về thực tiễn triển khai ứng dụng KH&CN trong sản xuất nông nghiệp xuất hiện nhiều nhất trong các chương trình phát thanh và truyền hình (62,5% với phát thanh, 74,3% với truyền hình). Kế đến là thông điệp mang nội dung về các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông thôn (28.10% với phát thanh và 16.7% với truyền hình). Thông điệp mang nội dung về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN trong nông nghiệp được đề cập đến ít nhất trên cả 2 kênh. Thực chất, trong các số phát sóng không có nội dung về KH&CN cũng có nhiều bài viết đề

cập đến cơ chế chính sách trong lĩnh vực nông nghiệp như chính sách về cho nông dân vay vốn và giải ngân, tích tụ ruộng đất để sản xuất hàng hóa quy mô lớn, Luật Trồng trọt, giải cứu nông sản, chuyển đổi sinh kế giúp nông dân nâng cao đời sống, Quỹ hỗ trợ phát triển Hợp tác xã,... Có thể, do đây là chương trình về lĩnh vực nông nghiệp, dành cho đối tượng nông dân nên chương trình cũng tập trung phổ biến các chủ trương, chính sách liên quan đến lĩnh vực nông nghiệp. Khi phỏng vấn sâu lãnh đạo phụ trách 2 chương trình khảo sát của VOV1 và VTV1 về nội dung thông điệp được chú trọng chuyển tải đến nông dân, tác giả đều nhận được thông tin rằng, các chương trình tập trung phản ánh quá trình ứng dụng KH&CN vào sản xuất và đưa ra các mô hình, điểm sáng về ứng dụng tiên bộ KHKT, chia sẻ kinh nghiệm sản xuất,...

2.2.1.2. Chương trình phát thanh Nông nghiệp và Nông thôn

Kết quả khảo sát 52 số trong Chương trình “*Nông nghiệp và nông thôn*” phát trên VOV1 từ ngày 01/5/2018 đến ngày 19/6/2018 cho thấy, Chương trình đã dành thời lượng lớn chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức, đưa thông điệp KH&CN đến với cư dân nông thôn. Có tới 32 trong tổng số 52 số của chương trình khảo sát có nội dung thông tin KH&CN, chiếm 61,5%. Mỗi số của chương trình có 2 bài (kể cả số có nội dung KH&CN và số không có nội dung KH&CN) nên tổng số lượng bài viết về KH&CN của chương trình là 64 bài.

Bảng 2.4: Số lượng các số phát sóng của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1 có thông điệp về KH&CN.

	Nội dung về phổ biến kiến thức KH&CN trong chương trình	Nội dung về đời sống, sinh hoạt của nông dân và các vấn đề khác liên quan
Số phát sóng	32/52 số khảo sát	20/52 số khảo sát
Tỷ lệ (%)	61,54%	38, 46%

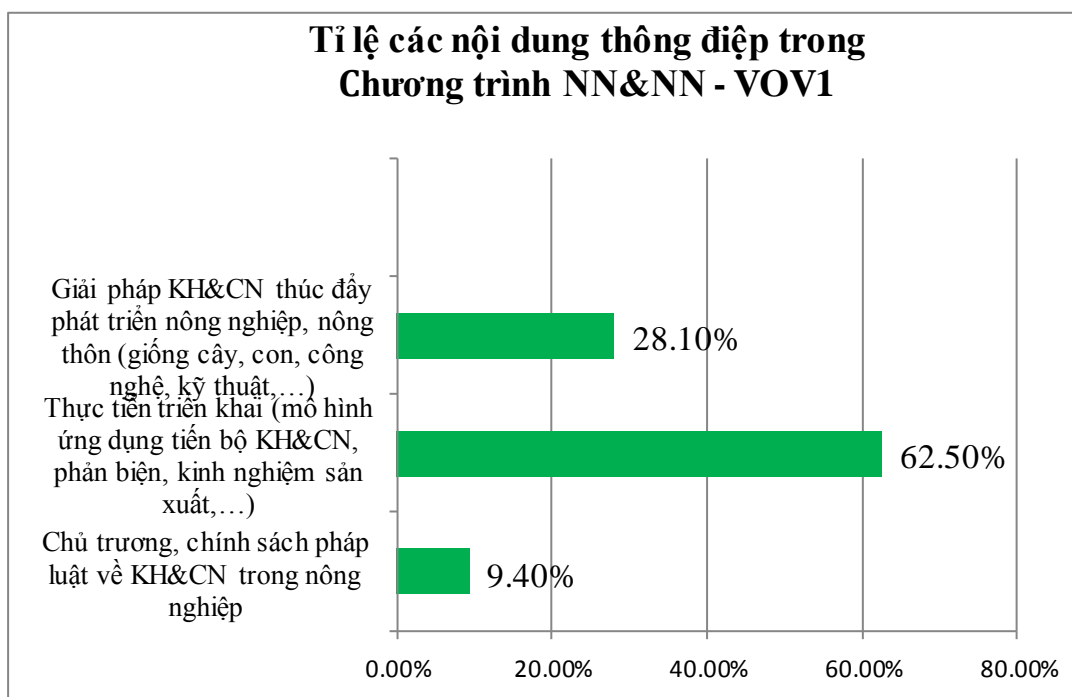
Nhìn vào bảng 2.4 có thể nhận thấy: các số phát sóng của chương trình có nội dung thông tin KH&CN chiếm thời lượng khá cao, đến 61,5%, trong khi nội dung về các vấn đề khác liên quan đến tam nông,... chỉ khoảng 38,5%. Điều này cho thấy chương trình đã chú trọng nhiều đến việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN, cập nhật những thông tin về các tiên bộ kỹ thuật, công nghệ mới,... có thể đem lại hiệu quả kinh tế cao, tiết kiệm công sức lao động cho nông dân. Để khắc phục hạn chế của phát thanh là chỉ

nghe, khó nhớ nên chương trình được bố trí phát lại vào 14h45' cùng ngày giúp thính giả dễ dàng sắp xếp thời gian để theo dõi chương trình mình yêu thích và nghe lại khi cần.

Các chương trình được đặt tên và có kết cấu khá phong phú, đi dần vào hướng chuyên biệt từng vấn đề. Ví dụ, chuyên mục “*Nhà nông cần biết*” chủ yếu nói về việc chỉ dẫn KHKT, chọn công nghệ, kỹ thuật, cách sử dụng, hướng bà con nông dân sản xuất nông sản đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế như GlobalGAP, EurepGAP, HACCP,... cho năng suất, hiệu quả cao; hay chuyên mục “*Cho mùa bội thu*” mô tả cụ thể các công nghệ, kỹ thuật mới, những ưu điểm của công nghệ, thiết bị, dẫn ra các mô hình đã áp dụng tiên bộ KHKT thành công; tôn vinh các cá nhân, mô hình thành công;... Đây là thông điệp ngầm chỉ cho bà con cách để “cho mùa bội thu”.

Qua khảo sát cho thấy, số lượng các bài phản ánh, phóng sự có nội dung về thực tiễn triển khai, phản ánh các mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN hiệu quả, mô hình kinh tế trang trại, mô hình liên kết sản xuất 4 nhà (nhà nước, nhà nông, doanh nghiệp, nhà khoa học), truyền bá kinh nghiệm sản xuất, phản biện các vấn đề liên quan,... có tần suất xuất hiện nhiều nhất trong chương trình, **62,50%** thể hiện qua biểu đồ dưới đây:

Biểu đồ 2.2: Tỷ lệ nội dung thông điệp KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn - VOV1



Biểu đồ 2.2 cho thấy, thông tin về thực tiễn triển khai hoạt động KH&CN gồm phản ánh các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN, thuận lợi, khó khăn trong việc áp dụng tiến bộ KH&CN trong sản xuất nông nghiệp, phản biện các vấn đề liên quan đến ứng dụng, chuyển giao công nghệ trong nông nghiệp, kinh nghiệm thực tiễn từ các mô hình sản xuất có ứng dụng KH&CN,... có tần suất xuất hiện nhiều nhất (**62,5%**). Trong đó, thông tin về các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN là chủ đạo. Điều này cũng đúng với những chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về việc phổ biến, đưa ra những cách làm hay, hiệu quả để nhân dân cùng học hỏi, làm theo, nhân rộng các mô hình. Tiếp đến là thông tin về các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp (giống cây trồng, vật nuôi mới, công nghệ, thiết bị, kỹ thuật, kết quả nghiên cứu, sáng chế và tôn vinh nhà sáng chế...) chiếm 28,10%. Thông tin về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, nông dân còn ít, chiếm 9,40%.

2.2.1.3. Chương trình truyền hình Chuyện nhà nông với nông nghiệp

Với Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1), trong 82 số phát sóng của chương trình được khảo sát, tác giả quan sát thấy có 66 số có thông điệp về KH&CN, chiếm 80,50%, cao hơn nhiều so với phát thanh (61,54%). Nội dung thông điệp về KH&CN cho nông dân trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp được thể hiện hấp dẫn, chi tiết hơn so với chương trình Nông nghiệp và Nông thôn.

Bảng 2.5: Số lượng số phát sóng của chương trình Chuyện nhà nông với Nông nghiệp – VTV1 có thông điệp về KH&CN.

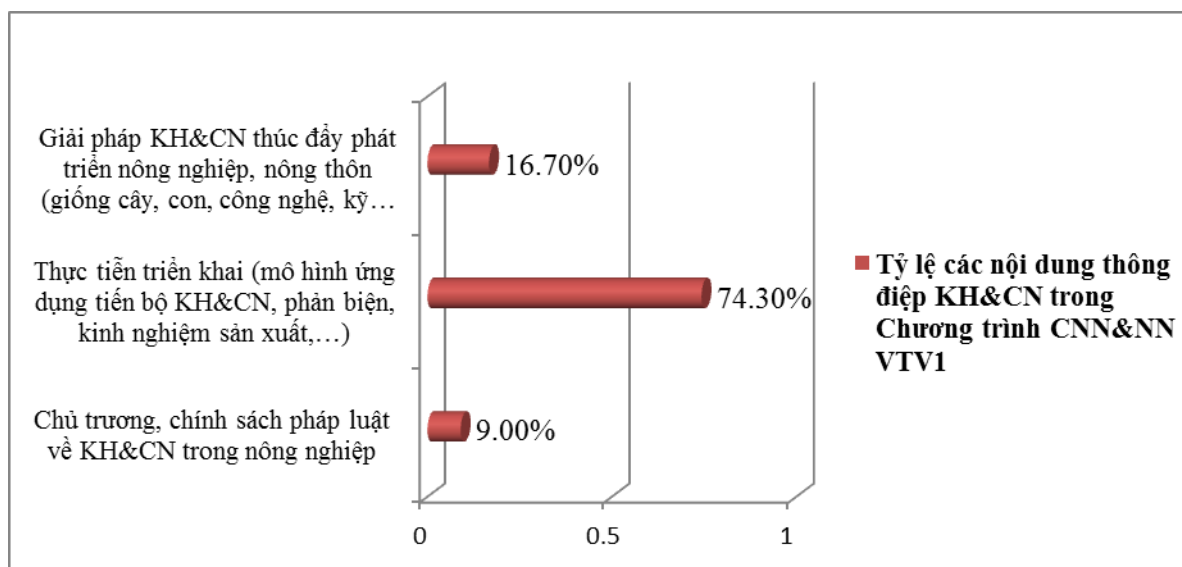
Đơn vị: Số phát sóng, phần trăm (%)

Tổng số chương trình khảo sát	Số phát sóng có thông điệp về KH&CN	Số phát sóng không có thông điệp về KH&CN
82	66	16
Tỷ suất (100%)	80,49%	19,51%

Biểu đồ 2.5 cho thấy, tỷ lệ các số phát sóng của chương trình có thông điệp KH&CN tương đối cao (80,50%), cao hơn nhiều so với chương trình phát thanh (61,54%). Thông điệp chủ yếu được chuyển tải qua câu chuyện về các mô hình ứng

dụng KH&CN hiệu quả, mô hình kinh tế mới, mô hình liên kết sản xuất, chuyển giao công nghệ, nông dân giàu lên nhờ ứng dụng KH&CN,... Qua đó, truyền bá, chia sẻ kinh nghiệm sản xuất, tạo động lực thúc đẩy nông dân tiếp tục ứng dụng KH&CN vào sản xuất, đời sống. Sự quan tâm, ưu tiên thời lượng phát sóng của chương trình cho việc truyền tải thông điệp KH&CN đến nông dân của VTV1 đã đúng với chủ trương, định hướng của Đảng và Nhà nước, thể hiện sâu sắc việc các cơ chế, chính sách đã và đang đi vào cuộc sống.

Biểu đồ 2.3: Tỷ lệ các nội dung thông điệp về KH&CN trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1.



Nhìn vào biểu đồ 2.4 thấy rõ sự chênh lệch khá lớn về phân bổ các nội dung thông điệp KH&CN được phản ánh. Chương trình dành sự ưu tiên cho việc phản ánh thực tiễn triển khai ứng dụng các tiến bộ vào sản xuất và các vấn đề liên quan như những thuận lợi, khó khăn, truyền bá kinh nghiệm sản xuất. Có 66/82 số có nội dung thông điệp về KH&CN, trong đó số lượng các nội dung về thực tiễn triển khai là 49/66 số, chiếm 74.30%. Tỷ lệ này cao hơn VOV1 (62.50%). Thông tin về các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp, nông thôn như các giống cây trồng, vật nuôi, kết quả nghiên cứu, công nghệ, kỹ thuật mới,... chiếm 16,70%. Thông tin về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN phát triển nông nghiệp nông thôn chiếm tỷ lệ khá ít 9%. Nguyên nhân đã giải thích ở mục 2.2.1.1.

2.2.1.2 Nội dung thông điệp truyền thông khoa học và công nghệ cho nông dân

Thông điệp truyền thông KH&CN, hay nói cách khác là nội dung và ý nghĩa khái quát từ những thông tin KH&CN được truyền tải qua các tác phẩm báo chí phát sóng trên các phương tiện truyền thông đại chúng (VOV1 và VTV1) cho nông dân tương đối rõ nét. Mỗi tác phẩm, thậm chí là hình ảnh, âm thanh, biểu đồ, hình họa,... đều hàm ý, chuyển tải những thông điệp nhất định. Nông dân tìm được những thông tin hữu ích cho sản xuất, đời sống. Còn nhà báo, chuyển tải được thông điệp đến đối tượng truyền thông. Nguồn phát thông điệp trong các tác phẩm báo chí được thể hiện đa dạng, phong phú, khi là lời của phóng viên, khi được thể hiện qua ý kiến các nhân vật, chuyên gia, biểu đồ, hình họa,... Tác giả nhận thấy, thông điệp về KH&CN cho nông dân được thể hiện qua một số nhóm nội dung sau:

2.2.1.3 Thông điệp về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN phục vụ phát triển nông nghiệp

Trong các tác phẩm của chương trình phát thanh, truyền hình khảo sát, thông điệp về chủ trương, chính sách pháp luật luôn có vai trò quan trọng, mặc dù chiếm tỷ lệ không cao bằng nội dung thực tiễn triển khai và giải pháp (9,0% so với 74,30% với truyền hình và 9,4% so với 62,50% với phát thanh), nhưng đó lại là những bài viết phản ánh rất sâu, giải thích cặn kẽ về những vấn đề trọng tâm, cốt lõi của chính sách KH&CN trong nông nghiệp như nông nghiệp CNC, phát triển doanh nghiệp KH&CN theo chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp KH&CN và tổ chức KH&CN công lập thực hiện cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm (Chương trình 592), tái cơ cấu ngành nông nghiệp, tích tụ ruộng đất,... Đồng thời khai thác sâu tác động của các cơ chế, chính sách, khó khăn, hạn chế, mong muốn của người dân.

Ví dụ:

Trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 27/7/2018 với chủ đề “Hiệu quả từ mô hình chuyển đổi”, thông điệp được đưa ra là, việc hỗ trợ KHKT kịp thời sẽ giúp người nông dân nâng cao hiệu quả ở các mô hình sản xuất nông nghiệp. Thay vì sản xuất đơn lẻ, những đơn hàng lớn được sản xuất theo dây chuyền, mô hình chuyên nghiệp, bền vững hơn; nhà khoa học, doanh nghiệp và các hộ dân cần gắn kết chặt chẽ; các hộ dân tham gia vào mô hình sản xuất mới sẽ là người

đầu tiên được hưởng lợi, nâng cao năng suất và nguồn thu nhập cho người dân; từ nay đến năm 2020, Chương trình 592 cùng với các cơ chế, chính sách hiện hành sẽ hỗ trợ tạo điều kiện tốt nhất để hình thành, phát triển thêm nhiều doanh nghiệp KH&CN. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai ứng dụng các kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ vào sản xuất, kinh doanh, đẩy mạnh thương mại hóa các sản phẩm hàng hóa.

Hay ví dụ trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, ngày 10/5/2018 đề cập đến chính sách trong nghiên cứu, ứng dụng tiên bộ KHKT, chính sách hỗ trợ phát triển nông nghiệp CNC: *“Ứng dụng KH&CN có vai trò quan trọng trong việc tăng năng suất, sản lượng cây trồng, vật nuôi. Tại Việt Nam, việc nghiên cứu, ứng dụng KH&CN trong nông nghiệp vẫn còn lỗ hổng lớn, dẫn đến hàm lượng chất xám trong nông sản thấp. Nhằm gỡ khó cho vấn đề này, thời gian qua đã có nhiều chính sách hỗ trợ nông nghiệp công nghệ cao được ban hành như ưu đãi vốn đầu tư, đất đai, các thủ tục hành chính”* (Trích từ kịch bản chương trình).

Đặc biệt, trong các tác phẩm viết về chính sách KH&CN đã gửi gắm được nhiều thông điệp tới thính giả, đó là sự quan tâm, đầu tư của Đảng, Nhà nước với việc đưa KH&CN phát triển nông nghiệp, đây là con đường ngắn nhất, hiệu quả nhất để thành công; xu hướng chuyên dịch chính sách hiện nay, đó là việc lấy doanh nghiệp làm trung tâm, hạt nhân, nông dân làm chủ thể, để từ đó doanh nghiệp sẽ có vai trò định hướng sản xuất cho người dân.

2.2.1.4. Thông điệp phản ánh thực tiễn triển khai

Nhóm nội dung này gồm các thuận lợi, khó khăn trong việc áp dụng tiên bộ KH&CN vào sản xuất nông nghiệp; phản biện những vấn đề về chính sách liên quan đến ứng dụng và phát triển KH&CN trong nông nghiệp; truyền bá kinh nghiệm thực tiễn từ các mô hình sản xuất có ứng dụng KH&CN của người nông dân; trả lời thắc mắc, tư vấn lựa chọn các giải pháp công nghệ, kỹ thuật;...

a. Phản ánh mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN, kỹ thuật mới hiệu quả, truyền bá kinh nghiệm sản xuất

Phổ biến kiến thức, chuyển giao các kết quả nghiên cứu KH&CN, kỹ thuật mới có vai trò rất quan trọng trong phát triển nông nghiệp và nông thôn, giúp người

nông dân làm chủ công nghệ, kỹ thuật, tạo ra sản phẩm có giá trị cao, tăng kích cầu nội địa, xóa đói, giảm nghèo. Qua khảo sát cho thấy, các bài viết phản ánh mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN, kỹ thuật, công nghệ mới hiệu quả và truyền bá các kinh nghiệm sản xuất được đặc biệt chú trọng, do đó chiếm tỷ lệ tương đối cao trong số các bài viết có thông điệp về KH&CN: Với phát thanh, có 28/64 bài có nội dung này (32 số phát sóng có nội dung KH&CN, mỗi số có 2 bài nên tổng số là 64 bài), chiếm 43,80%. Với truyền hình, có 44/66 số có nội dung nói trên, chiếm 66,70%.

Như trong Chương 1 đã đề cập, qua 15 năm (tính đến thời điểm tổng kết Chương trình, ngày 18/6/2015), Chương trình “Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ KH&CN phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi” đã triển khai 845 dự án tại các địa phương, xây dựng 2.501 mô hình sản xuất. Việc tuyên truyền, phổ biến thông tin về các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN, kỹ thuật mới hiệu quả, nhằm thúc đẩy ứng dụng, chuyển giao công nghệ là chủ trương lớn của Đảng, Nhà nước. Rất nhiều mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN được đề cập trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn là kết quả của các chương trình: nông thôn miền núi, 68, hỗ trợ phát triển nông nghiệp công nghệ cao,... do Bộ KH&CN hỗ trợ như mô hình trồng cam tại Cao Phong (Hòa Bình), sử dụng đệm lót sinh học trong chăn nuôi, mô hình nuôi cá nước ngọt, cánh đồng liên kết, nông nghiệp ứng dụng CNC, bảo vệ thương hiệu nông sản; liên kết 4 nhà trong sản xuất nông nghiệp;... Có thể kể đến chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 14/5/2018 đề cập đến mô hình sản xuất cà phê có hiệu quả tại Đà Lạt, Lâm Đồng hay chương trình ngày 14/6/2018 trên VOV1 chia sẻ với bà con nông dân về mô hình nuôi tôm tiêu chuẩn VietGap, hướng đi bền vững ở huyện Đầm Roi, Cà Mau; chương trình ngày 17/5/2018 giới thiệu mô hình chăn nuôi bò của gia đình ông Lê ở Quảng Bình, trong 3 năm qua nhờ chủ động áp dụng các tiến bộ KHKT đã giúp giảm giá thành, sức cạnh tranh của sản phẩm so với thịt bò nhập ngoại;... Thông điệp về KH&CN đã được chia sẻ, lan tỏa tới bà con nông dân, công chúng và xã hội, trong đó, nhiều mô hình làm kinh tế hiệu quả đã được nhân rộng. Đây là nội dung được phản ánh nhiều nhất trong các chương trình được khảo sát. Nội dung này có tần suất xuất hiện nhiều trên cả kênh phát thanh và truyền hình.

Ví dụ:

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 02/5/2018 với chủ đề phát triển kinh tế trang trại, phản ánh nhiều mô hình làm kinh tế giỏi. Kinh tế trang trại giống như chiếc chìa khóa mở ra cơ hội làm giàu cho nông dân với đa dạng các mô hình như tổng hợp, chăn nuôi, thủy sản, trồng trọt. Việc liên kết vùng, sản xuất theo mô hình chuỗi cung ứng, cùng nông dân lên kế hoạch sản xuất, làm hợp đồng trước khi sản xuất thực sự đã đem lại hiệu quả cao. Chương trình nhấn mạnh mô hình nhà ông Tám ở Hưng Yên đã thành công nhờ nghiên cứu, ứng dụng KHKT vào sản xuất, chuyển sang mô hình trang trại nên nhà ông luôn được thương lái bao tiêu, mỗi năm thu 13 – 16 tấn nhãn, thu nhập gần 400 triệu đồng. Thông điệp ông đưa ra tới bà con nông dân và cộng đồng xã hội đó là: *“Mô hình kinh tế trang trại cần kiên trì và nghiên cứu, ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật để đem lại hiệu quả cao”*.

Thông điệp cũng được thể hiện qua ý kiến của Chủ tịch Hội nông dân *“Việc đưa khoa học kỹ thuật vào sản xuất cho sản phẩm đồng đều về chất lượng, tạo ưu thế tốt hơn khi liên kết với đơn vị phân phối, tiêu thụ. Chỉ có mô hình trang trại mới phát triển bền vững, bởi có thể liên kết, tạo thành các vùng sản xuất tập trung, ký kết với các doanh nghiệp, phát triển bền vững với kinh tế nông hộ”*.

Ví dụ:

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 06/6/2018 đề cập đến mô hình nuôi lợn hiệu quả bằng đệm lót sinh học tại Hà Nam. Mô hình này đã được áp dụng 8 năm, có nhiều ưu điểm, tận dụng được phụ phẩm với chi phí thấp, giảm nhân công, xử lý hiệu quả vấn đề ô nhiễm môi trường, nâng cao đời sống nông dân.

Ví dụ:

Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp trên kênh VTV1, ngày 24/2/2018 nói về hiệu quả từ mô hình sản xuất chè an toàn ở Thái Nguyên. Hàng chục hộ dân xã Phúc Xuân thành phố Thái Nguyên thực sự khởi sắc khi những vườn chè của gia đình luôn đem lại thu nhập khá với giá trị từ 300 – 800 triệu đồng/ha chè. Thông điệp được đưa ra là *“Đây là kết quả của việc thay đổi tư duy từ thói quen canh tác manh mún, lạc hậu sang việc áp dụng những tiến bộ KHKT vào sản xuất, đặc biệt từ khi tham gia vào hợp tác xã chè Tân Hương, với mô hình sản*

xuất chè theo tiêu chuẩn UTZ – mô hình được chứng nhận toàn cầu trong cấp chứng chỉ sản xuất các sản phẩm chè tốt, có trách nhiệm, truy nguyên nguồn gốc, an toàn thực phẩm”.

Một chương trình có thể có nhiều thông điệp. Việc đưa ra các thông điệp truyền thông như vậy đã đạt được các mục đích: chỉ rõ cho bà con thấy được các cách làm giàu, nguyên nhân, vai trò của KH&CN trong đời sống, sản xuất; khuyến khích bà con nông dân học hỏi cách ứng dụng tiến bộ KHKT vào sản xuất, nuôi trồng hiệu quả cao. Trong chương trình cũng có những thông tin mang tính chỉ dẫn KHKT như chỉ rõ cách làm, nguồn gốc kết quả nghiên cứu, tác giả của sáng chế, địa chỉ ứng dụng các tiến bộ KHKT, trả lời câu hỏi, thắc mắc của nông dân,...

b. Trả lời thắc mắc của người nông dân về các vấn đề phát sinh trong sản xuất nông nghiệp

Trả lời thắc mắc là nội dung chỉ dẫn - tư vấn về KHKT được nhiều nông dân quan tâm, bởi lẽ đó là những vấn đề họ đang gặp trong thực tế sản xuất. Chỉ có chương trình Nông nghiệp và Nông thôn trên VOV1 mới có hình thức thể hiện thông điệp này (có 7 bài trên tổng số 64 bài (32 số có nội dung KH&CN), chiếm 10,90% có chuyên gia, kỹ sư nông nghiệp,... trả lời các câu hỏi độc giả gửi đến chương trình theo hình thức MC đọc câu hỏi, chuyên gia trả lời. Đó có thể là thắc mắc của người dân về đặc điểm, ưu điểm của giống cây trồng, loại phân bón mới được nghiên cứu, đưa vào sử dụng; cách lựa chọn công nghệ, kỹ thuật, quy trình chăm sóc cây trồng, vật nuôi.

Ví dụ:

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 03/6/2018 có bài phản ánh việc thay đổi thời tiết cũng như biến đổi khí hậu đã ảnh hưởng không nhỏ đến việc sản xuất của bà con, đặc biệt với vùng trồng cây công nghiệp lâu năm. Vì vậy, việc sử dụng công nghệ tưới tiết kiệm là một giải pháp lâu dài để thích ứng với biến đổi khí hậu. Sau bài phản ánh là phỏng vấn chuyên gia về cách sử dụng công nghệ này.

2.2.2.3. Các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển nông nghiệp

a. Phản ánh việc áp dụng giống cây, con mới, kết quả của các đề tài nghiên cứu KH&CN

Thực tế, thời gian qua có rất nhiều công nghệ, kỹ thuật, sáng chế, giống cây trồng, vật nuôi,... là kết quả nghiên cứu được đưa vào ứng dụng, chuyển giao cho

nông dân. Nhờ đó, giúp tăng năng suất, chất lượng, hiệu quả giá trị sản xuất nông nghiệp. Việc ứng dụng các giống cây, con mới vào sản xuất nông nghiệp đã được khẳng định hiệu quả rõ rệt. Đây cũng là nội dung chiếm thời lượng khá lớn trong 2 chương trình khảo sát và ở phát thanh nhiều hơn truyền hình: 13/64 bài, chiếm 20,30% với phát thanh và 5/66 số phát sóng, chiếm 7,60% với chương trình truyền hình. Điều này chứng tỏ VOV1 và VTV1 cũng đã bám sát và thực hiện đúng chủ trương, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước về truyền thông KH&CN cho nông dân với 3 nhóm nội dung thông điệp như đã trình bày ở chương 1. Có thể dẫn chứng thêm số liệu để làm rõ hơn việc đã có nhiều giống cây trồng, vật nuôi, kỹ thuật nông nghiệp ứng dụng vào thực tiễn: theo báo cáo tại Hội nghị về tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết 26 ngày 07/9/2018, KH&CN đã có bước phát triển mạnh, làm tăng sản lượng, đóng góp trên 30% giá trị gia tăng của sản xuất nông nghiệp, các mô hình ứng dụng CNC trong nông nghiệp giúp tăng hiệu quả kinh tế từ 10 - 30%. Riêng từ 2009 - 2017, Bộ NN&PTNT đã công nhận 309 giống cây trồng, 203 tiến bộ kỹ thuật mới và đưa vào ứng dụng trong sản xuất [61]. Trong hai chương trình khảo sát, tác giả nhận thấy, các kết quả nghiên cứu là giống cây trồng như giống lúa TBR-1, TBR36, TBR45, Thái Xuyên 111;... và vật nuôi như bò, lợn, vịt,... được đề cập nhiều trong các bài viết.

Ví dụ:

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 01/6/2018 đưa ra thông điệp: việc áp dụng công nghệ tiên tiến trong lai tạo con giống (giống lợn tại Thanh Hóa, Nghệ An, Hòa Bình) cho năng suất cao, kiểm soát được con giống.

Hay Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 27/01/2018 với chủ đề “*Vị thế mới cho trái cây đồng bằng*”, đưa ra thông điệp nhờ áp dụng các công nghệ, quy trình chăm sóc hiện đại theo Globalgap, đã hình thành vùng chuyên canh, cùng nhiều viện, trường, các nhà nghiên cứu khoa học của Viện Cây ăn quả miền Nam không chỉ chuyển giao tốt các kỹ thuật canh tác mà còn lai tạo ra nhiều giống mới, chất lượng.

Hoặc trong chuyên mục “Nhà nông cần biết” của Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 11/5/2018, các chuyên gia đã tư vấn cho bà con nông dân giống lúa mới thay thế cho giống Bắc thơm 7. Nội dung được thể hiện dưới dạng phóng viên

đọc câu hỏi của thính giả Trần Thị Lý, ở Hải Hậu, Nam định hỏi, chuyên gia trả lời về đặc điểm của giống lúa mới, so sánh đặc tính 2 giống lúa.

b. Áp dụng kỹ thuật chăm sóc cây trồng, vật nuôi, lựa chọn phân bón, công nghệ; tôn vinh các gương điển hình ứng dụng KH&CN

Có thể nói, những người thực hiện chương trình phát thanh và truyền hình được khảo sát đã bám sát, chuyển tải đúng yêu cầu những nhóm thông điệp được đề ra trong các văn bản quy phạm pháp luật về phát triển KH&CN. Từ thông điệp về chủ trương, chính sách pháp luật về KH&CN trong nông nghiệp của Đảng, Nhà nước đến phản ánh thực tiễn triển khai việc áp dụng tiến bộ KH&CN trong sản xuất nông nghiệp, phản biện các nội dung của cơ chế, chính sách liên quan,... Qua đó, phát hiện nhiều nhân tố mới, tấm gương điển hình trong ứng dụng, chuyển giao tiến bộ KH&CN vào sản xuất. Đồng thời, cung cấp thông tin về các giải pháp KH&CN thúc đẩy phát triển sản xuất nông nghiệp (giống cây trồng, vật nuôi mới, công nghệ, thiết bị, kỹ thuật, kết quả nghiên cứu, sáng chế và tôn vinh nhà sáng chế...).

Trồng bất kỳ cây trồng nào cũng phải tìm hiểu về sự thích hợp của cây với vùng đất, điều kiện thời tiết khí hậu, qui trình bón phân, phòng trừ sâu bệnh,... Với các giống vật nuôi cũng vậy. Việc trồng cây gì, nuôi con gì mang tính thời vụ nên nếu đưa thông tin vào đúng thời điểm, sẽ rất hữu ích với người dân. Trong quá trình khảo sát, tác giả nhận thấy có một số bài viết tôn vinh các gương nông dân điển hình làm kinh tế giỏi, hoặc nhà sáng chế có những sản phẩm phục vụ sản xuất nông nghiệp hiệu quả. Việc tôn vinh như vậy sẽ khích lệ, tạo động lực để người nông dân mạnh dạn tìm tòi, nghiên cứu, sáng tạo để tiếp tục có được các giải pháp phát triển KH&CN trong nông nghiệp. Nhóm thông tin này có tỉ lệ lần lượt trên phát thanh 7,80%, truyền hình 9,10%.

Ví dụ:

Trong Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 10/6/2018 nói về việc các giải pháp để bà con hiểu được giá trị cây mắc ca, nắm được kỹ thuật trồng, chăm sóc, để tránh tái diễn cảnh trồng, chặt, có thái độ thận trọng khi quyết định đầu tư cho cây mắc ca. Đồng thời đưa ra ý kiến của chuyên gia Úc về kinh nghiệm trồng, phát triển cây mắc ca tại Úc để nông dân tham khảo.

2.2.2. Hình thức thể hiện thông điệp KH&CN cho nông dân trong các chương trình khảo sát

Tác dụng của thông điệp không chỉ tùy thuộc vào điều đó nói cái gì (nội dung truyền đạt) mà còn ở cách nói ra sao (hình thức thể hiện nội dung thông điệp). Đối với mỗi loại hình, những người làm chương trình đều có chiến lược tận dụng thế mạnh của từng loại hình để chuyển tải thông điệp sao cho hiệu quả cao nhất.

Những người thực hiện chương trình phát thanh và truyền hình khảo sát đều đã nghiên cứu tương đối kỹ đối tượng truyền thông (trình độ học vấn, văn hóa, thói quen nghe, xem, tiếp nhận thông tin,...) để đặt ra mục tiêu, hình thức thể hiện thông điệp phù hợp. Đối với phát thanh, do không truyền thông bằng hình ảnh như truyền hình nên văn phong, lời lẽ, âm thanh, tiếng động được đặc biệt trau chuốt, chú trọng. Đối với truyền hình, thông điệp được thể hiện qua hình ảnh, biểu đồ, đồ họa, âm thanh, lời nói, màu sắc, chữ (hàng title) chạy bắt mắt, thu hút người xem, đã có rất nhiều hình ảnh mới lạ và tương phản được sử dụng.

Qua khảo sát, có thể thấy một số điểm nổi bật sau:

2.2.2.1. Nguồn thông điệp

Khảo sát cũng cho thấy, nguồn phát đi thông điệp về KH&CN trong các chương trình rất đa dạng, gồm phóng viên, biên tập viên, nhà quản lý, nông dân, nhà phân phối... Trong đó, các chương trình đều sử dụng các phát biểu của nông dân, giúp khán thính giả là nông dân thấy gần gũi, thân thiết, tạo tâm lý “người ta làm được mình cũng làm được”.

Nhà khoa học được các đài lựa chọn, mời phỏng vấn chủ yếu là những người đang công tác tại các Bộ NN&PTNT, Bộ KH&CN, Viện nghiên cứu, các trường Đại học, đội ngũ khuyến nông của Nhà nước, cán bộ kỹ thuật của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung ứng vật tư nông nghiệp (sản xuất, kinh doanh giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật,...), chuyên gia của các Hiệp hội, Chi cục.

Trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, một số nhân vật quen thuộc đó là ông Nguyễn Đăng Vang – Chủ tịch Hiệp hội chăn nuôi Việt Nam; lãnh đạo một số đơn vị thuộc Bộ KH&CN như ông Nguyễn Hồng Hà – Phó Vụ trưởng Vụ phát triển KH&CN địa phương (nay đã nghỉ hưu), lãnh đạo Vụ KH&CN các ngành kinh

tế kỹ thuật; ông Bùi Ngọc Hùng – phụ trách kỹ thuật của Công ty Giống cây trồng Thái Bình; lãnh đạo Bộ NN&PTNT;...

Việc chọn nhà khoa học tham gia chương trình của phát thanh thường theo chuyên môn, lĩnh vực, là người am hiểu thực tế, giọng nói ấm áp, dễ nghe, phong thái diễn đạt chậm rãi, gần gũi, thân thiện, có khiếu hài hước để dẫn dắt, làm câu chuyện hấp dẫn hơn. Đặc biệt, nhà khoa học tham gia chương trình trả lời trực tiếp, phỏng vấn, tư vấn công nghệ, kỹ thuật,... như chuyên mục “Cho mùa bội thu”, “Nhà nông cần biết”, phải thực sự là người “hiểu” nông dân, hiểu lĩnh vực mình sẽ đề cập đến.

Trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, một số lãnh đạo thường hay xuất hiện trong phỏng vấn đó là: Bộ trưởng Bộ KH&CN, Bộ trưởng Bộ NN&PTNT, Thứ trưởng Bộ NN&PTNT Lê Quốc Doanh, nhà khoa học của Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam, lãnh đạo Sở KH&CN các địa phương, đại diện Trung tâm Ứng dụng tiến bộ KH&CN, Sở KH&CN các địa phương;... Nhân vật được nhắc đến trong phóng sự là những nông dân, chủ trang trại, chủ mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN, hợp tác xã,... Do mỗi phóng sự là một câu chuyện thực hiện ở một hoặc nhiều địa phương khác nhau, nên thường lấy ý kiến của lãnh đạo địa phương đó. Việc phỏng vấn, lấy ý kiến các cơ quan quản lý có liên quan như Chi cục, lãnh đạo UBND tỉnh, huyện, xã, Sở KH&CN,... làm rõ hơn câu chuyện được phản ánh.

Thông điệp truyền thông KH&CN có khi do người dân đưa ra, hoặc thông qua việc đưa ra mô hình thành công của nông dân. Ví dụ, nhờ áp dụng tiến bộ KH&CN (kỹ thuật nào, công nghệ gì) nên đã có kết quả tốt như thế nào (tăng giá trị, chất lượng sản phẩm, điều kiện kinh tế gia đình tốt hơn). Như vậy, sẽ giải quyết được thắc mắc của những người nông dân về cách làm giàu, tạo động lực vươn lên làm giàu cho những hộ nông dân khác. Nông dân nói – nông dân nghe là cách tuyên truyền rất hiệu quả cho đối tượng nông dân, bởi đây là đối tượng được xem như bằng vai phải lứa, tạo cảm giác gần gũi, thân thiện, “người ta làm được mình cũng làm được”. Tất cả các chương trình có nội dung KH&CN đều áp dụng hình thức này.

Nhà khoa học nói hay nhà báo cũng không thuyết phục bằng chính nông dân nói. Do vậy, việc chọn điển hình nông dân cũng phải cẩn trọng, thuyết phục. Trong

bài viết, chọn những nông dân đã từng thất bại rồi sau đó thành công khi ứng dụng kỹ thuật mới, hiệu quả tuyên truyền sẽ cao hơn chọn gương nông dân làm gì cũng thành công. Cách chọn lựa này được 2 chương trình áp dụng thông qua việc chia sẻ về kinh nghiệm làm giàu của nông dân. Ví dụ, trường hợp của tám gương 2 vợ chồng trẻ tại Thường Xuân – Thanh Hóa với ước mơ nông nghiệp xanh trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 4/5/2018.

Trong các tác phẩm báo chí được khảo sát, nội dung thông điệp truyền thông KH&CN cũng được nhà báo, phóng viên, biên tập viên đưa ra. Bởi họ là người nắm rõ nhất thông điệp muốn chuyển tải, đồng thời có nền tảng thông tin đầy đủ, kiến thức nhất định về vấn đề đang nói đến.

Ví dụ: Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 16/6/2018, biên tập viên đưa ra thông điệp sau đó nhân vật sẽ minh chứng, làm rõ và khẳng định nội dung thông điệp: *“Những năm trước, người dân Huyện Sơn chưa có nhiều kinh nghiệm trong trồng, chăm sóc na nên năng suất chưa cao, quả chín rộ trong thời gian ngắn, hiệu quả kinh tế thấp. Qua hàng chục năm trồng, chăm sóc, được sự hướng dẫn của Phòng NN&PT NT huyện Lục Nam, ông Phương Minh Hiến là một trong những người đầu tiên áp dụng thành công quy trình kỹ thuật để na ra sai quả. Đặc biệt, với kỹ thuật khống chế để na mọc quả từ thân, ra trái vụ, đã đem lại hiệu quả kinh tế cao hơn rất nhiều so với trước đây”.* Sau đó ông Phương Minh Hiến – xã Huyện Sơn, Lục Nam, Bắc Giang chia sẻ rõ thêm *“Đầu tiên là làm thí điểm với vài chục kg, sau khi có kinh nghiệm, mình làm vài tấn. Việc cho na trái vụ có thuận lợi là rải được vụ, thời gian thu hoạch tháng 9-10, ít trái cây nên giá cũng tốt hơn, quả ngọt hơn”.*

Còn với các nhà quản lý, họ thường chuyển tải thông điệp là sự quan tâm, đầu tư của Nhà nước, Trung ương, địa phương tới vấn đề đang nói đến được hiện thực hóa bằng các cơ chế, chính sách.

Ví dụ: Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 9/6/2018 với chủ đề *“Đột phá từ cây dược liệu”*, đề cập đến việc trồng cây sâm ở Kon Tum, liên kết giữa người dân và doanh nghiệp, có chính quyền hỗ trợ, mang lại thu nhập gấp nhiều lần so với các loại cây khác trước đây người dân trồng như ngô, lúa, khoai,...

Có được kết quả đó là nhờ có sự tham gia của KH&CN trong việc nghiên cứu cây giống mới, kỹ thuật chăm sóc,... Bộ KH&CN đã đầu tư cho dự án “*Nghiên cứu hoàn thiện quy trình công nghệ nhân giống, canh tác, mở rộng sản xuất, xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia cho Sâm Ngọc Linh*” và mới đây cũng đã khánh thành Trung tâm Quốc gia nghiên cứu và phát triển Sâm Ngọc Linh. Biên tập viên của chương trình đã phỏng vấn Bộ trưởng Bộ KH&CN Chu Ngọc Anh khi ông thăm vườn sâm Ngọc Linh tại Huyện Nam Trà My, tỉnh Quảng Nam: “*Trồng và phát triển cây sâm Ngọc Linh dưới tán rừng vừa góp phần tạo được giá trị gia tăng rất cao phát triển đời sống, đồng thời giúp bảo vệ môi trường, giữ gìn độ che phủ của tán rừng. Qua đó, chúng ta có được giải pháp rất giá trị trong phát triển kinh tế một cách bền vững*”. Việc xuất hiện của một lãnh đạo cơ quan quản lý cũng thể hiện thông điệp rằng vấn đề đang được nói đến thu hút sự quan tâm, đầu tư của các cấp, ngành, địa phương.

Hoặc trong phóng sự về việc làm giàu từ nuôi chim yến ở Phú Yên (14/4/2018), ông Văn Liễu Kim Giao – phụ trách kỹ thuật của Trung tâm Ứng dụng & Chuyển giao CN, Sở KH&CN Phú Yên đưa ra thông điệp khẳng định vai trò quan trọng của việc áp dụng tiến bộ KH&CN, chứ không phải yếu tố may mắn tạo nên thành công: “*Trước đây ở Phú Yên mọi người đều tin vào yếu tố may mắn để nuôi yến nhiều hơn. Chúng tôi đã làm tăng tỷ lệ thành công, yếu tố kỹ thuật quyết định 80 - 90 % chứ không phải là yếu tố may mắn... Vì vậy chúng tôi tiếp nhận kỹ thuật, xây dựng những mô hình nuôi chim yến ở Phú Yên*”.

Ông Nguyễn Trọng Lực – Phó Giám đốc Trung tâm Ứng dụng & Chuyển giao CN, Sở KH&CN Phú Yên đã đưa ra thông điệp: “*Trên cơ sở công nghệ của Công ty yến sào Khánh Hòa chuyển giao, chúng tôi hoàn thiện công nghệ phù hợp với điều kiện của Phú Yên, đúc kết kinh nghiệm, triển khai áp dụng các tiến bộ kỹ thuật đó cho các nhà yến, giảm rủi ro đầu tư, tăng hiệu quả kinh tế cho người dân*”.

Điểm mạnh và cũng là điều đặc biệt, các phóng sự được xây dựng rất công phu, số lượng người tham gia phỏng vấn tương đối phong phú, thể hiện nhiều góc nhìn đa chiều, từ cơ chế chính sách, đến những thuận lợi, khó khăn khi triển khai, chia sẻ kinh nghiệm áp dụng tiến bộ KH&CN của người dân,... Đặc biệt, còn có sự “xác nhận” của những người liên quan về kết quả, mô hình hay nhân vật đang nói đến. Ví dụ, để khẳng

định thêm hướng đi đúng đắn – trồng rau sạch trong nhà lưới, nhà kính của “siêu nông dân đất Bắc” Tăng Xuân Cường, xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương (chương trình Chuyện nhà nông với Nông nghiệp ngày 05/1/2018), phóng sự có đưa ý kiến đại diện Công ty CP Đầu tư và Phát triển An Phát, Hà Nội: “*Đây là mô hình hiện đại chuyên trồng cây lan hồ điệp được anh Trường ứng dụng vào trồng rau sạch. Nhà lưới, nhà kính điều hòa được ánh sáng, nhiệt độ, rất lý tưởng với mô hình trồng rau cũng như uơm giống mới*”.

2.2.2.2. Thời lượng phát sóng thông điệp về KH&CN

a. Chương trình phát thanh

Theo khảo sát, từ ngày 01/5/2018 đến 22/6/2018, Đài TNVN thông qua chương trình Nông nghiệp và Nông thôn (52 số của chương trình) đã cung cấp, chuyển tải các thông điệp về KH&CN cho nông dân với thời lượng đã phát sóng là **288/520 phút** chiếm **55,40%** tổng thời lượng phát sóng. Trong số 52 số đã phát sóng, có 32 số có thông điệp về KH&CN cho nông dân, mỗi số 10 phút với tổng thời lượng là 320 phút. Tuy nhiên, mỗi chương trình đều có nhạc hiệu, nhạc cắt và nhạc chào kết, mỗi số trung bình 1 phút, do đó khi trừ phần nhạc hiệu, thời lượng phát thông điệp về KH&CN cho nông dân chỉ còn 288 phút. Số liệu thể hiện trong bảng dưới đây.

Bảng 2.6: Thời lượng phát sóng thông điệp KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1

Nhạc hiệu, nhạc cắt, lời chào kết, giới thiệu nhà tài trợ, sản phẩm	Thông điệp KH&CN	Thông tin khác liên quan đến nông nghiệp, nông thôn
52 phút	288 phút	180 phút
10%	55,40%	34,60%

Nhìn vào bảng 2.6, có thể thấy nội dung thông điệp về KH&CN chiếm thời lượng tương đối lớn trong chương trình. Mỗi số phát sóng của chương trình đều có 2 bài viết riêng biệt, tuy nhiên, thông điệp KH&CN thường chỉ xuất hiện ở 1 trong 2 bài, rất ít số phát sóng từ đầu đến cuối đều viết về KH&CN. Các số phát sóng không có nội dung KH&CN thường đề cập đến vấn đề lao động nông thôn lên thành

phổ, giải quyết việc làm; giá thực phẩm tăng; chống nóng cho đàn vật nuôi; “giải cứu” nông sản; phòng chống, giảm nhẹ thiên tai;...

b. Chương trình truyền hình

Về thời lượng, từ tháng 01/2017 đến tháng 8/2018, Đài THVN thông qua chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp đã cung cấp, chuyển tải các thông tin, thông điệp về KH&CN cho nông dân với thời lượng đã phát sóng là **858** phút, chiếm **80,50%** tổng thời lượng phát sóng ($13 \text{ phút} \times 82 \text{ chương trình} = 1.066 \text{ phút}$). Do trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, hình hiệu, title, bảng chữ chạy đều mang thông điệp KH&CN và là những gì tinh túy, cốt yếu nhất của tác phẩm (ví dụ, trong hình hiệu có cất những hình ảnh quan trọng của phóng sự, cũng mang thông điệp truyền thông KH&CN) nên tác giả không tách riêng thời lượng phát nhạc hiệu như trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn (VOV1).

Bảng 2.7: Thời lượng phát sóng thông điệp KH&CN trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1

Tổng thời lượng phát sóng của chương trình	Thông điệp KH&CN	Thông tin khác liên quan đến nông nghiệp, nông thôn
82 số = 1.066 phút	66 số = 858 phút	16 số 180 phút
100%	80.50%	19.50%

Có thể nói, chương trình đã rất chú trọng đến việc đưa thông tin KH&CN, kỹ thuật sản xuất nông nghiệp tới bà con nông dân. Thông điệp KH&CN phần lớn đều được khai thác sâu, phủ khắp cả chương trình của tất cả các số phát sóng. Còn các chương trình không có nội dung KH&CN thường đề cập đến các vấn đề như: cơ giới hóa nông nghiệp, tích tụ ruộng đất, chính sách hỗ trợ vay vốn và giải ngân, thiên tai, bão lũ,...

2.2.3. Thể loại báo chí

Một đặc điểm nữa về cách thức thể hiện các thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân đó là, rất nhiều thể loại báo chí đã được sử dụng. Trong đó, bài phản ánh và phóng sự chiếm tỉ lệ nhiều hơn.

2.2.3.1. Chương trình phát thanh

a. Bài phản ánh

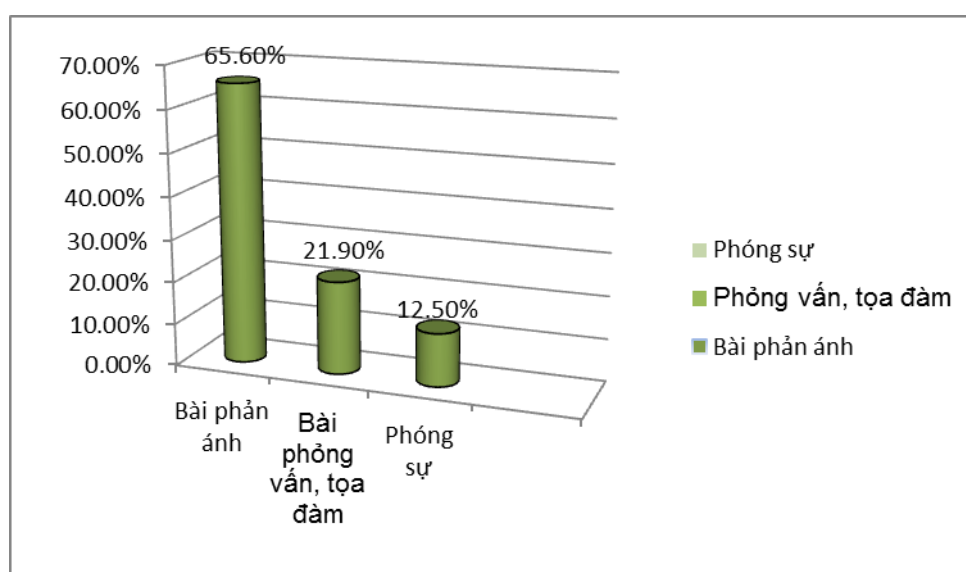
Qua khảo sát cho thấy, trên sóng phát thanh, đặc biệt là chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, lượng bài phản ánh chiếm tỷ lệ lớn, rất ít thể loại tin. Các biên tập viên đã bám sát để phản ánh cuộc sống đa dạng của cư dân nông thôn, các mô hình liên kết cơ giới hóa sản xuất, liên kết 4 nhà: nhà nông – doanh nghiệp – nhà nước - nhà khoa học, gương nông dân điển hình làm giàu nhờ ứng dụng KH&CN, mô hình nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, việc chưa chú trọng áp dụng các tiến bộ KHKT, công nghệ mới vào sản xuất, kinh doanh tại một số vùng miền,...

Đặc điểm của các bài phản ánh trong chương trình phát thanh là ngôn ngữ ngắn gọn, gần gũi với cuộc sống, kết cấu gắn liền với sự thật. Nhiều bài phản ánh với thời lượng 3 phút gồm cả phản ánh, ý kiến nhân vật, lời bình.

Khảo sát cho thấy, số lượng các bài phản ánh chiếm tỷ lệ nhiều nhất (**65,6%**), gồm 42/64 bài được sử dụng trong chương trình (do mỗi số phát sóng của chương trình phát thanh đều có 2 bài viết nên 32 số có nội dung KH&CN sẽ có 64 bài viết với các thể loại khác nhau), tiếp đó đến bài phỏng vấn, tọa đàm 14/64 bài, chiếm 21,9%, cuối cùng là phóng sự, 8/64 bài, chiếm 12,5%.

Biểu đồ 2.4: Tỷ lệ sử dụng thể loại báo chí mang thông điệp truyền thông về KH&CN trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn - VOV1.

Đơn vị: Phần trăm (%)



b. Phóng sự

Phóng sự là thể loại được sử dụng tương đối nhiều, đứng thứ 2 sau loại bài phản ánh. Loại hình này tuân thủ theo lối đơn tuyến, ít tình tiết đan xen quá phức tạp, chi tiết tiêu biểu được lựa chọn để tái hiện hình ảnh rõ ràng tới người nghe. Trong quá trình thể hiện phóng sự, chính kiến, thái độ và cảm xúc của phóng viên bộc lộ rõ qua việc phân tích, cắt nghĩa, lý giải sự kiện, vấn đề đó. Dựa trên các tiêu chí khác nhau để chia phóng sự thành nhiều loại, nhưng qua các số phát sóng của chương trình phát thanh khảo sát có thể thấy chủ yếu các thể loại phóng sự được sử dụng là phóng sự sự kiện, chân dung và vấn đề.

Phóng sự sự kiện: Cũng như tin tức, phóng sự bám sát các sự kiện về nông nghiệp và KH&CN, chủ yếu là các hội nghị, hội thảo, sự kiện về nông nghiệp. Thông điệp về KH&CN được chuyển tải là vai trò quan trọng của KH&CN trong tham gia, đóng góp phát triển lĩnh vực nông nghiệp, những khó khăn, thách thức.

Phóng sự chân dung: Thể loại này tương đối phổ biến, ghi nhận chân thực, sinh động nhất về các nhà khoa học, tài năng trẻ, học sinh, sinh viên, nhà sáng chế,... có các sản phẩm, giải pháp, sáng kiến hữu ích mang giá trị kinh tế cao; các điển hình tiên tiến trong nghiên cứu, ứng dụng, chuyển giao công nghệ.

Ví dụ: Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 26/5/2018 tôn vinh 2 kỹ sư trẻ của Công ty Phân bón và hóa chất Dầu khí đã có giải pháp sáng tạo, sáng kiến, sáng chế đạt thành tích xuất sắc trong phong trào thi đua lao động được trao giải cao tại buổi Lễ “Người thợ trẻ giỏi” lần thứ 9 của Trung ương Đoàn.

Phóng sự vấn đề: Là các phóng sự chuyên sâu tìm hiểu thực trạng và giải pháp để trả lời thắc mắc của công chúng về một vấn đề, xu hướng KH&CN trong cuộc sống.

Ví dụ:

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 29/5/2018 đề cập đến xu hướng nuôi tôm an toàn đạt hiệu quả cao và bền vững, thông điệp đưa ra là khẳng định đây là hướng đi rất khoa học, đáng tin cậy, có lợi cho bà con: Phóng viên Hà Phương phản ánh thực trạng, những thách thức của ngành nuôi tôm, sự cần thiết phải xây dựng mô hình nuôi tôm an toàn, hiệu quả cao. Sau đó dẫn vào các câu chuyện của

doanh nghiệp đã thành công nhờ áp dụng các tiến bộ KHKT để cải tiến phương pháp nuôi như mô hình nuôi tôm thẻ chân trắng theo quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP) tại tỉnh Thái Bình. Các nhân vật trong phóng sự cung cấp thông tin rõ ràng, cụ thể về mô hình VietGAP, hiệu quả, hình thức tiêu thụ sản phẩm, đảm bảo đầu ra. Thông điệp được đưa ra là *“Các khâu chọn giống, quản lý thức ăn tốt, sử dụng chế phẩm sinh học, mạnh dạn áp dụng kiến thức, tiến bộ KHKT, công nghệ mới, liên kết trong sản xuất, tạo đầu ra ổn định cho sản phẩm là phương thức chắc ăn, ít rủi ro, lợi nhuận cao, thậm chí cao hơn 4 - 5 lần so với phương pháp nuôi tôm truyền thống”*.

c. Thể hiện và dàn dựng

Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn có sự thể hiện phong phú, không chỉ thể hiện qua giọng đọc của các phát thanh viên mà còn ở cách dàn dựng nội dung công phu. Các chuyên mục của chương trình mang tính tương tác cao như “Nhà nông cần biết”, “Cho mùa bội thu” với thông điệp ngắn gọn, dễ hiểu đã tăng tính hấp dẫn cho chương trình. Mặc dù không phải là chương trình phát thanh trực tiếp mà là chương trình thu trước khi phát sóng, nhưng chương trình mang tính tương tác cao nhờ việc trả lời thắc mắc, tư vấn của các chuyên gia, nhà khoa học, câu hỏi độc giả gửi đến, tương tác giữa MC với khách mời,... Biên tập viên, dẫn chương trình đều là những người am hiểu lĩnh vực nông nghiệp và KH&CN. Về dàn dựng, người dàn dựng đã đạt yêu cầu đề ra khi cho nhạc cất vào sau mỗi bài viết, chọn nhạc cất phù hợp. Các tác phẩm phát thanh trong chương trình đa dạng về lời nhân chứng với tính cách, tâm trạng, hoàn cảnh được khắc họa nổi bật. Tuy nhiên, hơi ít tiếng động hiện trường.

Tóm lại, với kết cấu, hình thức như trên, có thể đánh giá chương trình phát thanh chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN dành cho đối tượng là nông dân khá hấp dẫn về hình thức, phong phú về nội dung lại được thực hiện thường xuyên hàng ngày nên đáp ứng khá tốt nhu cầu tìm hiểu về KHKT nông nghiệp của nông dân.

d. Tin

Thể loại tin trong chương trình rất ít, đặc biệt không có tin hay bản tin về nội dung KH&CN. Các tin xuất hiện trong chương trình thường cập nhật tình hình mưa

bão, lũ lụt đang diễn ra (mang tính thời sự rất cao). Ví dụ, trong chương trình ngày 7/6/2018, trước khi vào nội dung chính, phát thanh viên cập nhật tình hình dự báo bão (con bão số 2), những lưu ý của chuyên gia. Việc dàn dựng 2 bài hoặc 1 phóng sự trong một chương trình 10 phút như vậy tương đối hợp lý.

e. Thể loại phỏng vấn, tọa đàm phát thanh

Qua việc hỏi - đáp giữa phóng viên và nhân vật, đối tượng nghe (tiếp nhận thông điệp) có thể nhận biết thực tiễn cũng như thái độ của nhà báo, nhân vật trước vấn đề đang quan tâm. Hình thức phỏng vấn hay sử dụng trong phát thanh gồm phỏng vấn về sự kiện, vấn đề, chân dung và một số tác phẩm là sự kết hợp, giao thoa giữa các dạng phỏng vấn kể trên. Do có thể mạnh là khả năng “đòi thường” hoá các sự kiện, vấn đề nên được phát huy mạnh mẽ trong các chương trình phát thanh khảo sát.

Trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, các phóng viên, biên tập viên, nhà báo đã thể hiện rất tốt vai trò khi thực hiện bài phỏng vấn, đó là chọn được nhân vật phù hợp với nội dung, am hiểu KH&CN, nông nghiệp cũng như nền tảng tri thức, hoạt ngôn, chuyên nghiệp, thái độ cầu thị.

Ví dụ:

Trong chuyên mục “*Nhà nông cần biết*” (18/5/2018), phóng viên đã thành công khi tạo được không khí, cảm hứng để ông Bùi Ngọc Hùng – Phụ trách kỹ thuật của Công ty Giống cây trồng Thái Bình cung cấp nhiều thông điệp KH&CN về đặc điểm, lợi ích của kỹ thuật cấy lúa theo phương pháp hiệu ứng hàng biên.

2.2.3.2. Chương trình truyền hình

Qua khảo sát, tác giả nhận thấy hầu hết các số phát sóng đều có nội dung liên quan đến KH&CN, được thể hiện dưới dạng phóng sự, không có tin. Trong phóng sự có phỏng vấn, trao đổi giữa phóng viên, biên tập viên với người nông dân, lãnh đạo địa phương, lãnh đạo Bộ KH&CN, Sở KH&CN, Bộ NN&PTNN, đại diện các cơ quan liên quan,... Mỗi phóng sự là câu chuyện thể hiện một hoặc vài vấn đề.

a. Phóng sự truyền hình

Phóng sự truyền hình là thể loại đặc trưng và ngày càng có vai trò quan trọng trong các chương trình truyền hình, đem đến “hơi thở cuộc sống”, sự mềm mại,

uyển chuyển, thông tin tràn đầy cảm xúc, dễ đi vào lòng người. Những người thực hiện chương trình đã tận dụng, phát huy đầy đủ những lợi thế, điểm mạnh của phóng sự truyền hình để thông tin cụ thể, hấp dẫn, trực quan, sinh động, thể hiện logic diễn biến sự kiện, vấn đề, thông điệp KH&CN bằng hình ảnh, âm thanh. Chính kiến, thái độ, cảm xúc của phóng viên bộc lộ rõ qua việc phân tích, cắt nghĩa, lý giải sự kiện, vấn đề.

Đối tượng của phóng sự trong chương trình là những sự kiện, con người, mô hình hiệu quả, vấn đề thời sự như: “Chuyện về siêu nông dân đất Bắc” phát sóng ngày 05/01/2018; “Hiệu quả từ mô hình sản xuất chè an toàn ở Thái Nguyên”, ngày 23/2/2018; “Chậm ứng dụng công nghệ - Nông dân chịu thiệt”, ngày 02/3/2018; “Nhà khoa học nông dân”, ngày 16/3/2018; “Anh nông dân đam mê sáng chế”, ngày 30/3/2018; “Đổi thay từ nông nghiệp 4.0”, ngày 26/5/2018;...

Có nhiều loại phóng sự, nhưng trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, các thể loại phóng sự được sử dụng chủ yếu là phóng sự vấn đề, chân dung.

Ví dụ về thông điệp KH&CN được thể hiện qua phóng sự vấn đề: Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 14/4/2018 phản ánh việc nuôi chim yến trong nhà tại TP.Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên đã mang lại hiệu quả kinh tế cao. Đó là kết quả của dự án “*Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình nhà nuôi chim yến và quy hoạch vùng làng nghề nuôi chim yến tại Phú Yên*”. Phóng sự được ghi hình tại TP.Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên – nơi nghề nuôi yến đã trở thành kế sinh nhai, làm giàu của người dân Phú Yên. Những người làm phóng sự đã phỏng vấn rất nhiều nhân vật để làm rõ những câu chuyện, đưa ra các thông điệp truyền thông về KH&CN gồm: cán bộ phụ trách nhà yến của Công ty CP Yến sào Phú Yên về những ngày đầu chim yến làm tổ, cách cho ăn, dẫn dụ chim yến; Giám đốc Sở KH&CN Phú Yên về quy hoạch vùng, làng nghề nuôi chim yến và nghiệm thu dự án; Phó Chủ tịch UBND thành phố Tuy Hòa, Phó Chủ tịch UBND tỉnh, Phó Giám đốc Trung tâm Ứng dụng & Chuyển giao CN, Sở KH&CN. Cùng với đó là câu chuyện của một số gia đình đã mày mò, học cách dẫn dụ đàn yến về làm tổ. Đến nay, đàn chim yến cho thu hoạch gần 1 tạ tổ yến mỗi năm, thu nhập khoảng 2,5 tỉ đồng/1 hộ nuôi yến.

Thông điệp đưa ra: Nuôi yến là vấn đề được tỉnh rất quan tâm, có quy hoạch vùng, làng nghề nuôi chim yến và giao Sở KH&CN quản lý, chuyển giao những kỹ thuật này tới người dân, nâng cao hiệu quả của một nghề rất mới nhưng đầy tiềm năng.

Phóng sự chân dung: Đây là thể loại tác phẩm báo chí phổ biến của chương trình, ghi lại một cách chân thực, sinh động nhất về những nông dân điển hình vượt lên khó khăn trong sản xuất hàng hoá để thành công, chiếm lĩnh thị trường, làm giàu, tạo dựng được thương hiệu nông sản; những nhà khoa học, đặc biệt là các nhà sáng chế,... có các kết quả nghiên cứu, sáng kiến, giải pháp hữu ích mang lại giá trị kinh tế thiết thực cho người dân; hoặc các điển hình tiên tiến trong chuyển giao, ứng dụng các giống cây, con mới, quy trình công nghệ, tiến bộ KH&CN.

Ví dụ:

Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 17/3/2018 là câu chuyện về nông dân Trần Đại Nghĩa, thôn Đông Hoàng, Tiền Hải, Thái Bình. Anh đã chế tạo thành công chiếc máy cấy không động cơ rất hữu ích, tiện lợi cho bà con nông dân. Sáng chế nâng cao phương thức cấy lúa, tăng gấp 10 lần so với cấy bằng tay, cùng lúc cấy được từ 4 - 6 hàng lúa, mật độ cấy phù hợp với giống, địa hình, thổ nhưỡng.

Hình 2.1: Nông dân sử dụng chiếc máy cấy không động cơ của anh Trần Đại Nghĩa.



Đề án máy cấy đa năng không sử dụng động cơ của anh Nghĩa là 1 trong 3 đề án nhận giải thưởng trong lĩnh vực khuyến tài, tự học thành tài của cuộc thi Nhân tài Đất Việt 2017. Anh được bà con nông dân ưu ái gọi là nhà khoa học nông dân. Việc nêu

gương như vậy cũng ngầm thể hiện thông điệp đây là tấm gương để nhiều nông dân khác học hỏi, hoặc có thể áp dụng sáng chế này để tăng năng suất lao động.

b. Thể loại phỏng vấn truyền hình

Phỏng vấn là hình thức hỏi đáp giữa phóng viên, nhà báo và người được phỏng vấn nhằm mang lại thông tin công chúng quan tâm. Trong phỏng vấn truyền hình, với lợi thế truyền đạt thông tin bằng hình ảnh, âm thanh, công chúng sẽ như được trực tiếp chứng kiến cuộc phỏng vấn “mắt thấy tai nghe”. Phỏng vấn xuất hiện rất ít trong chương trình, chỉ xuất hiện trong phóng sự, không có phỏng vấn kéo dài. Đó có thể là 2 - 3 câu hỏi của phóng viên phỏng vấn nhân vật sau khi MC dẫn vào nội dung chương trình và trước khi dẫn vào nội dung câu chuyện. Hoặc cũng có thể là phỏng vấn để làm rõ hơn câu chuyện phản ánh, xuất hiện ở thân bài.

2.2.4. Ngôn ngữ thể hiện

2.2.4.1. Ngắn gọn, đơn giản

Với thời lượng không quá dài, thậm chí có những bài phản ánh ngắn, thời lượng chỉ hơn 2 phút đến hơn 4 phút/bài (với phát thanh), và 10 phút đến 12 phút/phóng sự (với truyền hình), gồm cả bài viết, phóng sự, băng phỏng vấn, băng phát biểu,... rất nhiều thông điệp về KH&CN đã được chuyển tải, phổ biến tới khán thính giả.

Với phát thanh, các băng phát biểu, băng phỏng vấn giữa phóng viên với nhà khoa học có thời lượng tối đa khoảng 5 phút, trung bình 4 phút 30 giây, tức chưa hết 2 trang A4 cỡ chữ 14. Tính ra cũng chỉ khoảng 800 chữ. Còn các bài viết kinh nghiệm áp dụng tiến bộ KHKT hoặc hướng dẫn sử dụng công nghệ, thiết bị, sản phẩm nông dược chỉ từ 3 đến 3 phút 30 giây, bao hàm đầy đủ nội dung theo nguyên tắc ngắn nhưng đủ ý.

Còn trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1), bài phóng sự là một câu chuyện với nhiều nội dung xuyên suốt, đi sâu giải quyết các vấn đề nên có thời lượng khoảng 10 – 12 phút, gồm cả đề dẫn (đã trừ hình hiệu, hình cắt,...). Thời lượng này đủ để trình bày vấn đề KH&CN với nhiều thông điệp nhà khoa học, chuyên gia, nhà báo muốn chuyển tải. Việc thể hiện ngắn gọn, sử dụng câu đơn giản giúp nông dân dễ nắm bắt vấn đề, dễ hiểu để làm theo.

2.2.4.2. Thông điệp dễ hiểu, dễ nhớ, sử dụng hình ảnh, đồ họa

Các tác phẩm báo chí khảo sát có nội dung thông điệp về KH&CN thường dùng ngôn từ dễ hiểu, câu rất ngắn gọn, rõ ý để nông dân dễ nhớ và mang tính chỉ dẫn, chỉ báo cho nông dân rất cao. Mặc dù KH&CN là lĩnh vực khó với nhiều thuật ngữ chuyên ngành, nhưng các chuyên gia, nhà báo khi có thể đã chuyển nghĩa sang ngôn ngữ đại chúng để nông dân dễ hiểu và dễ nhớ, dễ làm theo đúng hướng dẫn. Ví dụ, khi nói về kỹ thuật chọn sản phẩm phân bón mới, trong chuyên môn hay dùng N, P2O5, K2O để chỉ đạm, lân, kali nguyên chất, song khi chia sẻ thông tin với nông dân trong bài các chuyên gia chuyển sang thành các loại phân nông dân hay sử dụng trong canh tác như ure, lân nung chảy, lân super, kali muối ốt,...; hay khi mô tả công suất, giá trị của máy cấy do nông dân Trần Đại Nghĩa ở Thái Bình, tác giả viết: bằng 7 người cấy bình thường, tăng gấp 10 lần so với cấy bằng tay, cùng lúc cấy được từ 4 - 6 hàng lúa, mật độ cấy phù hợp với giống, địa hình, thổ nhưỡng của từng vùng nước ta (Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 17/3/2018). Những ngôn ngữ này rất đời thường, gần gũi với người dân, giúp họ dễ dàng hình dung được ưu việt của sản phẩm nhờ so sánh với cấy bằng tay, tiết kiệm sức lao động, năng suất cao hơn.

Hay ví dụ, trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn (VOV1) ngày 01/6/2018 với chủ đề “Làm giàu nhờ mô hình kinh tế trang trại tại Hưng Yên”, khi nói về việc áp dụng công nghệ tiên tiến trong chăn nuôi lợn, ông Nguyễn Đăng Vang – Chủ tịch Hiệp hội chăn nuôi Việt Nam đã nói rất dễ hiểu, dễ nhớ: “Hiện chúng ta đang tham gia vào nhiều sân chơi của các Hiệp định Thương mại tự do. Nếu không nhanh chóng thay đổi tư duy, ngành chăn nuôi sẽ gặp khó. Bên cạnh đó, cần thay đổi công nghệ trong quản lý, để đáp ứng xu thế của thời đại. Về vấn đề quản lý, tôi cảm thấy dường như chúng ta chỉ có mỗi cái máy tính là hiện đại, còn tất cả các phương pháp của chúng ta từ năm 1993. ***Bây giờ là điện toán đám mây, dùng một cái điện thoại thông minh, kết nối internet, có thể ngồi bất cứ đâu đều kiểm tra được đàn lợn, chứ không cần đợi ai báo cáo***”. Phần nói về nông nghiệp thông minh (đoạn được in đậm và

ngiên) chuyên gia nói rất dễ hiểu, tượng hình, giúp người dân dễ dàng hình dung ra cách làm nông nghiệp thông minh cũng đơn giản.

Yếu tố dễ nhớ đã được các đài chú ý sử dụng. Có thể là sự lặp đi lặp lại một số ưu điểm, đặc điểm của giống lúa; điểm quan trọng nhất của quy trình công nghệ; lưu ý quan trọng nhất khi chọn phân bón, giống cây trồng, thuốc bảo vệ thực vật; tên giống lúa, công nghệ, thuốc bảo vệ thực vật,... trong cùng một tác phẩm, giúp hạn chế điểm yếu của phát thanh là “thoáng qua, khó nhớ”.

Trong chương trình truyền hình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1), thông điệp được chuyển tải bằng hình ảnh, đồ họa, ngôn ngữ của chuyên gia,... Ví dụ, để đưa thông điệp về việc nhờ ứng dụng các tiến bộ KHKT, công nghệ mới vào sản xuất nông nghiệp đã đem lại cuộc sống ấm no, đủ đầy cho các chủ trang trại, mô hình kinh tế, trong các phóng sự truyền hình thường dùng những hình ảnh nhà cửa khang trang, tiện nghi, không khí gia đình vui vẻ, thể hiện sự đổi thay, tươi mới, sung túc ngay từ những cảnh toàn, cận cảnh đầu phóng sự. Sau đó mới dẫn dắt vào nguyên nhân vì sao có kết quả đó.

Việc tận dụng thế mạnh của truyền hình là truyền thông bằng hình ảnh đã thể hiện trình độ, ý đồ của ekip làm chương trình. Đặc biệt, chương trình thường xuyên sử dụng đồ họa, thể hiện những con số, thông tin quan trọng cần nhấn mạnh qua chữ lồng trong khung trên màn hình.

Ví dụ: Trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1) ngày 16/6/2018 với chủ đề “*Na Huyện Sơn vào mùa*”, khi nói về việc nhờ áp dụng tiến bộ KHKT vào trồng, chăm sóc cây na để cho ra trái vụ, quả mọc từ thân có trọng lượng tăng, thời gian thu hoạch kéo dài, năng suất, hiệu quả cao, ngoài các yếu tố hình ảnh, ngôn ngữ của biên tập viên, chương trình còn dùng hình thức lồng chữ, đưa thông điệp qua sơ đồ, mô hình.

Hình 2.2: Thông điệp truyền thông KH&CN thông qua đồ họa và số liệu.



Hơn nữa, khi diễn tả dấu hiệu bệnh của cây trồng, vật nuôi, hay việc mô tả về một sáng chế, công nghệ mới (ví dụ sáng chế máy cày, công nghệ tưới tiết kiệm,...), hoặc đặc tả niềm vui được mùa, tâm trạng của người nông dân,... phóng viên sử dụng hình ảnh cận cảnh, đặc tả khiến khán giả rất dễ ấn tượng, ghi nhớ lâu.

2.2.4.3. Thông tin chính xác, chân thực, chi tiết, dễ học hỏi

Với mỗi khán giả, thính giả hay công chúng nói chung, thông tin chính xác, chi tiết, thuyết phục được đặc biệt chú trọng. Có chi tiết, cụ thể, công chúng mới dễ học hỏi, làm theo. Ví dụ nói về quy trình chăm sóc lúa phải nói cụ thể tên giống lúa, đặc tính (ngắn ngày hay dài ngày, thích hợp điều kiện đất đai, khả năng kháng sâu

bệnh,...), nêu rõ cách thức chăm sóc từ việc lựa chọn loại phân bón, thuốc trừ sâu, liều lượng,... cho từng giai đoạn, thời gian cách ly trước khi thu hoạch. Đặc biệt, việc ứng dụng công nghệ, sáng chế mới, quy trình công nghệ,... không đơn giản, nên cần chỉ rõ công nghệ gì, sáng chế gì, do ai làm ra, có tác dụng như thế nào, cơ chế vận hành, giá tiền, địa chỉ áp dụng,... Hoặc phản ánh mô hình ứng dụng KH&CN hiệu quả cần chỉ rõ địa chỉ, phân tích sự thay đổi trước và sau khi áp dụng tiến bộ KH&CN. Các sản phẩm báo chí trên phát thanh và truyền hình được khảo sát đều đạt yêu cầu này và có tính chân thực, chính xác; các gương điển hình, mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN vào sản xuất, kinh doanh hiệu quả đều có địa chỉ rõ ràng, thuyết phục.

2.2.4.4. Thông điệp thể hiện qua title, sapo của bài

Mỗi bài viết đều cần có tiêu đề (title), được coi như một mỏ neo, kim chỉ nam để toàn bộ bài viết nương theo, trong đó tóm tắt thông điệp muốn truyền tải, khái quát được nội dung của bài trong một cấu trúc ngôn ngữ chuẩn mực, ngắn gọn, có thể có sức biểu cảm, duy trì nhiệt huyết, gây tò mò cho người xem, nghe. Qua khảo sát cho thấy, hầu hết title của các bài, phóng sự trong chương trình phát thanh và truyền hình đều đạt được những yêu cầu này, đặc biệt là truyền hình, thông điệp về KH&CN thể hiện qua title rất rõ nét. Với phát thanh, tiêu đề thường được phát thanh viên đọc với giọng nhấn mạnh. Còn với truyền hình, title được làm nổi bật, chữ to trên màn hình.

Ví dụ:

Hình 2.3: Nội dung thông điệp truyền thông KH&CN thể hiện qua title



Một số tiêu đề thể hiện ngay thông điệp truyền thông về KH&CN hướng đến đối tượng là nông dân có thể kể đến như: Làm giàu nhờ mô hình kinh tế trang trại tại Hưng Yên; Nuôi tôm tiêu chuẩn VietGap, hướng đi bền vững ở Cà Mau; Sản phẩm địa phương Vĩnh Phúc: Biên tiềm năng thành lợi thế;.... (chương trình Nông nghiệp và Nông thôn); Chuyện về siêu nông dân đất Bắc; Chạm ứng dụng công nghệ - Nông dân chịu thiệt; Đổi thay từ nông nghiệp 4.0; Những sáng chế thiết thực với nông dân; Tiền Giang chuyển mình bằng đầu tư công nghệ cao; Nâng cao giá trị sản phẩm mật ong bạc hà Mèo Vạc; Vị thế mới cho trái cây đồng bằng; Nhà khoa học nông dân; Anh nông dân đam mê sáng chế; Sản xuất nông nghiệp thông minh thích ứng với biến đổi khí hậu;... (trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp).

Không chỉ vậy, việc sử dụng ngôn ngữ trong title cũng rất được chú trọng, ngắn gọn, dễ hiểu, không mơ hồ, loại bỏ được các yếu tố thừa, thông điệp rất rõ ràng, độc đáo, thường là câu khẳng định, thi thoảng có câu hỏi (hỏi để bài viết trả lời). Ví dụ: *Chạm ứng dụng công nghệ - Nông dân chịu thiệt (VTV1); Vụ cá chết hàng loạt trên sông La Ngà ở tỉnh Đồng Nai: Nước có khí độc vượt mức cho phép? (VOV1);...*

Để hoàn thiện title, thể hiện rõ hơn chủ đề, thông điệp KH&CN của bài báo, phóng sự, sapo cũng được trau chuốt một cách hấp dẫn, lôi cuốn nhất, thường là tóm tắt thông tin, vừa đủ để hướng người nghe, người xem vào nội dung bài; giải thích tại sao tác giả chọn viết về sự kiện hay vấn đề đó. Nhìn chung sapo trong các bài viết của cả hai chương trình đều rất ấn tượng, đáp ứng được yêu cầu. Tuy nhiên, trong một số bài của chương trình phát thanh Nông nghiệp và Nông thôn, hoạt động này hơi nhàm chán vì chỉ giới thiệu bố cục chương trình, đơn điệu theo kiểu: chương trình hôm nay có 2 nội dung chính, một là, hai là...

Ví dụ: Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 17/5/2018, sapo giới thiệu nội dung chương trình: *“Thưa bà con và các bạn! Chủ động thay đổi phương thức sản xuất theo hướng công nghệ cao, nâng cao giá trị sản phẩm trên một đơn vị, mở các lớp tập huấn chuyển giao tiến bộ kỹ thuật,... được xem là một trong các giải pháp phát triển bền vững hiện nay, đã được nhiều địa phương triển khai.... Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn hôm nay với chủ đề: Thay đổi phương*

thức và tư duy trong sản xuất nông nghiệp hướng tới giá trị và bền vững. Mời bà con và các bạn cùng nghe”.

Ví dụ: Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 12/1/2018 với chủ đề “Nâng cao giá trị sản phẩm mật ong bạc hà Mèo Vạc”, nội dung thông điệp truyền thông được thể hiện rõ nét trong sapo, địa chỉ, sự thay đổi khi sản phẩm được cấp chứng nhận chỉ dẫn địa lý: *“Từ năm 2013, sau khi mật ong bạc hà Mèo Vạc của tỉnh Hà Giang được Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ KH&CN cấp chứng nhận chỉ dẫn địa lý, giá trị không ngừng được nâng cao, tạo dựng được thương hiệu trên thị trường. Mặc dù nghề nuôi ong lấy mật ngày một phát triển, nhưng việc áp dụng các tiến bộ KHKT vào chăn nuôi của người dân vẫn còn hạn chế, chủ yếu dựa vào yếu tố tự nhiên, quy mô nhỏ lẻ, chưa tạo được sản lượng lớn phục vụ nhu cầu của thị trường. Nhằm nâng cao giá trị của sản phẩm, chính quyền và người nuôi ong của tỉnh đang phối hợp thực hiện nhiều giải pháp, đặc biệt là áp dụng tiến bộ KHKT vào sản xuất”.*

2.2.5. Tính tương tác

2.2.5.1. Chương trình phát thanh

“Tương tác” đồng nghĩa với việc thu hút khán thính giả đến với các phương tiện truyền thông, tăng cường mối quan hệ giữa báo chí với công chúng. Sự trao đổi giữa người truyền đạt và công chúng tiếp nhận thông điệp KH&CN càng nhiều thì quá trình truyền thông đạt hiệu quả càng cao. Đối với chương trình phát thanh được khảo sát, có 2 dạng chương trình: chương trình thu trước, không phát sóng trực tiếp và phát thanh trên mạng Internet, dù không phát trực tiếp nhưng vẫn mang tính tương tác cao, được các nhà sản xuất chương trình áp dụng trong quy trình sản xuất hay thu thập thông tin.

Các chương trình thu trước thường có độ chính xác cao về thông tin, tạo sự tin tưởng tuyệt đối trong lòng thính giả. Tuy nhiên, với tính chất không phát trực tiếp nên sự tương tác qua lại giữa thính giả và một chương trình phát thanh cần một thời gian nhất định. Có thể ví dụ chuyên mục “Nhà nông cần biết” trong chương trình “Nông nghiệp và Nông thôn” (VOV1) là tác phẩm báo chí thu trước, nhưng vẫn có tính tương tác, hiệu quả cao. MC và chuyên gia, nhà khoa học trao đổi, tọa đàm (câu hỏi của thính giả gửi đến trước) trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc về lựa chọn

công nghệ, giống cây trồng, vật nuôi, giải pháp kỹ thuật mới,... Kênh VOV1 như cầu nối trung gian, chuyển những thắc mắc của thính giả đến các cơ quan chức năng có thẩm quyền. Sau khi nhận được phản hồi chính xác, thính giả có thể nghe câu trả lời trên sóng. Chương trình này có sự tương tác giữa thính giả và nhóm sản xuất, nhưng cần một thời gian nhất định. Đồng thời, còn có sự tương tác giữa người dẫn với khách mời, hai người dẫn với nhau. Ngoài ra, VOV1 cũng đã cập nhật các số đã phát sóng trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn lên website của hệ VOV1 (địa chỉ: <http://vov1.vov.vn/>). Đây là một phương pháp giao tiếp điện tử để tối đa hóa sự lựa chọn của công chúng liên quan đến văn bản, âm thanh, hình ảnh truy cập. Tuy nhiên, đôi khi việc tìm kiếm các số đã phát sóng trong khoảng thời gian dài, khoảng 12 tháng trước đó cũng gặp khó khăn.

2.2.5.2. Chương trình truyền hình

Tương tác đang là một hướng phát triển của truyền hình hiện đại trong cuộc cách mạng về công nghệ cũng như thời đại bùng nổ thông tin. Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp cũng đã tận dụng các ưu điểm của loại hình này để tăng tính tương tác, tính cạnh tranh, sức hấp dẫn của chương trình, giúp người nông dân cũng như khán giả chủ động thời gian xem, lựa chọn nội dung, thể loại và dễ dàng xem lại những chương trình đã phát sóng hay tải những tác phẩm đó trên internet (địa chỉ <https://vtv.vn>). Hơn nữa, tính tương tác cũng thể hiện ở chỗ trong quá trình xem, khán giả có thể viết thư phản hồi (mail), chat, tìm kiếm, mở rộng thông tin,... Đặc biệt, chương trình còn được kết nối với hệ thống số của VTV thông qua sản xuất sản phẩm số phát sinh từ quá trình đi ghi hình. Do đó, bên cạnh, 01 sản phẩm truyền hình 13 phút phát trên VTV1 còn có 01 sản phẩm 03 phút phát trên Vtv.vn, Vtvgo. Trước đó là trailer giới thiệu, quảng bá trên Fanpage VTV và Fanpage riêng của chương trình.

2.3. Ý kiến các bên liên quan về thông điệp KH&CN cho nông dân trên báo chí

Trong quá trình thực hiện đề tài, tác giả đã phỏng vấn sâu Lãnh đạo các phòng sản xuất 2 chương trình phát thanh và truyền hình được khảo sát và phóng viên, biên tập viên thực hiện chương trình; phỏng vấn sâu lãnh đạo Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN, Bộ KH&CN; phỏng vấn người nông dân.

Đồng thời, đưa ra các giải pháp, kiến nghị để nâng cao hơn nữa chất lượng, hiệu quả thông điệp về KH&CN cho nông dân. Toàn bộ biên bản phỏng vấn sâu được đính kèm ở phần phụ lục. Ý kiến cụ thể của các nhân vật được thể hiện trong các mục dưới đây.

2.3.1. Ý kiến của lãnh đạo tổ chức sản xuất và phóng viên phụ trách các chương trình phát thanh và truyền hình được khảo sát

2.3.1.1. Phát thanh

Để hiểu rõ hơn về vai trò, sự cần thiết phải truyền tải thông điệp về KH&CN cho nông dân; những ưu điểm, hạn chế của chương trình khảo sát cũng như yêu cầu, thuận lợi và khó khăn khi tác nghiệp; các giải pháp;... tác giả đã phỏng vấn Lãnh đạo phụ trách và phóng viên thực hiện chương trình Nông nghiệp và Nông thôn.

Đánh giá vai trò của việc chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí, Lãnh đạo Phòng Nông nghiệp – Biển đảo, phụ trách sản xuất chương trình cho biết, *“KH&CN được coi là chìa khóa để nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị cho nông sản, từ đó tăng hiệu quả sản xuất nông nghiệp. Nông dân thực tế cũng còn chưa nắm bắt được nhiều kiến thức KH&CN, khá “đói” các thông tin về những tiến bộ KHKT mới. Vì thế, việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN, ứng dụng các tiến bộ KHKT mới cho nông dân hết sức cần thiết. Hoạt động này đã được thực hiện liên tục, dày đặc trong các chương trình phát thanh, đặc biệt trong chương trình dành cho nông dân như Nông Nghiệp và Nông thôn (từ 1/9/2018 đổi tên là Mùa vàng), Chuyên gia của bạn – Bạn của nhà nông... Ngoài ra, còn có chương trình KH&CN cập nhật các thông tin, kiến thức, cơ chế chính sách về KH&CN nói chung trong đó có lĩnh vực nông nghiệp”*.

Thực tế, bà con nông dân rất thiếu thông tin và cán bộ khuyến nông cũng không thể đến từng nhà chỉ dẫn cho bà con được. Vì thế, bằng cách tư vấn, chỉ dẫn trực tiếp thông qua điện thoại tại phòng thu, bà con nông dân mọi miền có thể đặt câu hỏi, trao đổi hoặc nhờ sự tư vấn của các chuyên gia về những vấn đề chưa hiểu rõ, giải đáp được những thắc mắc để phục vụ sản xuất nông nghiệp. Đây là chương trình có tính tương tác cao, thu hút sự quan tâm của đông đảo thính giả.

Tuy nhiên, Lãnh đạo Phòng Nông nghiệp – Biển đảo cũng cho rằng, do thời lượng chương trình có hạn nên thông điệp về KH&CN cho nông dân chưa nhiều,

chưa sâu, chưa cập nhật và có hệ thống vì chưa phối hợp chặt chẽ với các cơ quan cung cấp thông tin KH&CN, chất lượng thông điệp còn chưa đồng đều,... Thừa nhận việc đưa thông tin chân dung các nhà khoa học, nhà sáng chế nông dân còn khá ít, bà cho rằng, nội dung thông điệp của chương trình tập trung nhiều hơn vào các mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT, cách làm, tư duy của các tấm gương nông dân làm giàu.

Lãnh đạo phụ trách Phòng Nông nghiệp – Biên đảo đưa ra các giải pháp: tăng thời lượng để thông điệp về KH&CN nhiều hơn; đổi mới nội dung, hình thức thể hiện các thông điệp về KH&CN cho sinh động, hấp dẫn, thu hút nông dân hơn; phối hợp chặt chẽ hơn với các cơ quan quản lý KH&CN, STC (Bộ KH&CN), Bộ NN&PTNT, các viện nghiên cứu, trường đại học,...

Phóng viên, biên tập viên phải hiểu tập quán sản xuất nông nghiệp của người dân, đưa thông điệp đúng, trúng nhu cầu, thiết thực, gần gũi, phù hợp với từng mùa vụ cây trồng, vật nuôi; thông điệp về KH&CN nông nghiệp cần ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích để nông dân dễ nhớ, dễ học theo; cần có ý kiến của các nhà khoa học, chuyên gia tư vấn, hướng dẫn để đủ độ tin cậy, chính xác cho bài viết; thông tin nhiều hơn về các mô hình thành công hoặc thất bại để người dân tham khảo, học hỏi và rút kinh nghiệm; tăng tính trao đổi, tương tác trong các chương trình.

Nhận thức rõ tầm quan trọng của KH&CN, phóng viên trực tiếp sản xuất chương trình Nông nghiệp và Nông thôn cho rằng, việc ứng dụng KH&CN đặc biệt quan trọng với sản xuất nông nghiệp như tăng giá trị gia tăng, nâng cao năng suất chất lượng, sức cạnh tranh của sản phẩm, hướng tới xuất khẩu, giảm chi phí, nhân công lao động. Phóng viên chương trình Nông nghiệp và Nông thôn đề xuất, cần tăng cường thời lượng phát sóng các chương trình phát thanh về KH&CN cho nông dân; có sự hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan báo chí và đầu mối truyền thông của cơ quan quản lý KH&CN, nông nghiệp, viện nghiên cứu, trường đại học,...; phóng viên cũng cần chủ động tiếp cận thông tin và nhà khoa học, nhà quản lý cũng cần “cởi mở” hơn với giới truyền thông, sẵn sàng chia sẻ kiến thức, kết quả nghiên cứu ngày càng nhiều thông điệp về KH&CN lan tỏa tới đông đảo người nông dân.

2.3.1.2. Truyền hình

Nội dung phỏng vấn sâu đối với Lãnh đạo chỉ đạo sản xuất chương trình và biên tập viên thực hiện chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1) về chủ trương của VTV trong việc chuyển tải kiến thức KH&CN cho nông dân; những kinh nghiệm, kiến nghị đề xuất của Lãnh đạo và phóng viên phụ trách chương trình.

Lãnh đạo phụ trách chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp cho biết, Lãnh đạo Đài THVN rất chú trọng đến việc xây dựng các chương trình, chuyên mục cho nông dân thông qua việc xây dựng nhiều chương trình như Chuyện nhà nông với nông nghiệp, Bạn của nhà nông, Chuyện nhà nông, Tôi là nông dân, Nông sản Việt, chương trình Tiếng dân tộc thiểu số,... Trong đó, đặc biệt chú trọng đến việc nâng cao chất lượng, tính lan tỏa của thông điệp về KH&CN cho nông dân, để họ biết và áp dụng, tiết kiệm sức lao động, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm.

Năm 2015, Đài THVN và Hội Nông dân Việt Nam đã ký kết chương trình hợp tác truyền thông giai đoạn 2015 – 2020, nhằm thông tin tuyên truyền các mô hình điển hình, tiến bộ KHKT mới ở trong và ngoài nước để người nông dân biết và áp dụng... Đài THVN cũng đã phối hợp chặt chẽ với Bộ KH&CN. Năm 2014, hai bên ký kết chương trình hợp tác, trong đó có nội dung truyền thông KH&CN, nghiên cứu và hoạt động xác lập, thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp có ý nghĩa rất lớn đối với sự phát triển của nông nghiệp – nông thôn – nông dân. Vấn đề được đặt ra trong từng chương trình sẽ tác động đến sự thay đổi của 4 nhà và toàn xã hội, từ đó góp phần thúc đẩy ngành nông nghiệp phát triển bền vững, cải thiện đời sống nông dân. Việc thay đổi tư duy trong sản xuất nông nghiệp cần được người nông dân nhận định đúng và có sự chủ động của mình bên cạnh sự hỗ trợ từ Nhà nước, nhà khoa học và doanh nghiệp: *“Chưa có số liệu thống kê đầy đủ nhưng phải khẳng định rằng, các thông điệp truyền thông về KH&CN rất rõ ràng, sử dụng ngôn ngữ chuẩn mực của báo chí, có nhiều khả năng tác động rất lớn đến người nông dân, giúp họ thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi, thúc đẩy họ mạnh dạn ứng dụng các tiến bộ KH&CN vào sản xuất, đời sống, làm giàu cho gia đình và xã hội”*.

Truyền hình có thể mạnh là truyền tải thông tin bằng hình ảnh động, âm thanh. Nếu so sánh với các loại hình truyền thông đại chúng khác, truyền hình sử dụng

tổng hợp tất cả các loại hình truyền thông có trong báo in, phát thanh, phim ảnh,... và thể hiện sự vượt trội hơn hẳn của nó. Sự kết hợp hài hòa giữa hình ảnh, âm thanh tạo cho truyền hình khả năng truyền tải các nội dung thông tin vô cùng phong phú. *“Các ekip của chúng tôi cũng đã rất chú trọng và tận dụng tối đa những thế mạnh này trong quá trình sản xuất chương trình. Biên tập viên của Chương trình đều là những người được đào tạo bài bản về chuyên ngành báo hình, am hiểu sâu sắc về tam nông cũng như KH&CN. Do đó, đã xây dựng được những chương trình khắc họa được cuộc sống của nông dân và sự đổi thay diện mạo của nông thôn một cách chuyên nghiệp, sáng tạo, gần gũi với người dân”*. Hình ảnh đều được ghi tại hiện trường, người thực, việc thực và ở nhiều góc độ khác nhau tạo cho người xem cảm hứng, cảm giác như đang được tham gia vào câu chuyện. Đặc biệt, có những khuôn hình đặc tả. Ví dụ, để đưa ra thông điệp người nông dân trở nên giàu có hơn nhờ mùa màng bội thu, mà gián tiếp nguyên nhân có được kết quả là nhờ áp dụng các tiến bộ KH&CN, biên tập viên đưa ra những hình ảnh động thể hiện sự đổi thay, so sánh với những giống cây, công nghệ hay phương thức sản xuất cũ. Hình thức thông tin KH&CN cần phong phú, cách viết dung dị, để người dân bình thường nhất cũng hiểu được. Muốn vậy, nhà báo cần có kiến thức chuyên sâu về KH&CN.

Về các giải pháp, Lãnh đạo phụ trách chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp đề xuất: các cơ quan cung cấp thông tin cần có kế hoạch truyền thông KH&CN cho nông dân cụ thể. Để triển khai chiến lược này, các cơ quan quản lý KH&CN, NNNT cần thường xuyên phối hợp với các cơ quan báo chí, xây dựng chương trình truyền thông về KH&CN, đưa nội dung KH&CN cho nông dân vào các chương trình về NN&PTNT, thành lập mới một số chuyên mục trên báo in, điện tử, chương trình phát thanh, truyền hình riêng về KH&CN cho nông dân, trong đó tập trung vào 2 loại hình phát thanh, truyền hình; tăng cường, chủ động cung cấp thông tin về các công trình KH&CN ứng dụng trong nông nghiệp, nông thôn mang lại hiệu quả kinh tế cao, gương các nhà khoa học, nhà sáng chế, những người dân đam mê khoa học,... có đóng góp lớn cho đất nước,...

Cơ quan báo chí cần dành sự ưu tiên nhất định, tăng thời lượng, nội dung thông điệp về KH&CN cho nông dân; phối hợp với STC, Bộ KH&CN và các nhà khoa học của viện, trường, doanh nghiệp để xây dựng nội dung; cộng tác với một số nhà

khoa học tiên tiến vừa có kiến thức uyên bác lại có cách truyền thụ kiến thức dung dị, dễ dàng để người dân dễ tiếp thu. Nên tập trung vào báo điện tử, phát thanh, truyền hình vì có thể mạnh hơn cả. Với nhà báo, cần am hiểu, có kiến thức chuyên sâu về KH&CN làm nền tảng để tác nghiệp, yêu và đam mê với nghề.

Với góc độ của một biên tập viên truyền hình trong lĩnh vực nông nghiệp, nhà báo thực hiện chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp nhận định: *KH&CN đóng góp phần lớn vào công việc của người nông dân, là công cụ hỗ trợ tích cực, giúp tiết kiệm công lao động, mang lại hiệu quả kinh tế cao, xây dựng được những mô hình nông nghiệp thông minh, hiện đại, hướng đến nền nông nghiệp 4.0*". Chia sẻ kinh nghiệm của mình, nhà báo cho rằng: *Khi đưa thông điệp về KH&CN nên dùng những từ ngữ dễ hiểu, có so sánh cụ thể để người tiếp cận dễ hình dung, trao đổi thông tin với Hội nông dân, Trung tâm khuyến nông, phòng nông nghiệp của các địa phương...*

2.3.2. Ý kiến nhà quản lý hoạt động truyền thông KH&CN

Để có thêm thông tin về sự quan tâm, đầu tư cũng như cách thức triển khai của Bộ KH&CN với hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân, tác giả đã phỏng vấn sâu Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển truyền thông KH&CN (STC), đơn vị đầu mối về hoạt động truyền thông của Bộ KH&CN.

Trong 10 năm gần đây, Bộ KH&CN đã phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí nhằm đẩy mạnh hoạt động truyền thông KH&CN, ví dụ như Đài THVN, Đài TNVN và nhiều cơ quan báo chí khác xây dựng chương trình, chuyên mục KH&CN. Riêng với nông dân, Bộ KH&CN đã phối hợp với Báo Nông thôn ngày nay và một số báo, đài chuyên tải nhiều thông điệp, kiến thức về KH&CN phục vụ sản xuất nông nghiệp. Một số chương trình tạo được hiệu ứng lan tỏa tốt như Nghiên cứu và Ứng dụng, Sáng kiến – Giải pháp (1 số/tuần trên VTV2), “Gala Nhà sáng chế” (tổ chức lần đầu tiên tháng 12/2014 trên VTV2),... Đồng thời luôn chủ động cung cấp thông tin KH&CN cho báo chí thông qua đầu mối là STC, theo Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của Bộ KH&CN với các hình thức như họp báo, thường kỳ và đột xuất, tổ chức hội thảo, hội nghị, sự kiện; đăng tải, cập nhật thông tin KH&CN trên Cổng Thông tin điện tử <http://www.most.gov.vn>,

<http://truyenthongkhoahoc.vn>, mạng VinaREN <http://www.vista.gov.vn>,... Qua đó, rất nhiều thông điệp đã được chuyển tải. Năm 2015, lần đầu tiên Bộ KH&CN tổ chức gặp mặt các nhà sáng chế không chuyên tiêu biểu vào đúng dịp kỷ niệm Ngày KH&CN Việt Nam. Các cơ quan báo chí, truyền thông cũng đã vào cuộc tuyên truyền, tôn vinh các nhà sáng chế không chuyên rất tích cực. STC – Cơ quan đầu mối truyền thông của Bộ đã thường xuyên tổ chức các buổi đi thực tế để phóng viên tiếp cận với các mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT, công nghệ, kỹ thuật, sáng chế mới phục vụ sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ phóng viên trong quá trình tác nghiệp,... “Hiện STC đang phối hợp với một số cơ quan đối tác triển khai hoạt động truyền thông KH&CN cho đồng bào dân tộc miền núi, trong đó có việc chuyển tải thông điệp về KH&CN bằng tiếng dân tộc trên truyền hình. Trong các chương trình truyền thông, STC đặc biệt chú trọng đến việc làm sao để thông điệp về KH&CN phải thực sự gần gũi, ngôn ngữ đại chúng, ngắn gọn nhưng dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm theo”, Giám đốc STC cho biết.

2.3.3. Ý kiến của đại diện người nông dân

Để hiểu thói quen tiếp cận thông tin KH&CN, tâm tư, nguyện vọng của người nông dân, tác giả đã phỏng vấn sâu một nông dân đã thành công nhờ ứng dụng công nghệ cao vào trồng măng tây, rau theo mô hình VietGap ở huyện Phú Xuyên, Hà Nội. Ông cho biết, gia đình ông từ khoảng 5 năm gần đây đã ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật mới theo mô hình VietGap vào trồng măng tây và rau. Nhờ sự hỗ trợ của các chuyên gia Hà Lan, cùng với việc tham gia vào Hợp tác xã rau quả Hồng Thái, gia đình ông đã được hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc măng và rau trong nhà lưới, nhà kính, có hệ thống phun sương, tưới nhỏ giọt,...

Theo ông, việc ứng dụng công nghệ cao, kỹ thuật hiện đại vào sản xuất nông nghiệp ông đã thấy xuất hiện nhiều tại Đà Lạt và một số tỉnh khác thông qua tivi. “Đó là cách làm rất hiện đại, khoa học, văn minh, họ làm được chắc mình cũng làm được. Vì thế, tôi cũng tìm hiểu và tự làm quy mô nhỏ, sau đó, biết được địa phương cũng đang khuyến khích và có chủ trương nên tôi xin tham gia Hợp tác xã và đã được tập huấn, hướng dẫn, chuyển giao công nghệ”, ông cho biết.

Radio và tivi là 2 phương tiện được người nông dân này thường xuyên sử dụng để tiếp cận thông tin nông nghiệp, KH&CN. Có mấy chương trình hay và nhiều

thông tin như Bận của nhà nông, Cùng nông dân bàn cách làm giàu (VTV2), Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1), Nông nghiệp và Nông thôn (VOV1),... đưa rất nhiều mô hình ứng dụng tiên bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ cao, thậm chí hướng dẫn, chỉ dẫn cụ thể. *“Việc tuyên dương các gương điển hình làm kinh tế giỏi, các mô hình ứng dụng KH&CN hiệu quả như vậy khiến chúng tôi cảm thấy rất phấn khởi, có thêm động lực để làm ăn”*.

Cho rằng xem tivi và nghe đài (radio) là tiện lợi nhất, có thể vừa làm vừa nghe, và nghe được trên điện thoại thông minh nhưng nghe và xem thường trôi đi rất nhanh, ông mong muốn có hình thức nào đó để xem lại nhiều hơn, bởi có nhiều chương trình tìm trên mạng internet không thấy. Đồng thời, ông cũng mong muốn các cơ quan báo chí nhất là phát thanh, truyền hình đăng tải nhiều hơn nữa, tăng thời lượng phát sóng các thông tin về những công nghệ mới, cách làm hiệu quả, mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN, giống cây trồng, vật nuôi mới,...

2.4. Ưu điểm và hạn chế về nội dung và hình thức của việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân

2.4.1. Nội dung

2.4.1.1. Ưu điểm

Với chương trình phát thanh Nông nghiệp và Nông thôn, điểm mạnh là vùng phủ sóng rộng, nông dân vốn khó tiếp cận với báo in nên dễ chọn phát thanh để tiếp nhận thông tin. Nội dung thông điệp truyền thông đa dạng, có khả năng giúp nông dân xử lý nhanh các vấn đề họ đang gặp trong sản xuất. Đó là thông tin về mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao hiệu quả; tình hình sâu bệnh cho cây trồng; kỹ thuật chăm sóc cây trồng, đàn vật nuôi; cách lựa chọn giống, sáng chế, công nghệ, giống cây, chính sách ưu đãi mới,... Việc chia nhỏ nội dung (hầu hết mỗi chương trình đều có 2 bài cùng hoặc khác đề tài), cũng như việc chuyên biệt hóa từng chuyên mục giúp nông dân dễ nắm bắt vấn đề. Đặc biệt, có các chuyên mục mang tính tương tác cao như “Nhà nông cần biết”, “Cho mùa bội thu”. Chương trình này đã phát huy được điểm mạnh của phát thanh là cung cấp thông tin nhanh, đáp ứng kịp thời nhu cầu của thính giả, tính tương tác cao. Đồng thời, sử dụng ngôn ngữ theo đúng các quy tắc của phát thanh, mặc dù dạng văn nói được sử dụng nhiều

nhưng vẫn rất khéo léo giữa văn nói và văn viết, tốc độ đọc và cấu trúc câu phù hợp, đúng theo cách nói của Nhà báo Nguyễn Đình Lương “viết cho tai nghe chứ không phải để mắt nhìn, viết để nói chứ không phải để đọc”.

Còn chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, điểm mạnh là dễ thu hút công chúng bởi có cả âm thanh lẫn hình ảnh, kỹ xảo, đồ họa, vùng phủ sóng của THVN rộng khắp nên nông dân cũng dễ dàng tiếp cận. Thời gian qua, chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp đã giới thiệu đến nông dân nhiều kiến thức KHKT tiên tiến, các công nghệ mới, xu hướng nông nghiệp mới là nông nghiệp thông minh, nông nghiệp công nghệ cao và các cơ chế, chính sách đi kèm. Nội dung tuyên truyền bao quát cả nước với nhiều vùng, miền khác nhau. Nội dung thông điệp về KH&CN không ôm đồm, chia thành từng phần nhỏ giúp việc tiếp nhận thông điệp về KH&CN dễ dàng hơn. Đặc biệt, chương trình thể hiện được tương đối đầy đủ những nội dung, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về phát triển KH&CN trong nông nghiệp, cập nhật các xu hướng phát triển nông nghiệp mới như nông nghiệp thông minh, nông nghiệp công nghệ cao, mô hình liên kết, chuỗi sản xuất, cung ứng.

2.4.1.2. Hạn chế

Với phát thanh, nội dung thông điệp KH&CN chưa thực sự rõ ràng, ngay cả từ title đến nội dung thể hiện trong bài, phóng sự. Hàm lượng thông điệp KH&CN trong mỗi tác phẩm phát thanh rất ít, có bài chỉ nhắc đến một câu. Ví dụ, chương trình ngày 5/6/2018, nói về việc tích tụ ruộng đất, chỉ có một thông điệp về KH&CN: “*Sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, ứng dụng tiến bộ KHKT vào sản xuất được đẩy mạnh, cho năng suất cao và tăng giá trị sản xuất*”. Thông điệp về chính sách KH&CN của Đảng, Nhà nước để phát triển lĩnh vực nông nghiệp còn ít, chưa cập nhật, dự báo được đầy đủ, toàn diện các xu hướng phát triển nông nghiệp mới hiện nay.

Với truyền hình, mặc dù chương trình được làm rất công phu, bài bản và việc chuyển tải thông điệp KH&CN tương đối thành công, phủ sóng toàn quốc nhưng lại không phân bổ đều khắp các vùng miền dẫn đến việc tự bó hẹp công chúng của mình. Chủ yếu phản ánh các vấn đề, mô hình, nhân vật ở miền Bắc, sau đó đến miền Trung, còn khu vực miền Đông Nam Bộ và khu vực ĐBSCL không nhiều.

2.4.2. Hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN

2.4.2.1. Ưu điểm

Nếu như ở chương trình phát thanh, ngôn ngữ, âm thanh, tiếng động hiện trường được sử dụng để phát huy tối đa hiệu quả, thì với truyền hình, những hình ảnh ấn tượng, dễ khắc sâu vào tâm trí người xem, những hình ảnh, lát cắt chờ đầy thông điệp KH&CN và hình hiệu, đồ họa được sử dụng tương đối hiệu quả.

Cả 2 loại hình báo chí được khảo sát đều có hình thức thể hiện thông điệp về KH&CN phù hợp, đó là cách sử dụng ngôn ngữ ngắn gọn, dễ hiểu dễ nhớ, chi tiết, cụ thể; phát huy được những ưu điểm về âm thanh, tính tương tác, tính phổ cập, tức thời của phát thanh và thế mạnh về hình ảnh, âm thanh, kỹ xảo cũng như tính tương tác cao của truyền hình. Thời lượng 2 chương trình khảo sát cũng gần tương đương nhau, chương trình Nông nghiệp và Nông thôn 10 phút, chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp 13 phút. Mỗi số của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn có 2 bài viết hoặc một bài, một chuyên mục với thời lượng trung bình mỗi bài 4 phút không tính nhạc hiệu, nhạc nền, nhạc cắt, giới thiệu của phát thanh viên. Còn chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, mỗi phóng sự là một câu chuyện về một con người, vùng đất, mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT,... được thể hiện một cách tự nhiên, dung dị, chân thực và rất sống động, gây ấn tượng với khán giả, tốc độ đọc phù hợp (1 giây 3 từ). Đáng chú ý, cả phát thanh và truyền hình đều sử dụng rất nhiều phỏng vấn, mỗi chương trình ít nhất có 5 ý kiến, truyền hình sử dụng ý kiến nhiều hơn. Ví dụ, chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp ngày 24/8/2018 với tiêu đề “Chuyện về cây chè cổ thụ ở Hoàng Su Phì” có tới 13 ý kiến phỏng vấn.

Nguồn phát đi thông điệp về KH&CN của cả 2 chương trình khảo sát rất linh hoạt, phong phú, gồm lãnh đạo và đại diện các đơn vị trực thuộc Bộ KH&CN, Bộ NN&PTNT, sở KH&CN địa phương, lãnh đạo địa phương, phòng NN&PTNT, chi cục, hiệp hội,... Các bài viết, băng âm thanh trong chương trình dùng từ đơn nghĩa, nhờ đó nông dân nghe là hiểu, có thể nắm bắt dễ dàng. Trên phát thanh, truyền hình, không ít nhà khoa học đã dùng cách nói ví von, hình ảnh cho nông dân dễ hình dung, dễ nhớ (ví dụ nói khi trái xoài cỡ ngón tay cái, khi lá lúa chuyển sang màu

vàng tranh,...), hoặc chỉ dẫn rất chi tiết (đầu tiên, làm thí điểm với vài chục kg, sau khi biết làm rồi mình làm vài tấn. Việc cho na trái vụ có thuận lợi là rải được vụ, thời gian thu hoạch vào khoảng tháng 9 -10, ít trái cây nên giá cũng tốt hơn),...

Về tổ chức tin, bài, phóng sự có thông điệp về KH&CN, cả hai loại hình đều chú trọng đến việc chuyên biệt hóa, sử dụng bài viết, rất ít tin (truyền hình không có tin, phát thanh có tin về thời tiết). Các sản phẩm báo chí trong cả 2 chương trình khảo sát không sử dụng bài có dung lượng quá lớn cũng hợp lý vì chương trình, nội dung KH&CN cho nông dân cần ngắn gọn, dễ hiểu, trực diện vào vấn đề.

2.4.2.2. Hạn chế

Với phát thanh, về ngôn ngữ và cách thể hiện, vẫn còn có những câu viết dài, số liệu khó nhớ. Chương trình không có chuyên mục dành cho người nông dân trực tiếp đối thoại với nhà khoa học, chuyên gia, mới chỉ dừng lại ở việc phát thanh viên đọc câu hỏi người dân gửi đến và chuyên gia, nhà quản lý trả lời. Có rất nhiều chương trình phát thanh chỉ nhắc đến khoảng 50 từ liên quan đến KH&CN hoặc kỹ thuật mới được chuyển giao, ứng dụng trong thực tiễn mà không giải thích cặn kẽ nguồn gốc công nghệ, điểm nổi bật, hiệu quả cụ thể. Điều này làm giảm hiệu quả truyền thông, người dân chỉ nghe được một lần trong toàn bộ chương trình và vì không có giải thích hay thông điệp không được làm rõ nên họ dễ dàng bỏ qua.

Ví dụ: Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn ngày 17/5/2018, chương trình “Gắn sản xuất với thị trường - câu chuyện ở tỉnh Quảng Bình”, giới thiệu mô hình của nhà ông Lê, “*trong 3 năm qua đã chủ động áp dụng các tiến bộ KHKT, nhằm hạ giá thành, cạnh tranh sản phẩm thịt bò ngoại nhập*”. Sau đó nói về giá thịt bò, ý kiến ông Lê, khách hàng, không nói cụ thể là tiến bộ KHKT gì, áp dụng vào khâu nào, hiệu quả chăn nuôi ra sao, tiến bộ kỹ thuật mới là gì, đơn vị nào nghiên cứu?,...

Chương trình phát thanh chưa khai thác triệt để đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý ngành KH&CN. Có thể do đây là chương trình phối hợp với Trung tâm Khuyến nông Quốc gia thực hiện nên triển khai theo đặt hàng. Trong chương trình, phát thanh viên thường giới thiệu ngay trong phần mở đầu hoặc cuối cùng của chương trình đây là chương trình do Trung tâm Khuyến nông Quốc gia phối hợp thực hiện. Lời dẫn tuy ngắn gọn nhưng còn khuôn mẫu và lặp lại, số lượng tác

phẩm có lời dẫn theo mô-tip dưới đây khá phổ biến: *“Thưa bà con và các bạn! Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn hôm nay có 2 nội dung chính: Thường Xuân – Thanh Hóa: Vợ chồng trẻ với ước mơ nông nghiệp xanh; thành công từ mô hình cánh đồng liên kết. Xin mời bà con và các bạn cùng nghe. Chương trình do Trung tâm Khuyến nông Quốc gia phối hợp thực hiện”*. Nông dân cần sự giản dị, dễ hiểu song nếu quá khuôn mẫu, dễ tạo sự nhàm chán, dẫn đến chuyển kênh hoặc tắt radio.

Với chương trình truyền hình, việc phát sóng chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp vào khung giờ 17h20 (thứ 6 hàng tuần) chưa hợp lý. Bởi theo thói quen sinh hoạt và làm việc của đa số nông dân, vào giờ đó họ có thể chưa đi làm về hoặc nếu có cũng rất bận rộn với công việc nhà, chăm sóc đàn vật nuôi, chuẩn bị bữa tối,... nên khó theo dõi chương trình. THVN bố trí phát lại vào 00h15p và 5h10p ngày thứ 7 thì chỉ có khung giờ 5h10p là hợp lý, bởi đó là thời gian người nông dân rảnh rỗi. Còn khung giờ 00h15p chắc chắn sẽ rất ít người xem. Đa phần người dân nông thôn thường bắt đầu giấc ngủ sớm (khoảng 21h30 – 23h) và dậy sớm (4h – 6h), do đó, nên phát sóng chương trình vào các khung giờ sáng sớm và buổi tối, sau 20h30p.

Tiểu kết Chương 2

Trong chương 2, với tiêu đề “*Nội dung và hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân trên phát thanh và truyền hình*”, tác giả đã khảo sát, phân tích các tác phẩm thể hiện thông điệp truyền thông về KH&CN trên cả 2 loại hình báo chí người nông dân dễ tiếp cận là phát thanh và truyền hình. Cụ thể là chương trình Nông nghiệp và nông thôn trên kênh VOV1 – Đài TNVN và chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp trên kênh VTV1 – Đài THVN. Qua việc khảo sát về kết cấu chương trình, nội dung, hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN, tác giả đã làm rõ những điểm mạnh, hạn chế của từng loại hình. Việc chia tách nội dung, cách thức tổ chức sản phẩm báo chí,... chỉ mang tính tương đối bởi các yếu tố này có mối quan hệ biện chứng, hỗ trợ lẫn nhau tạo nên hiệu quả cuối cùng của việc chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân.

Kết quả tác giả rút ra được đó là: báo chí Việt Nam đã có nhiều nỗ lực trong việc chuyển tải kiến thức KHKT nông nghiệp, thông điệp về KH&CN cho nông dân với nhiều nội dung phong phú, thiết thực, giúp nông dân làm giàu thêm vốn kiến thức để phát triển kinh tế gia đình, liên kết sản xuất theo chuỗi, mang lại giá trị gia tăng cao. Đó là những kiến thức về giống cây trồng, vật nuôi, quy trình chăm sóc, bón phân, phòng trừ dịch hại, các sáng kiến, sáng chế, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, chính sách mới, xu hướng phát triển nông nghiệp mới,... Nông dân nếu ứng dụng đúng như hướng dẫn sẽ có nhiều cơ hội thành công bởi tính xác thực của nội dung thông điệp rất cao, thường có địa chỉ rõ ràng, mô tả chi tiết, cụ thể về mô hình, công nghệ, thiết bị. Hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN phù hợp với nông dân, nội dung, ngôn ngữ gần gũi, dễ nhớ, dễ hiểu, dễ học hỏi, văn phong ngắn gọn, câu từ đơn giản, đi vào chi tiết, cụ thể giống như “cầm tay chỉ việc”, người thực việc thực. Kết quả trước và sau khi áp dụng tiến bộ KHKT được so sánh, đối chiếu làm nổi bật vai trò của KH&CN, khẳng định việc dám nghĩ dám làm giàu của nhiều hộ nông dân.

Tuy nhiên, qua khảo sát, tác giả cũng nhận thấy có một vài nhược điểm, nếu khắc phục được, chất lượng và hiệu quả của thông điệp sẽ cao hơn, có sức lan tỏa rộng lớn hơn, và chắc chắn sẽ có nhiều mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT được nhân

rộng. Với phát thanh, cần uyển chuyển hơn trong cách dẫn, dàn dựng chương trình, tránh xơ cứng, máy móc. Còn truyền hình, cần tăng cường sử dụng hình động, hình minh họa đối với những nội dung khó nhớ như các con số.

Bên cạnh đó, nội dung thông điệp truyền thông về KH&CN trên phát thanh cần được chú trọng hơn nữa, đưa vào chương trình hàm lượng thông điệp về KH&CN nhiều hơn. Thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên cả báo phát thanh và truyền hình cần được trau chuốt ngắn gọn hơn nữa. Nội dung cần hài hòa, cân đối giữa các khu vực, vùng miền và nên hạn chế những tác phẩm báo chí giới thiệu sản phẩm cho nhà tài trợ lồng ghép trong nội dung chương trình (chủ yếu trong phát thanh). Từ những kết quả đạt được trong chương 2, kết hợp với sử dụng lý luận làm nền tảng và kinh nghiệm thực tiễn, trong chương 3, tác giả đề xuất một số giải pháp để nâng cao chất lượng, hiệu quả của thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG THÔNG ĐIỆP VỀ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CHO NÔNG DÂN TRÊN BÁO CHÍ

Trên cơ sở tổng hợp kết quả, cụ thể là những kết luận bước đầu thông qua việc khảo sát thực tế, đánh giá những ưu điểm, hạn chế của nội dung, hình thức thể hiện thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân của báo phát thanh và truyền hình, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả của thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí. Nội dung tập trung vào các nhóm vấn đề: Nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về KH&CN cho nông dân; và 4 nhóm đối tượng chính gồm: Cơ quan quản lý nhà nước, ngành KH&CN, ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn, các đơn vị báo phát thanh và truyền hình.

3.1. Một số vấn đề đặt ra

3.1.1. Thông điệp về chủ trương, chính sách KH&CN cho nông dân còn chưa tương xứng với yêu cầu phát triển nền nông nghiệp tiên tiến

Nhận thức được vai trò, ý nghĩa của việc chuyển tải các thông điệp về KH&CN cho nông dân, giúp họ có công cụ, “cần câu cơm” để sản xuất, các Bộ, ngành liên quan đã thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước, ban hành nhiều chính sách nhằm thúc đẩy hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân, đồng bào vùng sâu, vùng xa trên các phương tiện truyền thông đại chúng và nhiều hình thức khác như đã đề cập trong chương 1 và phần phỏng vấn sâu ý kiến của Lãnh đạo cơ quan quản lý truyền thông KH&CN (mục 2.3.2). Hành lang pháp lý về truyền thông KH&CN cho nông dân mặc dù đã được xây dựng, tuy nhiên, các chủ trương, chính sách về phổ biến kiến thức, truyền thông KH&CN cho nông dân hiện đang được lồng ghép với chủ trương, chính sách phát triển KH&CN nhưng cũng không nhiều. Để phù hợp với điều kiện xã hội và sự phát triển KH&CN trong tình hình mới, các cơ chế, chính sách này cũng cần luôn được cập nhật, bổ sung, đặc biệt nên tách riêng, quy định rõ trách nhiệm của từng bộ, ngành, cơ quan liên quan.

Qua khảo sát cũng như phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo phụ trách chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, Chuyện nhà nông với nông nghiệp cho thấy, các cơ quan báo chí

(Đài THVN và Đài TNVN) đã rất quan tâm, chú trọng đến vấn đề truyền thông KH&CN cho nông dân. Điều đó được thể hiện qua việc hình thành các kênh, chương trình cung cấp thông tin khoa học nông nghiệp một cách đa dạng, phong phú và hấp dẫn nhất. Tuy nhiên, do nhiều yếu tố nên thời lượng cho nội dung này còn hạn chế.

Thông qua các hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân nói chung trong đó có 2 chương trình khảo sát, những thông điệp về cơ chế, chính sách KH&CN của Nhà nước với việc hỗ trợ nông dân sản xuất nông nghiệp như đề cập ở chương 1 đã được phản ánh, giới thiệu. Tuy nhiên, nội dung thông điệp cũng như hình thức chuyển tải ở mỗi cơ quan, đơn vị khác nhau. Trong cả hai chương trình khảo sát, vấn đề cơ chế chính sách KH&CN hỗ trợ phát triển nông nghiệp, nông thôn, nông dân dù đã được quan tâm nhưng tần suất xuất hiện còn ít, số liệu đã được phản ánh ở chương 2. Trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp trên VTV1, thông điệp về chủ trương, chính sách KH&CN cho phát triển nông nghiệp được phản ánh nhiều hơn trên kênh phát thanh khảo sát.

Hiện nay cuộc CMCN 4.0 đang là cơ hội để ngành nông nghiệp Việt Nam nói chung, nông dân nói riêng vươn lên hội nhập với thế giới, nhiều thương hiệu, sản phẩm nông sản đã được xuất khẩu đến nhiều quốc gia, kể cả những thị trường khó tính. Chính phủ có nhiều cơ chế, chính sách khuyến khích nông dân tham gia vào chuỗi sản xuất nông nghiệp sạch, nông nghiệp thông minh, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nhưng trong cả 2 chương trình, các thông điệp về nội dung này không nhiều. Điều này cũng ảnh hưởng đến việc phổ biến pháp luật, đưa chính sách vào cuộc sống.

3.1.2. Nội dung thông điệp về KH&CN cho nông dân còn chưa thiết thực, hiệu quả, thậm chí còn gây tác dụng ngược

Nội dung thông điệp về KH&CN có vai trò đặc biệt quan trọng trong mỗi tác phẩm báo chí dành cho đối tượng công chúng là nông dân. Khi nhà báo đưa tin chưa chính xác, người nông dân sẽ rất thiệt thòi. Một thông tin thất thiệt cũng đủ làm người nông dân điêu đứng, “sống dở, chết dở”, vô cùng khó khăn trong việc tiêu thụ nông sản, là mồ hôi nước mắt, vốn liếng của cả gia đình. Ví dụ về câu chuyện do người nông dân ở Phú Xuyên cung cấp (trích từ phiếu phỏng vấn sâu):

Khi nghe đài báo nói có dịch cúm gia cầm, lập tức nhiều người không ăn thịt gà và những chế phẩm có liên quan, mặc dù biết nó được chế biến từ mấy tháng trước. Nổi bật hạnh lập tức đổ lên đầu những ông chủ trang trại, chỉ cần ế hàng một tháng thì hụt vốn lên đến vài tỷ đồng. Có người để gia súc gia cầm chết đói, rồi làm thịt gà lớn cho gà bé ăn để cầm cự.

Hay bài học đắt giá như cách đây vài năm, một số cơ quan báo chí trong nước trích dẫn thông tin từ báo nước ngoài về “ăn nhiều bưởi có nguy cơ gây ung thư”. Người tiêu dùng hoang mang, hoài nghi và sợ không dám sử dụng loại quả này, người trồng bưởi bức xúc vì thiệt hại kinh tế không hề nhỏ. Nội dung sau đó được xác minh là do báo trích dẫn sai từ báo nước ngoài, không có sự kiểm chứng khi đăng tải.

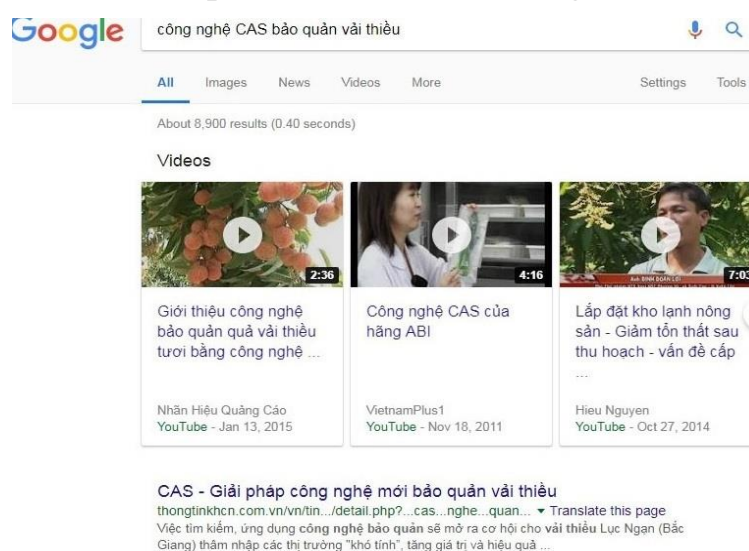
Một trường hợp khác, về công nghệ bảo quản nhãn do Công ty TNHH Nông sản Organic mua của một chuyên gia có uy tín, có tích hợp công nghệ của Úc. Áp dụng công nghệ này, doanh nghiệp đã đưa khối lượng lớn nhãn vào TP. Hồ Chí Minh, xuất khẩu sang Mỹ thuận lợi. Sau đó, có một bài báo nói doanh nghiệp này dùng lưu huỳnh để xông, hun bảo quản nhãn. Thực tế, xông hay hun là cách làm thủ công, còn doanh nghiệp sử dụng lưu huỳnh để bảo quản sinh tiết khô, công nghệ này đã được giám định đảm bảo chất lượng, an toàn. Bài báo đã khiến hoạt động kinh doanh, xuất khẩu nhãn của doanh nghiệp chững lại, nông dân tham gia chuỗi liên kết cũng lao đao theo.

Nếu chất lượng thông điệp về KH&CN tốt, sẽ đạt hiệu quả cao. Ví dụ về việc tiêu thụ vải thiều của Bắc Giang: Tháng 6 năm 2018, khi đang vào vụ thu hoạch vải thì xuất hiện thông tin giá vải chỉ 2.000 – 3.000 đồng/1kg, clip người đàn ông tức giận ném vải xuống sông vì giá bán quá rẻ mạt, hình ảnh vải vút đầy ven đường làm người dân hoang mang. Không chỉ vậy, phóng sự của một đài truyền hình uy tín cũng phản ánh tình trạng tiêu thụ khó khăn của người trồng vải;... Ngay lập tức, các ý kiến phản đối “dậy sóng” cư dân mạng, ngành chức năng tỉnh Bắc Giang đã có thông cáo gửi các cơ quan báo chí trấn an dư luận, vì thời điểm đó vải thiều “xịn” chưa vào vụ, chỉ cần một thông tin thất thiệt cũng có thể khiến việc tiêu thụ vải của bà con gặp khó khăn.

Với trường hợp này, truyền thông về KH&CN nói riêng cũng như hệ thống báo chí nói chung đã có vai trò quan trọng trong việc xúc tiến tiêu thụ sản phẩm. Báo

chí sau đó liên tục đưa thông điệp về những tín hiệu khả quan khi chúng ta có thể xuất khẩu vải thiều sang các thị trường Mỹ, Úc, Nhật; hiệu quả từ việc áp dụng công nghệ bảo quản, công nghệ chiếu xạ,... khiến nông dân yên tâm đầu ra, người tiêu dùng cũng bớt hoang mang. Đặc biệt, báo chí ngành KH&CN đã khai thác nhiều khía cạnh và truyền thông rộng rãi, truyền đi thông điệp về việc áp dụng công nghệ CAS có thể bảo quản vải thiều từ 1 – 2 năm, chất lượng tốt đạt 90% như quả vải thiều tươi. Đây là kết quả của đề tài Nghị định thư “*Hợp tác xây dựng trung tâm Công nghệ CAS bảo quản nông sản, thủy sản, thực phẩm ở Việt Nam*” do Viện Nghiên cứu và Phát triển Vùng, Bộ KH&CN thực hiện và chuyển giao, ứng dụng tại Bắc Giang. STC – Bộ KH&CN đã tổ chức chương trình truyền thông, dẫn các nhà báo đến làm việc với các cơ quan liên quan của tỉnh Bắc Giang cũng như thực tế hoạt động chiếu xạ tại Trung tâm Chiếu xạ Hà Nội. Chỉ cần tìm kiếm trên Google với từ khóa “Công nghệ CAS bảo quản vải thiều” đã cho 8.900 kết quả liên quan (thời điểm tìm kiếm đầu tháng 10/2018). Với việc truyền thông đồng thanh tương ứng, các thông điệp truyền thông về KH&CN đã tạo được hiệu ứng, lan tỏa mạnh và tạo được sự tin tưởng cho người dân, thị trường vải cũng ổn định, nông dân không rơi vào tình thế được mùa mất giá. Hơn nữa, doanh nghiệp thu mua, đặc biệt là thương lái Trung Quốc không có cơ hội ép giá nông dân.

Hình 3.1. Hình ảnh kết quả tìm kiếm trên Google với từ khóa “Công nghệ CAS bảo quản vải thiều” đầu tháng 10/2018.



Tất cả những thông điệp đó đều ảnh hưởng rất lớn đến nhận thức, thái độ và hành vi của người nông dân. Họ cũng có thể “sống dở, chết dở” với những thông tin thất thiệt, tiêu cực, bị thương lái ép giá, mùa vụ gặp nhiều khó khăn. Hoặc cũng có thể như được tiếp thêm động lực, luồng sinh khí mới, dám nghĩ dám làm, mạnh dạn học hỏi kinh nghiệm để áp dụng các tiến bộ KH&CN, kỹ thuật, giống mới, vượt lên chính mình, làm giàu chính đáng.

Bởi vậy, vấn đề đặt ra đó là việc quản lý hoạt động truyền thông KH&CN trong đó có hoạt động truyền tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân. Việc này đặc biệt quan trọng bởi đây là đối tượng rất đặc thù, là lực lượng sản xuất chủ đạo tạo ra các thành tựu, kết quả sản xuất nông nghiệp, tuy nhiên lại có nhiều hạn chế về trình độ học vấn, khả năng tiếp cận thông điệp về KH&CN.

Các chủ trương, chính sách về việc phổ biến kiến thức KH&CN nói chung trong đó có đối tượng công chúng là cư dân nông thôn cũng đã được đề cập trong chương 1 và cũng đang được áp dụng rất linh hoạt trong thực tiễn. Tuy nhiên, chế tài quy định về thông tin KH&CN nói chung hiện nay cũng còn nhiều vấn đề cần bàn. Thông tin đăng tải không được kiểm chứng cụ thể, xác minh tường tận, giải thích cặn kẽ trên cơ sở khoa học sẽ tác động rất lớn đến công chúng, nhất là nông dân. Đây là vấn đề quan trọng hàng đầu trong truyền thông KH&CN cho nông dân, bởi nội dung thông điệp sẽ tác động trực tiếp đến họ. Công tác quản trị nguồn thông tin KH&CN cho nông dân vì vậy đặc biệt quan trọng.

Qua khảo sát cho thấy, thông điệp về KH&CN cho nông dân mặc dù đã được cung cấp nhiều nhưng thực tế, còn rất nhiều các kết quả nghiên cứu, công nghệ mới, mô hình hiệu quả, cách làm hay chưa được khai thác, chuyển tải đến cộng đồng. Những thông tin KH&CN đáp ứng đúng, trúng nhu cầu của người dân, thông tin phản biện và các thông tin có tính dự báo còn thiếu. Hơn nữa, yếu tố vùng miền cũng chưa hợp lý, cân đối, ví dụ thông tin về các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN ở miền Bắc được phản ánh nhiều hơn các vùng, miền khác.

3.1.3. Hình thức thông điệp về KH&CN được chuyển tải còn chưa phong phú, chưa dễ hiểu, dễ nhớ, dễ áp dụng

Chương trình “Nông nghiệp và nông thôn” (VOV1) và chương trình “Chuyện nhà nông với nông nghiệp” (VTV1) là hai chương trình khá điển hình cho việc chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân, được phát 7 lần/tuần (với phát thanh) và 1 lần/tuần (với truyền hình), không tính số lần phát lại, với nội dung thông điệp khá phong phú. Những người làm chương trình đều có chiến lược tận dụng thế mạnh của mỗi loại hình để chuyển tải thông điệp về KH&CN với hiệu quả cao nhất cho nông dân. Cả hai chương trình đều đã đưa ra thông điệp một cách giản dị, gần gũi, thân thiện, phù hợp với trình độ học vấn, văn hóa, thói quen nghe và xem, tiếp nhận thông điệp của người nông dân.

Có thể thấy, phát thanh và truyền hình đã nỗ lực trong việc chuyển tải kiến thức khoa học kỹ thuật nông nghiệp, thông điệp về KH&CN cho nông dân với nhiều nội dung phong phú, thiết thực, giúp nông dân có được những kiến thức quý giá để phát triển kinh tế gia đình và liên kết sản xuất theo chuỗi, mang lại giá trị gia tăng cao. Tuy nhiên, cũng còn một số vấn đề đang được đặt ra như: hình thức thể hiện dù tương đối phong phú, nhưng chưa thực sự đủ, phong phú, trúng và hấp dẫn với người nông dân; chưa có hình thức tương tác trực tiếp giữa người nông dân, khán, thính giả với chuyên gia, nhà quản lý, nhà khoa học, biên tập viên trong chương trình mà các chương trình đều được thu và dựng trước. Trong chương trình phát thanh Nông nghiệp và Nông thôn, có mục giải đáp thắc mắc, tư vấn, chỉ dẫn nông nghiệp, cũng có tính tương tác cao nhưng chưa có tính tương tác trực tiếp. Trong cả hai chương trình, đôi khi phóng viên, biên tập viên vẫn sử dụng nhiều ngôn ngữ hàn lâm, học thuật, chưa mã hóa thông điệp một cách dễ hiểu, gần gũi để người dân bình thường cũng có thể hiểu được.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân

3.2.1. Tăng thời lượng truyền thông về chính sách KH&CN cho người nông dân

Trước hết cần đổi mới hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân, bám sát vào chủ trương “đúng”, “trúng” và “hay” (3 yếu tố này sẽ được mô tả cụ thể ở mục

3.2.3) trên cơ sở những đổi mới về tư duy lãnh đạo báo chí của Đảng, cơ sở lý luận báo chí, truyền thông hiện đại.

Các bộ, ban, ngành thực hiện chức năng quản lý nhà nước về lĩnh vực KH&CN cần nghiêm túc thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới việc cung cấp thông tin KH&CN cho công chúng, đặc biệt là nông dân, đồng bào vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số. Việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức, chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân để đạt được hiệu quả cao, không chỉ riêng Bộ, ngành KH&CN, thực hiện mà cần sự chung tay, phối hợp, đồng hành của các bộ, ngành, địa phương.

Quan trọng hơn cả, cần có sự ưu tiên cụ thể từ các bộ, ngành, địa phương, cơ quan báo chí,... trong việc phổ biến kiến thức, chuyển tải thông điệp về KH&CN,... cho người dân. Các cơ quan quản lý nhà nước và hoạch định chính sách, quản lý báo chí cần tăng cường sự tham gia của quần chúng trong quá trình xây dựng chính sách KH&CN, thông tin truyền thông và NN&PTNT. Ngành Thông tin và Truyền thông cũng cần xây dựng các chế tài đủ mạnh, đủ sức thuyết phục để xử lý các hành vi vi phạm, đồng thời làm căn cứ quản trị truyền thông KH&CNs.

3.2.2. Phối hợp hiệu quả hơn giữa ngành KH&CN và ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn trong truyền thông KH&CN cho nông dân

Trong quá trình thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, vấn đề đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức về các thành tựu KH&CN đến các địa bàn thuộc vùng sâu, vùng xa, vùng nông thôn có vị trí đặc biệt quan trọng. Bộ KH&CN cũng như ngành KH&CN đã và đang rất nỗ lực trong việc chuyển tải thông điệp, phổ biến kiến thức KH&CN đến với đông đảo quần chúng nhân dân; triển khai các dự án nâng cao năng lực cộng đồng, cải thiện sinh kế cho người dân vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; tổ chức các cuộc thi sáng tạo KH&CN từ cấp tỉnh đến cấp quốc gia; thường xuyên phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí và truyền thông triển khai chương trình truyền thông về KH&CN trong đó có nhiều chương trình, nội dung dành cho đối tượng nông dân,... Tuy nhiên, để hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân được triển khai mạnh mẽ, thông điệp truyền thông được lan tỏa rộng, nhân rộng các mô hình ứng dụng

tiến bộ KH&CN hiệu quả,... cần triển khai đồng bộ và tập trung vào một số giải pháp sau:

Thứ nhất, ngành KH&CN cần phát huy vai trò “nhạc trưởng” trong hoạt động truyền thông về KH&CN, dành sự ưu tiên và có kế hoạch cụ thể cho hoạt động truyền thông KH&CN hướng tới đối tượng công chúng là nông dân.

Thứ hai, tăng cường các nguồn lực đầu tư cho truyền thông KH&CN trong đó có truyền thông KH&CN cho nông dân; xã hội hóa hoạt động truyền thông KH&CN.

Thứ ba, tăng cường, gắn kết các đơn vị báo chí truyền thông KH&CN, tạo thành mạng lưới truyền thông rộng khắp từ các bộ, ngành Trung ương đến các địa phương; hình thành hệ thống các cơ quan báo chí có chuyên mục hoặc chương trình chuyên tải thông điệp về KH&CN cho nông dân; cung cấp thông tin KH&CN phục vụ phát triển nông nghiệp kịp thời, chính xác cho nhà báo, đồng thời giúp kết nối nhà báo với các nhà khoa học, chuyên gia liên quan; thường xuyên và chủ động phối hợp với các đài phát thanh, truyền hình (2 loại hình được cư dân nông thôn xem nhiều hơn cả), thực hiện các chuyên đề, chuyên mục về KH&CN dành cho nông dân, để hàm lượng thông điệp về KH&CN xuất hiện dày đặc trong các chương trình phát thanh, truyền hình. Có thể xây dựng chương trình riêng hoặc lồng ghép với các chương trình về nông nghiệp, nông thôn, nông dân, đặc biệt là các chương trình phát theo ngôn ngữ dân tộc thiểu số của các đài phát thanh, truyền hình. Nếu là chương trình thành lập mới về truyền thông KH&CN cho nông dân, cần cập nhật những tiến bộ KH&CN, các nghiên cứu về giống, kỹ thuật, công nghệ,... mới; các mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT hiệu quả; tăng cường đối thoại, tọa đàm giữa người dân, chuyên gia, nhà khoa học,... Lấy ví dụ như chương trình “Chuyện nhà nông”, GS. Nguyễn Lâm Dũng thường xuyên xuất hiện để chỉ dẫn kỹ thuật cho bà con. Cách thức nói chuyện dí dỏm, diễn giải những vấn đề cao siêu của khoa học qua những ví dụ dẫn chứng rất sinh động với nông dân là một trong những cách thức rất cần được nhân rộng trên báo chí.

Hiện nay, việc cung cấp thông tin KH&CN cho nhà báo, tạo cơ hội để nhà báo tiếp cận thông tin đã và đang được Bộ KH&CN thực hiện một cách chủ động,

chuyên nghiệp. Việc này cần tiếp tục phát huy, duy trì và không ngừng được đổi mới, có kế hoạch và chiến lược lâu dài trong tổng thể kế hoạch truyền thông chung, phân chia rõ từng đối tượng với các thông điệp KH&CN khác nhau để đạt được những mục đích, hiệu quả chuyển tải thông điệp khác nhau.

Thứ tư, ngành KH&CN và ngành NN&PTNT cần phối hợp chặt chẽ hơn, dành sự ưu tiên, có kế hoạch cụ thể cho hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân. Bên cạnh việc bố trí nguồn kinh phí, cần có chiến lược lâu dài, tạo điều kiện để nhà báo tiếp cận được với các thông tin về cơ chế chính sách KH&CN, NN&PTNN; các mô hình, điểm sáng ứng dụng KH&CN trong quần chúng nhân dân; kết quả nghiên cứu mới phục vụ sản xuất nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới, cải thiện môi trường,... Hiện hai Bộ đã có nhiều hợp tác nhằm đẩy mạnh ứng dụng KH&CN phục vụ xây dựng, phát triển nông nghiệp, nông thôn như: Chương trình phối hợp hoạt động KH&CN giai đoạn 2016 – 2020; Quy chế phối hợp giữa Bộ KH&CN, Bộ NN&PTNT, Bộ Công thương về xây dựng và quản lý chỉ dẫn địa lý;... Song hành với các hoạt động này là công tác tuyên truyền, phổ biến, nhân rộng các mô hình, nhưng cần được đẩy mạnh hơn nữa.

Thứ năm, các cơ quan liên quan đến thông tin, truyền thông cần tham mưu, đề xuất với Chính phủ, các ban ngành chức năng kịp thời có những chủ trương, quy định cụ thể để huy động sự tham gia, vào cuộc của các cơ quan báo chí trong việc đẩy mạnh hoạt động truyền thông, chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân.

3.2.3. Nâng cao chất lượng nội dung thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân

Trong bối cảnh hiện nay, để ngày càng có nhiều nông sản Việt đủ điều kiện nhập khẩu vào các thị trường khó tính, theo các chuyên gia, giải pháp căn cơ nhất vẫn là có sự vào cuộc, dẫn dắt của yếu tố KH&CN. Người nông dân vì vậy rất cần áp dụng KHKT, công nghệ trong chuỗi sản xuất, từ giống, nuôi trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, đến tiêu thụ. Truyền thông KH&CN sẽ là cánh tay nối dài, đưa thông điệp, kiến thức KHKT đến với nông dân. Để có được những thông điệp KH&CN chất lượng, hiệu quả, cần chuyên biệt hóa khách thể truyền thông là nông dân.

3.2.3.1 Tính chính xác

Thông điệp về KH&CN đưa đến nông dân cần chính xác, có tính chất chỉ dẫn, chỉ báo, tư vấn để họ dễ hiểu, dễ học hỏi, làm theo. Với nhà báo, thông tin không chính xác, đó chỉ là tai nạn nghề nghiệp, nhưng đối với bà con nông dân, một khi áp dụng thông tin không chính xác gây ảnh hưởng xấu tới cây trồng, vật nuôi, họ sẽ lãnh hậu quả nặng nề bởi đó là miếng cơm manh áo, vốn liếng, gia tài của họ. Do vậy, nhà báo cần phải hết sức cẩn trọng khi giải mã và chuyển tải thông điệp KH&CN. Với phát thanh, truyền hình, cần áp dụng các thủ thuật để nông dân nắm bắt thông điệp về KH&CN chính xác, không bị “nhiều”. Ví dụ như cách “đánh vần” tên giống, thuốc, lặp lại các con số,... trên phát thanh và minh họa bằng hình ảnh, đồ họa, bảng chữ,... trên truyền hình.

Như trong mục 3.2.1 đã đề cập, thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân cần đảm bảo 3 yếu tố **“đúng”, “trúng”** và **“hay”**. Cụ thể:

“Đúng”: Truyền thông KH&CN cho nông dân trước hết cần đúng chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển KH&CN như Nghị quyết số 05-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế; Nghị quyết số 20-NQ/TW về phát triển KH&CN; Chiến lược phát triển KH&CN giai đoạn 2011 – 2020;... và các nghị quyết, các văn bản quy phạm pháp luật đã được ban hành. Đồng thời, cần đúng với các Nghị quyết, chỉ thị, chính sách phát triển KT-XH của các địa phương. Phản ánh đúng, chân thực, khách quan thực tiễn ứng dụng KH&CN trong nông nghiệp, tạo sinh kế mới cho người dân, xây dựng nông thôn mới cũng như đúng tâm tư, nguyện vọng của người nông dân; các nguyên nhân của thuận lợi, khó khăn, không né tránh mặt trái, điểm yếu, mặt chưa làm được; tôn trọng sự thật, bảo vệ quyền lợi của người nông dân, lợi ích quốc gia; đúng với các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp báo chí.

“Trúng”: Nội dung thông điệp về KH&CN phản ánh cần trúng ý Đảng, lòng dân, vừa thực hiện nhiệm vụ chính trị của cơ quan báo chí vừa đảm bảo mục đích, ý đồ chuyển tải thông điệp. Việc lựa chọn các mô hình ứng dụng KH&CN, các nông

dân điển hình tiên tiến, nông dân 4.0, nhà sáng chế không chuyên,... để tôn vinh cần dựa vào các tiêu chí, chủ trương, đường lối, cơ chế, chính sách KH&CN, NN&PTNT; khi phản ánh các vấn đề liên quan đến ứng dụng KH&CN phát triển kinh tế nông nghiệp, đổi mới diện mạo nông thôn và nâng cao đời sống nông dân, hay các phản biện về cơ chế, chính sách và những vấn đề liên quan, cần trúng vấn đề, nhu cầu của người dân; thông điệp về KH&CN cung cấp cho người dân phải phù hợp với điều kiện văn hóa, nhu cầu, thói quen sản xuất, sinh hoạt của người dân, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa. Ví dụ, định giới thiệu giải pháp hay công nghệ tưới tiết kiệm, cần lựa chọn được công nghệ tưới phù hợp với điều kiện tự nhiên, đất đai, cơ sở vật chất,... tại địa phương; tư vấn lựa chọn giống cây trồng mới phải phù hợp với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng;...

“Trúng” còn được thể hiện ở việc thông điệp về KH&CN cho nông dân phải gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, KH&CN cũng như nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới của địa phương và phù hợp với tình hình chung của đất nước. Nếu đưa ra vấn đề và giải pháp có ý nghĩa thực tiễn với địa phương thì người dân, nhất là nông dân, đồng bào dân tộc mới quan tâm. Ví dụ, ĐBSCL đang phải đối mặt với xâm nhập mặn, hạn hán lâu dài người dân sẽ rất quan tâm đến giải pháp thay đổi cơ cấu giống cây trồng, vật nuôi nhằm thích nghi với biến đổi khí hậu do nhà báo đưa ra.

“Hay”: Với bất cứ đối tượng độc giả nào, việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cũng đòi hỏi nội dung phải hay, hấp dẫn, cuốn hút, nhưng với đối tượng công chúng là nông dân, đồng bào vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa, đồng bào dân tộc thiểu số điều này còn đặc biệt quan trọng bởi nhiều yếu tố cũng như đặc thù riêng. Nếu các tác phẩm báo chí về KH&CN không dễ hiểu, dễ nhớ, không đủ hấp dẫn, lôi cuốn sẽ khó giữ chân khán thính giả. Đồng thời, cần đảm bảo các tiêu chí của ngôn ngữ báo chí – truyền thông hiện đại cả về nội dung bài viết cũng như hình thức thể hiện thông điệp KH&CN. Cần chú ý tới các yếu tố tâm lý, đặc điểm của nhóm công chúng tiếp nhận để có những cách thức diễn đạt vừa dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện vừa tạo hiệu quả tâm lý đồng thuận. Cần phát triển các bài phản

ánh, phóng sự,... có hàm lượng nghiên cứu cao hơn, đầu tư cho tác phẩm, không nên chỉ dừng ở việc nêu, phản ánh các tấm gương, vấn đề mà phải phát huy được tối đa thế mạnh của loại hình báo phát thanh, truyền hình. Các tác phẩm báo chí chứa thông điệp về KH&CN nên phân tích, chỉ ra cách làm giàu, so sánh mô hình cũ với mô hình mới khi áp dụng tiến bộ KH&CN; cách thực hiện kỹ thuật nông nghiệp mới, phân tích được những ưu điểm cũng như hạn chế của công nghệ, kỹ thuật, giống cây trồng, vật nuôi mới và có so sánh, đối chiếu với công nghệ, kỹ thuật hay giống cũ; KH&CN tham gia vào xây dựng nông thôn mới, cải thiện môi trường sống, xử lý vấn đề ô nhiễm môi trường,...; để bà con đồng thuận nghe và làm theo.

Hiệu quả của tính đúng, trúng, hay cần thể hiện qua việc, thông qua các tác phẩm báo chí đó, các nhà lãnh đạo, quản lý, nhà khoa học, doanh nghiệp, nông dân có được những bài học kinh nghiệm quý giá, cách thức áp dụng để thực hiện cho ngành, địa phương, doanh nghiệp bản thân và xã hội.

3.2.3.2 Tính thiết thực

Như trên đã đề cập đến yếu tố “trúng”, tức là thông tin, thông điệp KH&CN đưa ra cần trúng với vấn đề người dân quan tâm, vấn đề đang gặp phải của địa phương. Miền Tây sông nước không thể khuyến khích trồng cà phê hoặc miền Đông Nam bộ sỏi đá không thể khuyến khích trồng lúa. “Đất nào cây đó” là điều không thể không chú ý khi truyền thông về KH&CN cho nông dân. Không chỉ nhà báo chủ động về tính thiết thực này, nhà báo còn có trách nhiệm “nhắc nhở” bà con nông dân. Đừng thấy nơi khác, vùng khác trồng cây đó thành công mà mình bắt chước. Ví dụ miền Tây sông nước nên trồng những loại cây chịu được ngập úng, nhất là 3 tháng mùa lũ. Miền Đông nắng hạn nên trồng cây chịu hạn tốt như các loại cây công nghiệp,...

3.2.3.3 Tính thời vụ, thời sự

“Mùa nào thức nấy” là đặc điểm của nông nghiệp. Thông điệp về KH&CN có hay, hấp dẫn đến mấy mà không đúng lúc, kịp thời đều không có giá trị. Hơn nữa, thông điệp về KH&CN cho nông dân cần có tính thời sự, sát với thực tế đồng ruộng. Ví dụ, khi đang diễn ra dịch bệnh ở cây trồng, hoa màu cần có các bài viết,

phản ánh kịp thời, đặc biệt đưa ra được các hướng dẫn, tư vấn kỹ thuật của chuyên gia, thậm chí có hình thức tọa đàm, phỏng vấn để chuyên gia giải đáp các thắc mắc cũng như hướng dẫn bà con lựa chọn kỹ thuật, công nghệ phù hợp. Tốt nhất nên đưa thông tin dự báo, chỉ báo trước thời điểm nông dân có thể ứng dụng kiến thức KH&CN đó.

3.2.3.4. Tính nhất quán

Đây cũng là yếu tố quan trọng, bởi thông tin hôm nay nói công nghệ, sản phẩm này tốt, ngày mai lại nói còn nhiều hạn chế thì sẽ gây “nhiều” thông điệp truyền thông. Bà con nông dân hoang mang, không biết tin vào đâu, làm thế nào mới đúng. Do đó, việc đưa thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân cần phải nhất quán, tránh để người dân hoang mang, phải nhờ đến các chuyên gia giải đáp.

3.2.3.5. Đơn giản, gần gũi, hấp dẫn, dễ hiểu, dễ làm theo

Việc truyền đạt những thông điệp về KH&CN mang tính học thuật đến người dân phải đảm bảo được giải mã một cách rõ ràng, dễ hiểu. Từ đó, nâng cao kiến thức, kỹ năng của công chúng ứng dụng KHKT trong đời sống. Mục đích sâu xa của việc chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN đến với nông dân đó là mong muốn họ cũng học hỏi theo các mô hình đã thành công, mạnh dạn áp dụng tiến bộ KH&CN để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa nông sản.

3.2.4. Tối ưu hóa hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân

3.2.4.1. Với báo phát thanh

Phát thanh có lợi thế chính là khi tiếp nhận thông điệp về KH&CN, thính giả có thể đồng thời làm việc khác và nhiều người đồng thời cùng nghe. Với nông dân, những người luôn dành nhiều thời gian trên đồng ruộng, vườn ao, việc tiếp nhận thông điệp truyền thông về KH&CN qua radio là hết sức thuận lợi. Với một chiếc radio bỏ túi, nông dân có thể vừa lao động vừa tiếp nhận thông điệp. Đây là một lợi thế mà các loại hình báo chí khác không có được. Thậm chí ngày nay, Đài TNVN cũng cập nhật các chương trình phát thanh đã phát lên website của đài, thính giả có thể nghe lại bất cứ lúc nào. Hiện nay, cũng có nhiều nông dân sử dụng điện thoại thông minh nên chỉ cần kết nối internet, họ có thể vừa làm vừa nghe, tiếp nhận thông điệp và có thể nghe lại chương trình nhiều lần trên điện thoại kết nối internet.

Cùng với đó, có thể đưa các hình thức như thơ, ca dao, hò, vè,... vào thông điệp KH&CN về truyền bá kinh nghiệm sản xuất, áp dụng kỹ thuật nông nghiệp nhằm làm mềm mại hóa chương trình, đỡ nhàm chán, lại dễ hiểu, dễ nhớ. Không ngừng đổi mới, sáng tạo trong cách thể hiện thông điệp, chú trọng vào âm thanh, giọng nói – điều đặc biệt quan trọng với phát thanh. Giọng nói của biên tập viên, nhà khoa học,... cần được lựa chọn kỹ: phát âm rõ không bị ngọng, chất giọng ấm, truyền cảm, cách trình bày thật gần gũi, thân mật. Cách sắp xếp, dàn dựng nội dung, chương trình cũng cần hết sức tinh tế, chuyên nghiệp.

Đặc biệt, cần tăng tính tương tác trực tiếp, thực hiện nhiều chương trình phát thanh trực tiếp, tọa đàm, đối thoại. Khách mời có thể là người nông dân, chủ trang trại, mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN và nhà khoa học, nhà quản lý, chuyên gia cùng giao lưu, hỏi đáp, đối thoại và phát trực tiếp. Hay những phóng sự dẫn trực tiếp tại hiện trường, phỏng vấn những người có liên quan tại hiện trường.

3.2.4.2. Với truyền hình

Đây là loại hình báo chí có khả năng truyền tải thông điệp về KH&CN cho nông dân đạt hiệu quả cao nhất, bởi ngoài yếu tố âm thanh như phát thanh, truyền hình còn có hình, đồ họa, bảng chữ, rất trực quan, sinh động, “trăm nghe không bằng một thấy”. Do đó, đối với truyền hình, cần khai thác triệt để điểm mạnh của thể loại này, đó chính là hình ảnh trực quan sinh động, hạn chế sử dụng hình tư liệu tĩnh, tăng cường hình động để minh họa cho các mô hình, giải pháp công nghệ...

Công nghệ, kỹ thuật làm truyền hình hiện nay rất phát triển. Đặc biệt là xu thế nhiều cửa sổ (many dimension). Về hình thức truyền tải thông điệp KH&CN cho nông dân, việc áp dụng xu thế này một cách hợp lý sẽ góp phần tăng hiệu quả của hoạt động truyền thông. Tuy nhiên, không nên quá lạm dụng, sử dụng nhiều cửa sổ sẽ làm rối mắt khán giả. Tốt nhất, chỉ cần 2 hoặc 3 cửa sổ. Một cửa sổ là hình chuyên gia đang chỉ dẫn - tư vấn, một cửa sổ là hình ảnh minh họa chi tiết nội dung, một cửa sổ tóm tắt các ý chính nông dân cần nhớ (giống hộp dữ liệu trên báo in). Tùy thời điểm, tùy nội dung mà chọn cửa sổ nào làm cửa sổ chính.

3.2.5. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực truyền thông về KH&CN cho nông dân

Ngoài các chuyên gia, đội ngũ phóng viên, biên tập viên các cơ quan thông tấn, báo chí trong đó có đài truyền hình, đài phát thanh được khảo sát cần có kiến thức KH&CN nông nghiệp, nếu không sẽ rất khó để chuyển tải thông điệp KH&CN. Đồng thời, họ cũng là cầu nối quan trọng trong việc phối hợp giữa các chuyên gia – nhà khoa học hay kỹ sư nông nghiệp với bà con nông dân và với chính họ. Ngoài việc đảm bảo các yếu tố như thời vụ, tính chính xác, ngắn gọn, dễ hiểu,... các nhà báo, phóng viên, biên tập viên cần cập nhật thông tin KH&CN, kỹ thuật nông nghiệp và thấu hiểu tình hình sản xuất nông nghiệp ở các địa phương. Chỉ có như thế mới nâng cao chất lượng, hiệu quả thông điệp về KH&CN, đem lại lợi ích nhiều nhất cho nông dân.

Các tác phẩm báo chí truyền tải thông điệp về KH&CN cần được đầu tư nghiên cứu kỹ lưỡng, có cơ sở khoa học, tính thực tiễn cao, phản ánh kinh nghiệm sâu sắc trong việc đưa KH&CN vào sản xuất, đời sống nông dân, nông thôn tại các địa phương. Phát hiện những nhân tố, điển hình mới cũng như đưa ra kinh nghiệm của các địa phương khác, trong nước và trên thế giới, nhưng cần chú trọng những nhân tố là người địa phương, gần gũi với nông dân.

Nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ phóng viên, biên tập viên phụ trách KH&CN, Bộ KH&CN hàng năm thường xuyên tổ chức chương trình đào tạo riêng về truyền thông KH&CN. Song để thực sự có được đội ngũ phóng viên, biên tập viên mạnh về số lượng, chất lượng, tác nghiệp trong lĩnh vực KH&CN đạt hiệu quả cao, Đài THVN, Đài TNVN và nhiều cơ quan báo chí khác luôn tổ chức các khóa đào tạo để những người sản xuất chương trình, ngoài có kiến thức về KH&CN cũng cần có kỹ năng tác nghiệp báo chí chuyên nghiệp về KH&CN.

**** Đài Tiếng nói Việt Nam và Đài Truyền hình Việt Nam:***

Với Đài TNVN và Đài THVN nói riêng và các cơ quan báo chí nói chung, trước hết cần dành sự ưu tiên việc truyền thông KH&CN cho nông dân và nâng cao chất lượng, hiệu quả thông điệp KH&CN được chuyển tải; đầu tư nhiều hơn về cả

trang thiết bị làm việc và tạo nhiều điều kiện thuận lợi hơn để các phóng viên, biên tập viên tác nghiệp, nhất là hướng dẫn phóng viên mới vào nghề.

Cùng với đó, chú trọng đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực tinh thông các lĩnh vực: Nghiệp vụ báo chí, chuyên môn tốt về KH&CN, nông nghiệp, nông thôn. Các cơ quan báo chí cũng cần có phóng viên chuyên trách, am hiểu lĩnh vực KH&CN, lĩnh vực NN&PTNT. Cần cân nhắc, tìm hiểu kỹ lưỡng để chọn và mời được các chuyên gia, nhà khoa học vừa giỏi chuyên môn lại diễn đạt lưu loát, dễ hiểu các thông điệp KH&CN cho nông dân tham gia trong mỗi chương trình.

*** Nhà khoa học, chuyên gia:**

Hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân muốn đạt hiệu quả cao, ngoài kỹ năng và kiến thức của các chuyên gia, nhà khoa học, kỹ sư nông nghiệp,... tham gia chỉ dẫn – tư vấn, chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm, cung cấp thông tin KH&CN..., một vấn đề cũng rất quan trọng cần được chú ý đó là đạo đức nghề nghiệp của họ. Nếu có kỹ năng tốt, có kiến thức tốt nhưng không có đạo đức, không có “tâm” trong hoạt động này thì hậu quả nông dân sẽ là người gánh chịu.

3.2.6. Khắc phục rào cản ngôn ngữ, văn hóa trong truyền thông KH&CN cho nông dân

Đối với đối tượng là đồng bào dân tộc miền núi, vùng sâu vùng xa, ngoài việc có tuyên truyền viên đến tận làng, bản và các ấn phẩm như báo ảnh, sách minh họa thông điệp về KH&CN bằng tranh vẽ, dùng tiếng dân tộc, cần đưa thông điệp về KH&CN vào các kênh có ngôn ngữ là tiếng dân tộc, góp phần thay đổi nhận thức, hành vi của họ. Hiện Ban Truyền hình dân tộc – Đài THVN và Ban Dân tộc miền núi – Đài TNVN là hai kênh quan trọng nhất trong việc chuyển tải thông điệp cho đồng bào thiểu số bằng tiếng dân tộc. Bên cạnh đó, 21 đầu báo, tạp chí được Chính phủ trích ngân sách mua và phát đến tận thôn bản các vùng đồng bào dân tộc, miền núi theo Quyết định 975/QĐ của Thủ tướng Chính phủ. Ban Truyền hình dân tộc (VTV5) là kênh truyền hình tiếng dân tộc, phát sóng 4/24 giờ bằng 16 thứ tiếng dân tộc khác nhau (Thái, Mông, Ê đê, Chăm, K-Ho,...). VTV5 cũng tổ chức sản xuất các chuyên mục về dân tộc, phát sóng trên Tạp chí Truyền hình dân tộc, kênh

VTV1, Chương trình Sắc màu văn hóa phát trên kênh VTV2. Các chuyên mục của VTV5 được thu lại phát trên VTV4 bằng nhiều thứ tiếng nước ngoài cho đồng bào xa tổ quốc. Vì thế, cần tận dụng lợi thế phủ sóng rộng khắp này của truyền hình và phát thanh để đưa thông điệp về KH&CN đến với đồng bào dân tộc, miền núi, vùng sâu, vùng xa.

Tiểu kết Chương 3

Trong Chương 3 với tiêu đề “*Một số vấn đề đặt ra và giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về KH&CN cho nông dân trên báo chí*”, tác giả đã khái quát lại những vấn đề cơ bản hình thành từ kết quả nghiên cứu, đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân về cả nội dung, hình thức. Về nội dung thông điệp, tác giả đề xuất nội dung thông điệp cần đảm bảo tính chính xác, tính thiết thực, tính thời vụ, thời sự; tính nhất quán, đơn giản, gần gũi, hấp dẫn, dễ hiểu, dễ làm theo, đặc biệt đảm bảo 3 yếu tố “Đúng”, “Trúng” và “Hay”. Còn về hình thức chuyển tải thông điệp về KH&CN cho nông dân, do mỗi loại hình báo chí có đặc trưng riêng nên tác giả đề xuất riêng đối với từng loại hình để qua đó từng loại hình có thể khai thác tốt nhất thế mạnh của mình, nâng cao chất lượng, hiệu quả thông điệp về KH&CN cho nông dân. Đây là những điều kiện cần để việc truyền thông KH&CN cho nông dân đạt hiệu quả cao.

Bên cạnh đó, tác giả cũng đề xuất các giải pháp đối với ngành KH&CN, ngành NN&PTNT, các cơ quan báo chí, đặc biệt là với phát thanh và truyền hình, đội ngũ phóng viên, biên tập viên phụ trách lĩnh vực KH&CN, NN&NT. Theo đó, rất cần xây dựng chiến lược và kế hoạch truyền thông KH&CN riêng cho nông dân. Không chỉ ngành KH&CN, ngành NN&PTNT, các cơ quan báo chí cũng cần có sự ưu tiên nhất định trong việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân, để họ có thêm niềm tin, động lực, mạnh dạn lựa chọn, áp dụng các tiến bộ KH&CN vào sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, thoát nghèo và làm giàu một cách chính đáng. Đồng thời, yếu tố nhân lực cũng rất cần được chú trọng, cần mời được đúng chuyên gia có chuyên môn, có khả năng mã hóa và chuyển tải thông điệp KH&CN dễ hiểu, hấp dẫn. Tác giả cũng kiến nghị các cơ quan báo chí cần tạo điều kiện thuận lợi cả về phương tiện làm việc và chế độ để các phóng viên, biên tập viên phụ trách lĩnh vực KH&CN và NN&PTNT gắn bó hơn với nghề.

KẾT LUẬN

Từ kết quả khảo sát và phân tích các tác phẩm báo chí trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, phát sóng trên kênh Thời sự chính trị tổng hợp (VOV1), Đài TNVN và chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, phát sóng trên kênh Thời sự tổng hợp (VTV1), Đài THVN, có thể rút ra những kết luận về vấn đề về truyền thông KH&CN cho nông dân trên báo chí như sau:

1. *Xu hướng nghiên cứu thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân*: Phân tích thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí là một hướng nghiên cứu mới rất được coi trọng. Qua việc khảo sát thực trạng cũng như phân tích thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân cho thấy ý nghĩa của thông điệp, tần số, thời lượng của những nội dung thông điệp KH&CN trình bày ở dạng cố định hóa trong các hình ảnh, màu sắc, âm thanh, băng chữ ở báo hình và phát thanh. Các loại hình báo chí như phát thanh và truyền hình đã rất chú trọng đến việc sử dụng hình thức thông tin này để định hướng, chỉ dẫn, tư vấn cho nông dân và bước đầu đã có tính lan tỏa, kết quả nhất định.

2. *Tiếp cận thông điệp truyền thông về KH&CN của cư dân nông thôn*: Với đối tượng công chúng là nông dân, việc được cung cấp thông điệp về việc áp dụng những kết quả nghiên cứu mới (giống cây trồng, vật nuôi, sáng chế, công nghệ, kỹ thuật mới,...) và được tư vấn, chỉ dẫn kỹ thuật nông nghiệp là vô cùng cần thiết. Theo kết nhiều nguồn nghiên cứu, truyền hình và phát thanh là 2 kênh được người dân tiếp cận nhiều hơn cả. Điều này cũng phù hợp với nếp sinh hoạt, làm việc và văn hóa của cư dân nông thôn, nguyên nhân đã được phân tích trong luận văn. Qua khảo sát cho thấy, hiện nay, thời lượng của truyền hình về thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1) đã tương đối phủ rộng, đáp ứng được nhu cầu thông tin của nông dân, nhưng trong chương trình “Nông nghiệp và Nông thôn” (VOV1) nội dung và thời lượng phát sóng thông điệp truyền thông KH&CN cần được tăng cường mạnh mẽ hơn nữa.

3. *Nội dung và hình thức chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN cho nông dân*: Các nội dung thông điệp về KH&CN cho nông dân của 2 chương trình khảo

sát rất phong phú, chủ yếu đề cập đến các mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN, kỹ thuật nông nghiệp mới, truyền bá kinh nghiệm sản xuất, cơ chế và chính sách pháp luật phát triển KH&CN, phản biện các vấn đề thực hiện cơ chế, chính sách, tôn vinh các gương nông dân điển hình trong việc mạnh dạn ứng dụng KH&CN vào sản xuất, đời sống, các nhà sáng chế không chuyên và chuyên nghiệp có nhiều nghiên cứu, sáng chế, cải tiến kỹ thuật phục vụ sản xuất nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới,... Nội dung thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân được thể hiện ngắn gọn, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm theo và bằng các hình thức rất phong phú như lời nói, âm thanh, hình ảnh, title, biểu đồ, đồ họa, kỹ xảo; qua phát ngôn của nhà báo, phóng viên, biên tập viên, nhà quản lý KH&CN, nông nghiệp và nông thôn, các chuyên gia, các nhân vật trong bài, phóng sự,... Điểm nổi bật là trong mỗi bài phản ánh, phóng sự, bài ghi chép,... đều có rất nhiều chuyên gia, nhân vật được phỏng vấn, làm cho chương trình hay và hấp dẫn hơn, vấn đề được đề cập ở nhiều phương diện, góc nhìn.

4. Hạn chế và giải pháp: Nội dung và hình thức của thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên VTV1 và VOV1 đã được các cơ quan truyền hình, phát thanh đầu tư, thực hiện công phu và đã có tính lan tỏa, tác động nhất định đến tư duy, nhận thức, thái độ và hành động của nhiều cư dân nông thôn, giúp họ mạnh dạn lựa chọn và ứng dụng KH&CN vào sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, cũng còn một số điểm cần khắc phục. Tác giả đã phân tích, chỉ rõ điểm mạnh và hạn chế của từng loại hình báo chí, đồng thời, đề xuất một số giải pháp để có thể khắc phục trên từng loại hình, gợi ý một giải pháp cầu nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thông điệp về KH&CN cho nông dân. Đó là thông điệp KH&CN cho nông dân cần chính xác, thiết thực, có tính thời vụ, tính thời sự, dễ hiểu dễ làm theo, nhất quán và có tính chỉ báo, dự báo, hướng dẫn, tư vấn, chỉ dẫn. Đặc biệt phải đúng, trúng vấn đề người dân quan tâm, thể hiện vấn đề đó một cách hấp dẫn. Đây là những điều kiện cần để chất lượng và hiệu quả của thông điệp về KH&CN cho nông dân ngày càng tăng, thực sự có ý nghĩa và tác động đến đối tượng tiếp nhận thông điệp.

Vai trò của nhà báo, chuyên gia, nhà quản lý, kỹ sư nông nghiệp cũng rất quan trọng trong việc phát ra thông điệp, chuyển tải thông điệp KH&CN đến với người

nông dân. Việc lựa chọn chuyên gia, nhà quản lý tham gia vào chương trình cũng cần đặc biệt lưu ý, đó phải là những người có phẩm chất, trình độ, là những người am hiểu KH&CN, nông nghiệp và nông dân, có sự thân thiện, gần gũi với nông dân. Nhà nước, bộ, ngành liên quan cũng cần ưu tiên và có kế hoạch hoặc chiến lược trong việc phổ biến kiến thức, thông điệp KH&CN cho nông dân một cách cụ thể. Để làm được điều đó, không chỉ riêng Bộ KH&CN, ngành KH&CN mà cần sự chung tay, góp sức, đồng lòng của một số bộ, ngành liên quan, các hiệp hội và các địa phương.

Những năm qua, Đảng và Nhà Nước ta đã quan tâm nhiều đến lĩnh vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn. Điển hình là Nghị quyết số 26 về tam nông, trong đó nêu rõ: *“Nông nghiệp phát triển còn kém bền vững, tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm dần, sức cạnh tranh thấp, chưa phát huy tốt nguồn lực cho phát triển sản xuất; nghiên cứu, chuyển giao khoa học - công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực còn hạn chế. Việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế và đổi mới cách thức sản xuất trong nông nghiệp còn chậm, phổ biến vẫn là sản xuất nhỏ phân tán; năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng nhiều mặt hàng thấp”*. Và một trong những nội dung giải pháp Nghị quyết đưa ra là tăng cường đào tạo, bồi dưỡng kiến thức KH&CN sản xuất nông nghiệp tiên tiến, hiện đại cho nông dân. Đây cũng chính là mục tiêu mà hoạt động truyền thông về KH&CN cho nông dân trên các phương tiện truyền thông đại chúng hướng đến trong thời gian qua. Do đó, việc tìm ra hướng nghiên cứu, giải pháp để nâng cao chất lượng, hiệu quả của thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí thực sự cần thiết, đặc biệt trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0 với những xu hướng phát triển nông nghiệp mới đem lại cho người nông dân rất nhiều cơ hội và thách thức. Chính phủ và các cơ quan liên quan cùng với hệ thống báo chí từ Trung ương đến địa phương cũng cần có những quyết sách, hành động cụ thể để hỗ trợ nông dân trong việc đưa KH&CN vào sản xuất, giúp nâng cao năng suất và chất lượng nông sản, mang lại hiệu quả kinh tế cao, làm tiền đề để nông dân vượt nghèo, để “không ai bị bỏ lại phía sau” như Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc từng nói. Mong rằng những phân tích, đề xuất của tác giả đề cập trong luận

vấn sẽ có ý nghĩa thực tiễn trong việc nâng cao chất lượng thông điệp và hiệu quả chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân trên báo chí, đặc biệt là với phát thanh và truyền hình. Đây là vấn đề thiết thực cho đại đa số cư dân nông thôn, thiết nghĩ cần có những nghiên cứu chuyên sâu hơn trong việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân, ví dụ như nghiên cứu kỹ hơn về nhu cầu tiếp cận thông điệp KH&CN của nông dân, hay nghiên cứu hoạt động tổ chức sản xuất các chương trình phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử về KH&CN cho nông dân,... nhằm mang đến bức tranh toàn cảnh, nhiều góc nhìn về vấn đề này. Từ đó, xây dựng các kế hoạch, chiến lược và chương trình truyền thông về KH&CN cho nông dân riêng, để công tác này ngày càng đạt hiệu quả và hiệu ứng cao hơn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sách tiếng Việt:

1. Bộ Khoa học và Công nghệ (2013), *KH&CN Việt Nam 2013*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật.
2. Bộ Khoa học và Công nghệ (2014), *Tuyển tập báo cáo Hội nghị khoa học đổi mới về cơ chế chính sách KH&CN và truyền thông KH&CN*, Đã Nẵng, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
3. Đức Dũng (2003), *Lý luận báo phát thanh*, NXB Văn hóa thông tin.
4. Nguyễn Văn Dũng (Chủ biên) - Đỗ Thị Thu Hằng (2006), *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nhà xuất bản Lý luận Chính trị.
5. Vũ Cao Đàm (2008), *Phương pháp luận nghiên cứu khoa học*, Nxb Khoa học và kỹ thuật.
6. Nguyễn Văn Hà (2012), *Giáo trình cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh.
7. Vũ Quang Hào (2001), *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Đinh Phi Hồ (2008), *Kinh tế học Nông nghiệp bền vững*, NXB. Phương Đông.
9. Nguyễn Thị Thanh Huyền (2014), *Quan hệ công chúng: Lý luận và thực tiễn*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
10. Đặng Thị Thu Hương (2016), *Văn hóa truyền thông đại chúng ở Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
11. Đinh Văn Hường (2006), *Các thể loại báo chí thông tấn*, NXXXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
12. Nguyễn Thế Kỳ (2012), *Công tác lãnh đạo, quản lý báo chí trong 25 năm tiến hành sự nghiệp Đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia.
13. Mai Quỳnh Nam (2002), *Sinh viên Hà Nội với giao tiếp đại chúng*, Tạp chí Tâm lý học, số 12.
14. Phạm Hoàng Ngân, Nguyễn Kha Thoa, Phạm Quang Diệu, Hoàng Sơn và đồng nghiệp (2013), *Truyền thông Nông nghiệp Nông thôn Nông dân*, NXB Nông nghiệp.
15. Trần Hữu Quang (2008), *Xã hội học truyền thông đại chúng*, Đại học Mở TPHCM.
16. Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hường, Trần Quang (2004), *Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
17. Dương Xuân Sơn (2009), *Giáo trình Báo chí truyền hình*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

18. Dương Xuân Sơn (2007), *Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
19. Đặng Kim Sơn (2009), *Vấn đề nông nghiệp, nông dân, nông thôn: Kinh nghiệm Việt Nam, kinh nghiệm Trung Quốc*, NXB. Chính trị quốc gia.
20. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
21. Tạ Ngọc Tấn, Phạm Đình Huỳnh, Lương Khắc Hiếu và cộng sự (2008), *Truyền thông thay đổi hành vi trong lĩnh vực dân số và chăm sóc sức khỏe sinh sản*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
22. Trần Ngọc Thêm (1999), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, NXB Giáo dục.
23. Nguyễn Như Ý (chủ biên), Nguyễn Văn Khang, Phan Xuân Thành (1998), *Từ điển tiếng Việt thông dụng*, Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội.

Tài liệu tham khảo tiếng Anh:

24. Burns, T.W., O'Connor D.J. and Stocklmayer, S.M. (2003), Science communication: a contemporary definition, *Public Understanding of Science*, 12(2): 183 – 202.
25. Borchelt, R.E. (2001), Communicating the Future: Report of the Research Roadmap Panel for Public Communication of Science and Technology in the Twenty-First Century, *Science Communication*, 23(2): 194 – 211
26. Bultitude, K. (2011), The Why and How of Science Communication. In: Rosulek, P., (Ed.) *Science Communication*, Pilsen: European Commission.
27. Dickson, D. (2012), Science communication: an essential component of development strategies, *The UNESCO Courier*, 14 March 2012.

Sách dịch:

28. Claudia Mast (2003), *Truyền thông đại chúng - Những kiến thức cơ bản*, Trần Hậu Thái dịch, NXB Thông tấn.
29. Chip Heath và Dan Heath (2008), *Tạo ra thông điệp kết dính*, Vũ Công Hùng dịch, Nxb Trẻ.
30. La science et les sciences. Gilles-Gaston Granger, *Khoa học và các khoa học*, Phan Ngọc, Phan Thiều dịch. Nhà xuất bản Thế giới, 1995, 147tr.
31. Michael Schudson, *Sức mạnh của tin tức truyền thông* (bản dịch cuốn *The Power of News*, Harvarrd, Harvard University Press, 1995, người dịch: Thế Hùng, Trà My), Hà Nội, Nxb Chính trị quốc gia, 2003.
32. Michael Schudon (2003), *Sức mạnh của tin tức truyền thông*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.

33. The Missouri Group, “New Reporting and Writing” (Nhà báo hiện đại).
34. Philippe Breton, Serge Proulx (1996), *Bùng nổ truyền thông*, NXB Văn hóa-Thông tin, Hà Nội.

Luận văn, khóa luận:

35. Lê Thị Tuyết Hạnh (2015), *Hoạt động truyền thông trong doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ*, Luận văn Th.S, Trường Đại học KHXH&NV (Đại học Quốc gia Hà Nội).
36. Phạm Thị Là (2016), *Thông điệp về doanh nhân trên báo in dưới góc nhìn văn hóa*”, Luận văn Th.S, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
37. Hoàng Thị Liễu (2010), *Vấn đề chỉ dẫn – tư vấn cho nông dân trên báo in hiện nay*, Khóa luận tốt nghiệp báo chí, Trường Đại học KHXH&NV (ĐH Quốc gia Hà Nội).
38. Trần Thị Quyên (2016), *Truyền thông về khoa học công nghệ trên Đài Truyền hình Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐHKHXH&NV (ĐH Quốc gia Hà Nội).
39. Bùi Thị Hồng Vân (2011), *Vấn đề chỉ dẫn – Tư vấn khoa học kỹ thuật nông nghiệp cho nông dân trên báo chí Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ, Trường ĐHKHXH&NV (ĐH Quốc gia Hà Nội).

Các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực KH&CN của Quốc hội, Chính phủ, Bộ KH&CN

40. Ban Chấp hành Trung ương, (2012), *Nghị quyết Hội nghị lần thứ 6 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI (Nghị quyết số 20-NQ/TW) về phát triển KH&CN phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.*
41. Ban Chấp hành Trung ương, (2016), *Nghị quyết số 05-NQ/TW Hội nghị lần thứ tư Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về một số chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế.*
42. Ban Chấp hành Trung ương, (2017), *Nghị quyết 10-NQ/TW Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về phát triển kinh tế tư nhân.*
43. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam Khóa 13 (2013), *Luật Khoa học và Công nghệ số 29/2013/QH13 ngày 18/6/2013.*
44. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2016), *Luật Báo chí.*
45. Thủ tướng Chính phủ (2013), *Nghị quyết số 46/NQ-CP ngày 29/3/2013 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 20-*

NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Khóa XI về phát triển khoa học và công nghệ phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.

46. Thủ tướng Chính phủ (2017), *Nghị quyết số 27/NQ-CP ngày 21/02/2017 của Chính phủ Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 05-NQ/TW về chủ trương, chính sách lớn nhằm tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động, sức cạnh tranh của nền kinh tế.*
47. Thủ tướng Chính phủ (2017), *Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 07/3/2017 của Thủ tướng Chính phủ về Phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 02 năm 2017.*
48. Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 418/QĐ-TTg ngày 11/04/2012 Phê duyệt Chiến lược phát triển khoa học và công nghệ giai đoạn 2011-2020.*
49. Thủ tướng Chính phủ (2015), *Quyết định số 1747/QĐ-TTg ngày 13/10/2015 phê duyệt Chương trình hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nông thôn, miền núi, vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2016 – 2025.*
50. Thủ tướng Chính phủ (2018), *Nghị định số 03/2018/NĐ-CP ngày 04/01/2018 Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Đài Tiếng nói Việt Nam.*
51. Thủ tướng Chính phủ (2018), *Quyết định 494/QĐ-TTg ngày 08/5/2018 Thành lập Ban Chỉ đạo Đề án “Phát triển Hệ tri thức Việt số hóa”.*
52. Ủy ban Thường vụ Quốc hội (2016), *Nghị quyết 297/NQ-UBTVQH14 về nâng cao hiệu quả thực hiện chính sách, pháp luật về phát triển khoa học, công nghệ nhằm thúc đẩy công nghiệp hóa, hiện đại hóa giai đoạn 2015-2020.*

Bài nghiên cứu, bài báo

53. PGS.TS Mai Quỳnh Nam (2002), *bài nghiên cứu “Thông điệp về trẻ em trên báo hình và báo in”*, Tạp chí Xã hội học số 2 năm 2002.
54. Đỗ Hương, (2018), *“Nhiều du địa cho nông nghiệp công nghệ cao”*, báo điện tử Chính phủ. <http://baochinhphu.vn/Khoa-hoc-Cong-nghe/Nhieu-du-dia-cho-nong-nghiep-cong-nghe-cao/341333.vgp>
55. *Bác Hồ nói về sự nghiệp khoa học-kỹ thuật*, Báo Nhân dân, số 3339, ngày 19/5/1963/Hồ Chí Minh toàn tập, tập 11 (1963 – 1965), NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội năm 1996. Báo điện tử Chính phủ dẫn lại: <http://baochinhphu.vn/Khoa-hoc-Cong-nghe/Bac-Ho-noi-ve-su-nghiep-khoa-hocky-thuat/336521.vgp>

Báo cáo tại các Hội nghị

56. Bộ Bộ Khoa học và Công nghệ (2013), *Tuyển tập báo cáo Hội nghị khoa học “Báo chí với truyền thông khoa học và công nghệ*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật.s
57. Bộ Khoa học và Công nghệ (2015), *Báo cáo Hội nghị tổng kết Chương trình nông thôn miền núi*.
58. Bộ Khoa học và Công nghệ (2016), *Báo cáo tổng hợp kết quả thực hiện nhiệm vụ hợp tác quốc tế về KH&CN theo Nghị định thư*.
59. Bộ Khoa học và Công nghệ (2018), *Báo cáo tổng kết hoạt động khoa học và công nghệ năm 2017 và phương hướng triển khai nhiệm vụ năm 2018*.
60. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2018), *Báo cáo tại Hội nghị “Phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao tại Lâm Đồng, kinh nghiệm và giải pháp thúc đẩy phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao toàn quốc”*.
61. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2018), *Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn*.
62. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), *Báo cáo Hội nghị toàn quốc thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp*.
63. Trung tâm Thông tin, Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông thôn (2009), *Báo cáo kết quả khảo sát nhu cầu và khả năng tiếp cận thông tin của người dân nông thôn*.
64. Một số báo chí và các chương trình phát thanh, truyền hình liên quan.
Các website
65. <https://vtv.vn>
66. <https://tnvn.gov.vn>
67. <https://vov1.vov.vn>
68. <https://thuvienphapluat.vn>
69. <https://www.youtube.com>

PHỤ LỤC 01

PHÒNG VẤN SÂU LÃNH ĐẠO PHÒNG NÔNG NGHIỆP – BIỂN ĐẢO – BAN THỜI SỰ (VOV1) – ĐÀI TIẾNG NÓI VIỆT NAM (Phụ trách Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn)

Tôi là Nguyễn Thị Hạnh – Học viên cao học của Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân Văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, xin gửi lời chào trân trọng tới quý nhà báo. Tôi đang triển khai nghiên cứu về đề tài “*Thông điệp truyền thông khoa học và công nghệ cho nông dân trên báo chí*”. Kính mong nhà báo bớt chút thời gian giúp đỡ tôi hoàn thành nhiệm vụ nghiên cứu. Xin trân trọng cảm ơn!

1. Chị đánh giá thế nào về vai trò của việc truyền thông KH&CN cho nông dân – lực lượng chủ đạo trong phát triển kinh tế nông nghiệp? Các phòng, ban liên quan của Đài Tiếng nói Việt Nam đã vận dụng thế mạnh của phát thanh để triển khai hoạt động này như thế nào?

KH&CN được coi là chìa khóa để nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị cho nông sản, từ đó tăng hiệu quả cho sản xuất nông nghiệp. Thực tế, nông dân cũng còn chưa nắm bắt được nhiều thông điệp về KH&CN, còn khá “đói” thông tin về các tiến bộ khoa học kỹ thuật mới. Vì thế, việc tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN, ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới cho nông dân hết sức cần thiết và đã được thực hiện liên tục, dày đặc trong các chương trình phát thanh của Đài TNVN, đặc biệt là trong các chương trình phát thanh dành cho nông dân như Nông Nghiệp Nông thôn (từ 1/9/2018 đổi tên là Mùa vàng), Chuyên gia của bạn – Bạn của nhà nông,... Chúng tôi đã thành lập một số chuyên mục để tư vấn, hướng dẫn, phổ biến cho nông dân những kiến thức KH&CN mới như mục Nhà nông cần biết, Sổ tay ra đồng xuống biển, Nhà nông và tư duy 4.0, Nhà nông tính chuyện làm ăn, Tạp chí Khuyến nông...

Thế mạnh của phát thanh là thông tin nhanh, tiếp cận thuận lợi, dễ dàng, đến được nhiều vùng miền bởi phủ sóng toàn quốc, vừa làm việc vừa có thể nghe được đài. Hệ thống truyền thanh cơ sở tiếp sóng của Đài TNVN có ở hầu khắp các địa phương nên việc nông dân tiếp nhận thông tin về KH&CN trên Đài TNVN cũng rất thuận tiện, dễ dàng và có sức lan tỏa rộng.

Chương trình Chuyên gia của bạn – Bạn của nhà nông được phát sóng thứ 4 hàng tuần trực tiếp 30’. Chương trình tập trung tư vấn, hướng dẫn bà con nông dân về những cách thức sản xuất trong nông lâm ngư nghiệp, làm sao để nâng cao giá trị gia tăng, nâng cao thu nhập cho người nông dân; phổ biến những tiến bộ khoa học kỹ thuật mới, thiết thực để áp dụng ngay trên đồng ruộng, với sự tham gia trực tiếp của các chuyên gia, các nhà quản lý, nhà khoa học, cán bộ chuyên ngành, những nông dân giỏi, giàu kinh nghiệm, tâm huyết với nông nghiệp, nông dân, nông thôn...

Thực tế, bà con nông dân rất thiếu thông tin và cán bộ khuyến nông cũng không thể đến từng nhà chỉ dẫn cho bà con được. Vì thế, bằng cách tư vấn, hướng dẫn trực

tiếp thông qua điện thoại tại phòng thu, bà con nông dân mọi miền có thể đặt câu hỏi, trao đổi hoặc nhờ sự tư vấn của các chuyên gia về những vấn đề mình quan tâm hoặc chưa hiểu rõ. Vì vậy, đây là một chương trình có tính tương tác cao, thu hút sự quan tâm của đông đảo quý thính giả, kịp thời giải đáp những thắc mắc của bà con nông dân để phục vụ sản xuất nông nghiệp của gia đình và địa phương.

Ngoài ra, có chương trình chuyên sâu về KH&CN như: Kết nối công nghệ, Không gian số, Tài nguyên và Môi trường, Sống chung với biến đổi khí hậu,...

2. Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn là một trong những chương trình đã được lồng ghép hài hòa giữa thông điệp về KH&CN và nông nghiệp. Chị có thể cho biết những điểm mạnh và hạn chế của chương trình trong việc chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN đến với đối tượng công chúng là cư dân nông dân và nguyên nhân, giải pháp khắc phục?

Về ưu điểm, nội dung thông điệp Chương trình chuyển tải đến bà con những kiến thức KH&CN thiết thực, sát với từng mùa vụ, từng loại cây trồng; thông điệp được chuyển tải ngắn gọn, dễ hiểu, dễ bà con dễ nhớ và dễ học theo; đưa nhiều ý kiến, cách làm thực tế sinh động của nông dân khắp mọi miền tổ quốc; đa dạng ý kiến của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý để tư vấn cho nông dân về KH&CN; bà con nông dân có thể tương tác trực tiếp với chuyên gia để hiểu rõ hơn các vấn đề mình quan tâm.

Tuy nhiên, Chương trình cũng còn những hạn chế. Vì thời lượng chương trình có hạn nên thông điệp về KH&CN cho nông dân chưa được nhiều; Thông điệp đưa trên phát thanh bà con phải ghi chép lại mới nhớ được; Thông điệp đưa còn chưa sâu, cập nhật và có hệ thống vì chưa phối hợp chặt chẽ với các cơ quan cung cấp thông tin KH&CN; Chất lượng thông tin còn chưa đồng đều.

Giải pháp đặt ra trong thời gian tới là cần tăng thời lượng để thông tin được nhiều hơn về KH&CN; Đổi mới nội dung và hình thức thể hiện cho các chương trình, chuyên mục phát thanh về KH&CN sao cho sinh động, hấp dẫn, thu hút nông dân hơn, đồng thời cũng nói ngắn gọn, súc tích để bà con dễ hiểu, dễ nhớ, dễ áp dụng. Cùng với đó, phối hợp chặt chẽ hơn với các cơ quan quản lý, cơ quan nghiên cứu để cung cấp các thông tin về KH&CN đầy đủ, chính xác cũng như cần hỗ trợ kinh phí để xây dựng chương trình chất lượng hơn.

3. Trong chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, số lượng các bài về mô hình ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật hiệu quả xuất hiện khá nhiều. Tuy nhiên, số lượng các bài viết sâu về các mô hình ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp thông minh hay chân dung các nhà khoa học, nhà sáng chế nông dân còn rất ít. Ý kiến của chị về vấn đề này?

Những năm gần đây, khái niệm về nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp thông minh mới xuất hiện. Do đó, chương trình gần đây cũng đã hướng đến nội dung này. Tiêu biểu như loạt bài về Nông nghiệp công nghệ cao đạt giải B giải Báo chí Quốc gia năm 2016. Lượng bài viết về nội dung này đã tăng nhanh những năm gần đây, cập nhật với vấn đề thời sự của nông nghiệp hiện nay.

Về chân dung các nhà khoa học, nhà sáng chế nông dân còn khá ít là đúng vì số lượng các chân dung này trong cuộc sống cũng không có nhiều, nhất là sáng chế

thành công được đề tuyên truyền, nhân rộng. Nội dung thông điệp của chương trình đề cập nhiều hơn về các gương nông dân làm giàu, giới thiệu cách làm của họ, tư duy suy nghĩ của họ để làm giàu.

4. Thừa chị, với cương vị là Lãnh đạo phòng phụ trách chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, có nhiều năm kinh nghiệm trong nghề báo, chị có lời khuyên gì đối với các phóng viên, biên tập viên trong việc chuyển tải thông điệp truyền thông về KH&CN cho đối tượng là nông dân? Và theo chị, cần có những giải pháp gì để nâng cao chất lượng thông điệp về KH&CN cho cư dân nông thôn?

Thông điệp về KH&CN nông nghiệp cho nông dân phải trúng và đúng với nhu cầu của bà con. Do đó, phóng viên, biên tập viên phải hiểu về công việc sản xuất của người dân, biết được họ cần gì, thiếu gì, mong mỏi cái gì thì chúng ta chọn về chủ đề đó để cung cấp cho nông dân. Thông điệp KH&CN phải thiết thực, gần gũi, phù hợp với từng mùa vụ cây trồng, vật nuôi, đáp ứng đúng tính thời sự của nông nghiệp.

Các phóng viên, biên tập viên phải dân thân, đi đến nhiều vùng miền để nắm bắt tâm tư nguyện vọng của nông dân, cũng như vấn đề thời sự của nông nghiệp mới có cách phản ánh, thông tin phù hợp.

Thông điệp về KH&CN nông nghiệp cần được trình bày ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích để nông dân dễ nhớ, dễ học theo. Đặc biệt, cần có ý kiến của các nhà khoa học, các chuyên gia tư vấn, hướng dẫn để đủ độ tin cậy, chính xác cho thông tin.

Để thông điệp truyền thông về KH&CN được lan tỏa, đem lại nhiều lợi ích hơn cho nông dân, cần thông tin nhiều hơn nữa về các mô hình ứng dụng tiến bộ KHKT, chuyển giao công nghệ thành công hoặc thất bại để người dân tham khảo, học hỏi và rút kinh nghiệm; Tăng tính trao đổi, tương tác trong các chương trình để nông dân có thể trao đổi trực tiếp với nhà khoa học, chuyên gia tư vấn về những vấn đề bà con quan tâm; Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan liên quan đến KH&CN để có nội dung chính xác, phong phú, đầy đủ để thông tin cho người dân, cũng như có nguồn kinh phí hỗ trợ để nâng cao chất lượng các chương trình, chuyên mục về KH&CN trong nông nghiệp trên sóng phát thanh.

Trân trọng cảm ơn Chị!

Phụ lục 02
PHỎNG VẤN SÂU BIÊN TẬP VIÊN CHƯƠNG TRÌNH
NÔNG NGHIỆP VÀ NÔNG THÔN – VOV1

1. Là một biên tập viên phụ trách lĩnh vực nông nghiệp. Chị có thể cho biết ý kiến của mình về tầm quan trọng của việc ứng dụng KH&CN vào sản xuất nông nghiệp và đời sống của cư dân nông thôn cũng như việc chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân?

Ứng dụng KH&CN đặc biệt quan trọng với sản xuất nông nghiệp như tăng giá trị giá tăng, nâng cao năng suất chất lượng, hướng tới xuất khẩu... Bên cạnh đó, điều này giúp giảm chi phí, nhân công lao động, từ đó hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp. Về đời sống, giúp người nông dân nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống, góp phần xây dựng nông thôn mới.

Nông dân chủ yếu canh tác nông nghiệp không qua đào tạo, cán bộ khuyến nông thì ít,... nên người dân rất cần cập nhật thông tin KH&CN, học hỏi kinh nghiệm từ các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN. Nhu cầu tiếp cận với thông tin KH&CN của người nông dân tương đối lớn, nhưng có còn nhiều rào cản. Nông dân ít có thói quen đọc báo, hơn nữa lượng báo phát hành về nông thôn không nhiều, người dân chủ yếu xem tivi và nghe radio. Do đó, cần tăng cường thông tin KH&CN trên 2 kênh này. Việc chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức KH&CN giúp đưa các cơ chế, chính sách của Đảng, Chính phủ, Bộ ngành đến gần hơn với nông dân và doanh nghiệp.

2. Chị có gặp khó khăn gì khi tác nghiệp không? Để thông điệp truyền thông về KH&CN cho nông dân được lan tỏa, các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN được nhân rộng, theo Chị, cần có những giải pháp gì? ?

Hiện nay, Internet chưa phủ khắp các vùng dân cư, trong khi các kênh truyền thông ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa hạn chế cũng làm ảnh hưởng đến quá trình tác nghiệp của phóng viên.

Đa số những người nông dân mà tôi có dịp tiếp xúc đều nói rằng họ thiếu thông tin về chính các hoạt động nông nghiệp của mình, thông tin về KH&CN hỗ trợ sản xuất nông nghiệp. Do đó, họ vẫn chọn cách làm nông nghiệp truyền thống, rất vất vả. Để giải bài toán này, thiết nghĩ các vùng nông thôn cần phải được đầu tư nhiều hơn nữa thông qua các dự án KH&CN cũng như các chính sách khác nhau, để thông qua đó, người dân có thể cải thiện được kiến thức, được hướng dẫn và làm theo các mô hình ứng dụng KH&CN; nghiên cứu nhu cầu của công chúng là nông dân và có chiến lược truyền thông KH&CN cho nông dân một cách cụ thể nhất. Thông tin cần dễ hiểu, dễ tiếp cận, dễ áp dụng để nông dân dù có trình độ hạn chế vẫn có thể tiếp cận được.

Cùng với đó, tăng cường thời lượng phát sóng các chương trình phát thanh về KH&CN cho nông dân. Cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan báo chí và đầu mối truyền thông của cơ quan quản lý lĩnh vực KH&CN, nông nghiệp, các viện nghiên cứu, trường đại học, viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam,... Phóng viên cũng cần chủ động tiếp cận thông tin và nhà khoa học, nhà quản lý cũng cần “cởi mở” hơn với giới truyền thông, sẵn sàng chia sẻ kiến thức cũng như kết quả nghiên cứu để các thông tin KH&CN đến được với người dân nhanh nhất, dễ hiểu nhất.

Phụ lục 03
PHÒNG VẤN SÂU LÃNH ĐẠO PHỤ TRÁCH CHƯƠNG TRÌNH
CHUYỆN NHÀ NÔNG VỚI NÔNG NGHIỆP – VTV1
(Trưởng phòng, Chỉ đạo sản xuất Chương trình)

1. Qua khảo sát, chúng tôi thấy chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp đã lồng ghép rất chuyên nghiệp, hiệu quả trong việc chuyển tải các thông tin nông nghiệp và thông tin KH&CN. Xin chị cho biết quan điểm cũng như chủ trương của Trung tâm về việc tăng cường khai thác, chuyển tải các thông tin KH&CN được ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp, góp phần giúp bà con nông dân học hỏi, nhân rộng các mô hình ứng dụng KH&CN và làm giàu chính đáng?

Việt Nam là quốc gia có diện tích đất nông nghiệp chiếm đến 2/3 tổng diện tích quỹ đất. Việt Nam cũng có đến hàng nghìn km bờ biển. Đây là môi trường sinh sống, lao động, sản xuất của trên 60 triệu người dân. Tuy nhiên, nông dân Việt Nam vẫn còn nghèo do năng suất lao động còn thấp, thiếu ổn định, hiệu quả kinh tế đứng gần cuối các nước Asean. Nguyên nhân phần lớn nằm ở chỗ; quy hoạch toàn ngành chưa hoàn thiện, các chính sách hỗ trợ cho nông nghiệp hiệu quả thấp, tư duy về sản xuất nông nghiệp của cơ quan quản lý và nông dân chậm theo kịp thời đại, nghiên cứu khoa học nông nghiệp còn ít và chưa sát thực tế. Vì vậy, vấn đề tái cơ cấu ngành nông nghiệp được Chính phủ chỉ đạo quyết liệt và Bộ NN&PTNT cũng như các địa phương đang triển khai từng bước.

Lãnh đạo Đài Truyền hình Việt Nam cũng như Lãnh đạo Trung tâm Phim Tài liệu và Phóng sự rất chú trọng đến vấn đề xây dựng các chương trình, chuyên mục cho đối tượng công chúng là nông dân. Hiện nay, có các chương trình dành cho nông dân như: Chuyện nhà nông với nông nghiệp, Bạn của nhà nông, Chuyện nhà nông, Tôi là nông dân, Nông sản Việt, chương trình Tiếng dân tộc thiểu số,... Trong đó, đặc biệt chú trọng đến việc chuyển tải thông tin KH&CN đến với người dân, để họ biết và áp dụng, giúp tiết kiệm sức lao động, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm.

Năm 2015, Đài THVN và Hội Nông dân Việt Nam đã ký kết chương trình hợp tác truyền thông giai đoạn 2015 – 2020, trong đó có nội dung: thực hiện các hoạt động tuyên truyền, vận động cán bộ, hội viên, nông dân tham gia phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, xây dựng nông thôn mới, xây dựng mẫu hình người nông dân thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Thông tin tuyên truyền các mô hình điển hình, tiên bộ khoa học kỹ thuật mới ở trong và ngoài nước để người nông dân biết và áp dụng... Đài THVN cũng phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ. Năm 2014, hai bên đã ký kết chương trình hợp tác, trong đó có nội dung truyền thông KH&CN, nghiên cứu và hoạt động xác lập, thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp phát sóng trên kênh VTV1 – Đài THVN có ý nghĩa rất lớn đối với sự phát triển của nông nghiệp – nông thôn – nông dân. Vấn đề được đặt ra trong từng chương trình sẽ tác động đến sự thay đổi của 4 nhà và toàn xã hội, từ đó góp phần thúc đẩy ngành nông nghiệp Việt Nam phát triển bền vững, kéo theo đó là đời sống nông dân được cải thiện, tiến tới làm

giàu từ nông nghiệp. Đặc biệt, trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, trước sức ép của nền kinh tế thị trường đến ngành nông nghiệp, người nông dân càng bị tác động mạnh mẽ dẫn đến phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức. Vì vậy, việc thay đổi tư duy trong sản xuất nông nghiệp cần phải được người nông dân nhận định đúng và có sự chủ động của mình bên cạnh sự hỗ trợ từ Nhà nước, nhà khoa học và doanh nghiệp.

Chưa có số liệu thống kê đầy đủ nhưng phải khẳng định rằng, các thông điệp truyền thông KH&CN rất rõ ràng, sử dụng ngôn ngữ chuẩn mực của báo chí, có nhiều khả năng tác động rất lớn đến người nông dân, giúp họ thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi, thúc đẩy họ mạnh dạn ứng dụng các tiến bộ KH&CN vào sản xuất, đời sống, làm giàu cho gia đình và xã hội.

2. Có thể nói, truyền hình có rất nhiều thế mạnh trong việc chuyển tải thông tin KH&CN đến với công chúng trong đó có nông dân. Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp đã tận dụng và phát huy những thế mạnh đó như thế nào, thưa chị?

Truyền hình có thế mạnh là truyền tải thông tin bằng hình ảnh động và âm thanh. Nếu so sánh với các loại hình truyền thông đại chúng khác, truyền hình sử dụng tổng hợp tất cả các loại hình truyền thông có trong báo in, phát thanh, phim ảnh,... và thể hiện sự vượt trội hơn hẳn của nó. Sự kết hợp hài hòa giữa hình ảnh và âm thanh tạo cho truyền hình khả năng truyền tải các nội dung thông tin vô cùng phong phú. Các ekip của chúng tôi cũng đã rất chú trọng và tận dụng tối đa các thế mạnh này trong quá trình tác nghiệp cũng như sản xuất chương trình. Biên tập viên của Chương trình đều là những người được đào tạo bài bản về chuyên ngành báo hình và có sự am hiểu sâu sắc về tam nông cũng như KH&CN. Do đó, đã xây dựng được những chương trình khắc họa được hình ảnh, cuộc sống của nông dân và sự đổi thay diện mạo của nông thôn một cách chuyên nghiệp và sáng tạo, gần gũi với người dân.

- Thế mạnh về hình ảnh động và âm thanh; kỹ xảo và đồ họa; tính tương tác cao; tính chân thực, khách quan.

Có mấy vấn đề chúng tôi quán triệt phải đặc biệt chú trọng khi xây dựng chương trình:

- Nội dung: Nội dung chân thực, sống động, phản ánh đúng bản chất câu chuyện, đưa được thông điệp một cách rõ ràng.

- Hình ảnh: Hình ảnh phải được ghi tại hiện trường, người thực, việc thực và ghi lại ở nhiều góc độ khác nhau của ống kính máy quay và màu sắc sinh động của hình ảnh cho người xem cảm hứng, tạo cho họ cảm giác như đang được tham gia vào sự kiện. Đặc biệt, phải có những khuôn hình đặc tả.

Ví dụ, để đưa ra thông điệp người nông dân trở nên giàu có hơn nhờ mùa màng bội thu, mà gián tiếp nguyên nhân có được kết quả là nhờ áp dụng các tiến bộ KH&CN, biên tập viên phải đưa ra được những hình ảnh động thể hiện được sự đổi thay đó, so sánh được những công nghệ, kỹ thuật, giống mới được sử dụng so với những giống cây, công nghệ hay phương thức sản xuất cũ.

- Hình thức chuyển tải thông điệp KH&CN cho nông dân: Các nội dung thông điệp KH&CN được thể hiện chủ yếu bằng hình thức phóng sự, bài phản ánh. Mỗi

phóng sự là một câu chuyện với nhiều thông điệp KH&CN được chuyển tải cho cư dân nông thôn. Tận dụng được cả việc thể hiện thông điệp truyền thông qua title, biểu đồ, đồ thị, đồ họa,...

3. Chị có thể cho biết những điểm mạnh và hạn chế của chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp? Trong chương trình, nội dung được phản ánh cũng đa dạng vùng miền, địa phương, tuy nhiên, số lượng tác phẩm truyền hình có nội dung ở miền Bắc nhiều hơn. Lãnh đạo phụ trách chương trình có đặt ra yêu cầu về việc đảm bảo cân bằng các yếu tố vùng, miền, địa phương không thưa chị?

- Điểm mạnh: Thể hiện rõ nét hoạt động ứng dụng tiến bộ KH&CN của người dân vào sản xuất, kinh doanh bằng các hình ảnh trực quan, sinh động.

- Hạn chế: Tính tương tác giữa nông dân với chuyên gia, nhà khoa học, biên tập viên truyền hình chưa cao.

- Về việc yếu tố vùng miền, chúng tôi cũng đã đặt ra yêu cầu cũng như chỉ tiêu về việc đảm bảo yếu tố vùng miền trong các tác phẩm báo chí trong Chương trình. Vấn đề bạn đặt ra cũng đúng. Ngoài việc phóng viên, biên tập viên của Đài TNVN thực hiện các đề tài trong chương trình, tại một số địa phương, có Trung tâm Truyền hình Việt Nam thực hiện các tác phẩm truyền hình tại các địa phương đó hoặc một số tỉnh lân cận. Tuy nhiên, không phải địa phương nào cũng có đại diện của Trung tâm Truyền hình Việt Nam nên việc thực hiện để đảm bảo cân bằng giữa các yếu tố vùng, miền, địa phương cũng trở ngại. Nhân lực mỏng cũng là một hạn chế của chúng tôi. Hơn nữa, yếu tố vùng miền, địa phương còn phụ thuộc vào năng lực phát hiện vấn đề của biên tập viên và những vấn đề, “sức nóng” của việc áp dụng tiến bộ KH&CN và những vấn đề liên quan của người dân ở mỗi địa phương khác nhau.

Trong thời gian tới, chúng tôi cũng sẽ nghiên cứu, đưa ra giải pháp khắc phục điều này để đảm bảo việc phản ánh các câu chuyện ứng dụng tiến bộ KH&CN, gương điển hình,... được cân bằng yếu tố vùng, miền địa phương. Có thể liên kết với các Đài Truyền hình địa phương để cùng thực hiện các đề tài liên quan, các đề tài hấp dẫn, điểm sáng,... Đồng thời, nghiên cứu đối tượng công chúng là nông dân để biết nhu cầu thực sự của họ để điều chỉnh phù hợp; tăng cường tính tương tác giữa các bên khi tiếp cận thông điệp KH&CN.

4. Mỗi phóng sự, bài phản ánh trong chương trình là một câu chuyện và chuyển tải nhiều thông điệp đến với công chúng và người dân. Theo chị, việc chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN đến với đối tượng là nông dân cần chú trọng đến những yếu tố nào và điều gì là quan trọng nhất?

Truyền thông về KH&CN phục vụ nhiều đối tượng khác nhau, mỗi đối tượng lại có thông điệp KH&CN khác nhau. Với người nông dân, hình thức thông tin KH&CN cần phong phú, cách viết phải dung dị, để người dân bình thường nhất cũng hiểu được mặc dù thông tin rất học thuật, hàn lâm. Để làm được điều đó, nhà báo cần có kiến thức chuyên sâu về KH&CN. Kiến thức về lĩnh vực KH&CN giúp cho nhà báo có được hành trang hành nghề thuận lợi. Khi đó, công chúng nói chung và nông dân nói riêng cũng sẽ được tiếp nhận những tác phẩm, sản phẩm báo chí khách quan, chân thực, rõ bản chất sự kiện, vấn đề về lĩnh vực KH&CN.

5. Là người trước đây cũng đã có rất nhiều tác phẩm báo chí về truyền thông KH&CN, có nhiều tác phẩm xuất sắc đạt giải thưởng, nay ở vị trí quản lý và phụ trách chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, chị có thể chia sẻ một số kinh nghiệm cũng như giải pháp để nâng cao chất lượng tin, bài, phóng sự về KH&CN cho đối tượng là nông dân?

Về phía cơ quan cung cấp thông tin KH&CN:

Nhận thức rõ vai trò của sự tác động của thông tin KH&CN trên các phương tiện truyền thông đại chúng đến đối tượng là nông dân, đồng bào vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

Có kế hoạch truyền thông KH&CN cho nông dân lâu dài, cụ thể. Để triển khai chiến lược này, các cơ quan quản lý KH&CN, nông nghiệp nông thôn cần thường xuyên phối hợp với các cơ quan báo chí, xây dựng các chương trình truyền thông về KH&CN, phối kết hợp để đưa nội dung KH&CN cho nông dân vào các chương trình trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, thậm chí cần thành lập một số chuyên mục trên báo in, điện tử, chương trình phát thanh, truyền hình riêng về KH&CN cho nông dân. Tuy nhiên, do thói quen cũng như điều kiện tiếp cận với báo in và điện tử của người nông dân chưa có nhiều thuận tiện nên theo tôi, 2 kênh phát thanh và truyền hình vẫn là chủ đạo.

Những công trình KH&CN được ứng dụng trong nông nghiệp, nông thôn mang lại hiệu quả kinh tế cao, những cảnh báo về chất lượng sản phẩm, những tấm gương các nhà khoa học, nhà sáng chế, những người dân đam mê khoa học,... có đóng góp lớn cho đất nước, các kiến thức khoa học phổ thông... là những vấn đề mà báo chí đang “đói” thông tin. Nên chăng, các cơ quan chủ quản cần tăng cường và chủ động cung cấp cho báo chí các thông tin này.

Khi có vụ việc liên quan đến đời sống của người dân, cần có cơ sở khoa học thì cơ quan chủ quản, các nhà khoa học phải lên tiếng phản biện (đúng hay sai, có cái đúng, cái sai...), từ đó định hướng dư luận. Vai trò của KH&CN nói chung, các nhà khoa học nói riêng dễ được xã hội ghi nhận và khẳng định chính là ở những sự kiện và thời điểm này. Hơn lúc nào hết khi có các sự kiện nóng như vậy, cơ quan chủ quản phải chủ động có người phát ngôn, người phản biện và phải vào cuộc nhanh quyết liệt với một nguyên tắc là bảo vệ cái đúng, đứng về lợi ích người dân.

Về phía cơ quan báo chí và các nhà báo

- Cơ quan báo chí: Các cơ quan báo chí cần dành sự ưu tiên nhất định cho việc chuyển tải thông điệp truyền thông KH&CN đến với người dân. Sự ưu tiên đó thể hiện ở chủ trương, định hướng của lãnh đạo đơn vị báo chí, sau đó là việc bố trí thời lượng, nội dung vấn đề liên quan trong tổng thể kế hoạch hay chương trình truyền hình, phát thanh.

Mỗi loại hình báo chí cần có một hình thức thông tin KH&CN cho nông dân riêng đặc thù sao cho hiệu quả và hấp dẫn người đọc. Trong việc này rất cần sự trợ giúp của Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển Truyền thông KH&CN, bộ chủ quản và các nhà khoa học, viện, trường và các DN liên quan. Cần cộng tác với một số nhà khoa học tên tuổi vừa có kiến thức uyên bác nhưng cũng phải có cách truyền

thụ kiến thức dung dị, dí dỏm và mang tính báo chí để người dân dễ tiếp thu. Trong loại hình này thì các báo điện tử, phát thanh truyền hình có thể mạnh hơn cả.

Có kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo các nhà báo chuyên viết về KH&CN và nông nghiệp, không chỉ về kiến thức chuyên môn mà cả về cách thức truyền tải hấp dẫn dễ hiểu và hiệu quả.

- Với nhà báo, cần am hiểu và có kiến thức chuyên sâu về KH&CN làm nền tảng để tác nghiệp; có lòng yêu và đam mê với nghề. Trong thực tiễn, do kiến thức của nhà báo về lĩnh vực khoa học và công nghệ còn ít nên đưa tin trong tác phẩm, sản phẩm báo chí chưa khách quan, phân tích hời hợt, hiệu quả báo chí rất thấp.

Có hai con đường giúp cho nhà báo có kiến thức nói chung, kiến thức chuyên ngành khoa học và công nghệ nói riêng, đó là *được học* và *tự học*. Các nhà báo *được học* bài bản qua các trường lớp chính quy thì con đường đi đến đích hoạt động nghề nghiệp chuyên nghiệp sẽ ngắn. Các nhà báo *tự học* nghề thường phải “đi đường vòng” để đến đích chuyên nghiệp. Vấn kiến thức thực tiễn, những bài học từ đồng nghiệp, ý kiến tham khảo từ chuyên gia sẽ giúp họ tác nghiệp báo chí một cách linh hoạt.

Trân trọng cảm ơn Chị!

Phụ lục 04
PHỎNG VẤN SÂU BIÊN TẬP VIÊN CỦA CHƯƠNG TRÌNH
CHUYỆN NHÀ NÔNG VỚI NÔNG NGHIỆP – VTV1

1. Là một biên tập viên phụ trách lĩnh vực nông nghiệp. Chị có thể cho biết ý kiến của mình về tầm quan trọng của việc ứng dụng KH&CN vào sản xuất nông nghiệp và đời sống của cư dân nông thôn cũng như việc chuyển tải thông tin, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân?

Qua thực tế đi ghi hình, tôi thấy KH&CN ngày nay góp phần rất nhiều vào công việc của người nông dân, là một công cụ hỗ trợ tích cực cho người nông dân. Nhờ có kiến thức KH&CN người nông dân đã sáng tạo ra được nhiều sáng chế, nhiều sản phẩm phục vụ cho chính công việc của mình. Ứng dụng KH&CN vào sản xuất nông nghiệp không những tiết kiệm được công lao động, mang lại hiệu quả kinh tế cao, mà còn giúp người nông dân có thể xây dựng được những mô hình nông nghiệp thông minh, hiện đại, hướng đến nền nông nghiệp 4.0

2. Chị nhận thấy nhu cầu tiếp nhận thông tin KH&CN của người nông dân như thế nào?

Người nông dân hiện nay khá chủ động trong việc tiếp cận với những thông tin KH&CN, thông qua đó họ biết chất lượng những gì cần cho công việc của mình. Họ cũng có thể học hỏi được những ứng dụng, những giải pháp công nghệ đang được triển khai ở những mô hình khác, ở những nền nông nghiệp của các nước tiên tiến khác để vận dụng vào điều kiện và mô hình thực tế của mình.

3. Chị có thể chia sẻ những kinh nghiệm trong việc giải mã thông điệp, cung cấp thông tin, thông điệp truyền thông KH&CN cho đối tượng là người nông dân, những người sống ở khu vực nông thôn?

Truyền thông KH&CN cho nông dân nên gắn liền với thực tế, đi từ những ví dụ cụ thể. Khi đưa những thông tin về KH&CN nên dùng những từ ngữ dễ hiểu, gần gũi với người dân, có so sánh cụ thể để người tiếp cận dễ hình dung. Trong quá trình khai thác sản xuất tin bài, nên nắm bắt tìm hiểu thông tin qua các Hội nông dân, Trung tâm khuyến nông, phòng nông nghiệp của các địa phương... sẽ khá thuận lợi, giúp cung cấp được rất nhiều thông tin hữu ích

Trân trọng cảm ơn Chị!

Phụ lục 05
PHỎNG VẤN SÂU LÃNH ĐẠO TRUNG TÂM NGHIÊN CỨU
VÀ PHÁT TRIỂN TRUYỀN THÔNG KH&CN

1. Thưa ông, nông nghiệp được coi là một trong những lĩnh vực có sự tham gia, đóng góp của KH&CN tương đối nhiều. Ý kiến của ông về thực trạng tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN cho nông dân hiện nay?

KH&CN ngày càng nhận được sự quan tâm lớn của Đảng, Nhà nước, được xem là quốc sách hàng đầu, động lực then chốt để phát triển đất nước nhanh và bền vững,... Hoạt động truyền thông KH&CN vì vậy cũng được quan tâm, chú trọng đầu tư, là một trong sáu giải pháp chủ yếu để thực hiện Chiến lược phát triển KH&CN Việt Nam giai đoạn 2011- 2020. Truyền thông KH&CN phục vụ nhiều đối tượng công chúng khác nhau, trong đó có nông dân. Đây cũng là đối tượng được Bộ KH&CN quan tâm, và đã có các kế hoạch, giải pháp tuyên truyền, phổ biến kiến thức về KH&CN cho đối tượng này.

Thời gian qua, đặc biệt trong 10 năm gần đây, Bộ KH&CN đã phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí nhằm đẩy mạnh hoạt động truyền thông KH&CN. Đặc biệt, Bộ phối hợp với Đài truyền hình Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam và nhiều cơ quan báo chí đại chúng ở trung ương xây dựng chương trình, chuyên mục KH&CN định kỳ hàng tuần. Riêng với đối tượng nông dân, Bộ KH&CN đã phối hợp với Báo in và điện tử Nông thôn ngày nay để đưa vào các thông tin KH&CN phục vụ sản xuất nông nghiệp. Các thông tin về chủ trương, chính sách KH&CN, những kết quả nghiên cứu, sáng chế, quy trình kỹ thuật, công nghệ mới,... phục vụ sản xuất nông nghiệp, xây dựng nông thôn được lồng ghép vào các chương trình KH&CN, ngày càng được tuyên truyền, phổ biến sâu rộng tới đông đảo bà con nông dân. Thực tế, đã có rất nhiều chương trình, chuyên mục tạo được hiệu ứng lan tỏa như chương trình Nghiên cứu và Ứng dụng, Sáng kiến – Giải pháp (1 số/tuần trên VTV2), “Gala Nhà sáng chế” (tổ chức lần đầu tiên vào tháng 12/1014 trên VTV2), Công nghệ và Đời sống (VTV1, nay đã đổi tên),... và đã đạt được những hiệu quả tích cực.

Tuy nhiên, về hình thức thể hiện thông điệp KH&CN cho nông dân trên nhiều cơ quan báo chí, truyền thông hiện nói chung chưa phong phú, đôi khi cách viết chưa gần gũi, dung dị, để người dân bình thường nhất cũng hiểu được mà thiên về tính học thuật, hàn lâm. Nhiều cơ quan báo chí cũng chưa thực sự mặn mà với việc truyền thông KH&CN cho nông dân. Nhiều chương trình về nông nghiệp nông thôn nông dân chưa đưa được hàm lượng thông tin KH&CN nhiều. Một mặt, do đội ngũ phóng viên, biên tập viên am hiểu về KH&CN còn ít và hạn chế. Mặt khác PV không mấy say nghề với lĩnh vực này vì nghĩ nó khô khan, khó viết và không “hót”, không được đánh giá cao.

2. Bộ KH&CN đã có những hình thức gì để tuyên truyền, phổ biến kiến thức KH&CN nói chung và với đối tượng nông dân nói riêng?

Về cung cấp thông tin cho báo, hiện nay, Bộ thực hiện theo Quyết định số 925/QĐ-BKH&CN ngày 26/4/2017 của Bộ trưởng Bộ KH&CN về Quy chế phát ngôn

và cung cấp thông tin cho báo chí của Bộ KH&CN. Theo đó, Bộ KH&CN tổ chức cung cấp thông tin định kỳ cho báo chí về hoạt động của cơ quan, về lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý của Bộ KH&CN thông qua một số hình thức theo quy định của Chính phủ, trong đó có việc tổ chức họp báo định kỳ mỗi quý một lần để cung cấp thông tin cho báo chí và trả lời trực tiếp những vấn đề báo chí quan tâm. Ngoài ra, với mỗi sự kiện, vấn đề báo chí và dư luận quan tâm có liên quan đến Bộ, Bộ đều tổ chức họp báo để kịp thời cung cấp thông tin cho báo chí để đưa thông tin tới công chúng.

Cùng với đó, các thông tin về hoạt động KH&CN, văn bản chỉ đạo, điều hành liên quan đến cơ chế chính sách pháp luật về KH&CN, dữ liệu về KH&CN, các kết quả nghiên cứu mới, sáng chế,... phục vụ phát triển các ngành, lĩnh vực nói chung trong đó có lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn cũng được Bộ KH&CN đăng tải công khai trên internet như: Cổng Thông tin điện tử của Bộ (<http://www.most.gov.vn>), Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển Truyền thông KH&CN (<http://truyenthongkhoaoc.vn>), Cổng thông tin KH&CN của Cục Thông tin KH&CN Quốc gia (<http://www.vista.gov.vn>),...

Hoạt động truyền thông KH&CN hướng đến đối tượng là người nông dân cũng được Bộ quan tâm và chú trọng. STC – Cơ quan đầu mối truyền thông của Bộ đã thường xuyên tổ chức các buổi đi thực tế cho các nhóm phóng viên tiếp cận với các mô hình ứng dụng tiến bộ KH kỹ thuật, tìm hiểu về các công nghệ, kỹ thuật, sáng chế mới phục vụ sản xuất nông nghiệp, cải thiện môi trường tại nông thôn,... Năm 2015, lần đầu tiên Bộ KH&CN tổ chức sự kiện gặp mặt các nhà sáng chế không chuyên tiêu biểu vào đúng dịp Ngày KH&CN Việt Nam. 63 nhà sáng chế không chuyên được lựa chọn vinh danh là những gương mặt tiêu biểu, đại diện cho phong trào sáng tạo trong quần chúng nhân dân. Các cơ quan báo chí, truyền thông cũng đã vào cuộc tuyên truyền, tôn vinh các nhà sáng chế không chuyên rất tích cực, tạo được hiệu ứng tốt và tính lan tỏa cao.

Trên cơ sở kết quả của các chương trình như Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ (Chương trình 68), Chương trình “*Hỗ trợ ứng dụng và chuyển giao tiến bộ KH&CN phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn và miền núi*”,... Bộ thường xuyên tổ chức cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí, thông qua hình thức họp báo, tổ chức hội thảo, hội nghị, đưa phóng viên phụ trách lĩnh vực KH&CN của nhiều cơ quan báo chí đến tiếp xúc với các mô hình ứng dụng tiến bộ KH&CN; kết nối phóng viên với các Trung tâm ứng dụng tiến bộ KH&CN, trực thuộc Sở KH&CN các tỉnh, thành phố để họ trực tiếp làm việc và khai thác thông tin, đến tìm hiểu và chuyển tải thông tin về các mô hình KH&CN hiệu quả, nổi bật tại địa phương đến với công chúng.

Hiện STC đang phối hợp với một số cơ quan đối tác triển khai hoạt động truyền thông KH&CN cho đồng bào dân tộc miền núi, trong đó có việc chuyển tải thông điệp về KH&CN bằng tiếng dân tộc trên truyền hình. Trong các chương trình truyền thông, STC đặc biệt chú trọng đến việc làm sao để thông điệp về KH&CN phải thực sự gần gũi, ngôn ngữ đại chúng, ngắn gọn nhưng dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm theo.

3. Để nâng cao hiệu quả truyền thông KH&CN cho nông dân, thời gian tới cần có những giải pháp cụ thể nào, thưa ông?

- *Liên kết 4 nhà*: Điều quan trọng là làm sao nâng cao nhận thức của toàn xã hội về KH&CN. Điều này gắn với nhiệm vụ của người làm công tác thông tin truyền thông. Vì nếu như xã hội không nhận thức được đầy đủ về vai trò, vị trí của KH&CN đối với phát triển KTXH thì sẽ rất khó để phát triển KH&CN. Nếu như doanh nghiệp không đổi mới công nghệ, thực hiện đầu tư cho phát triển KH&CN thì không thể nào có sản phẩm đạt chất lượng đem lại hiệu quả trong sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế hiện nay đang toàn cầu hóa. Người nông dân mà không áp dụng tiến bộ KH&CN thì không thể nào lúa gạo có thể cạnh tranh được. Cho nên nhận thức làm sao để từng người, từng doanh nghiệp và các cấp lãnh đạo quản lý nhận thức được tầm quan trọng của KH&CN, tùy theo yêu cầu của chính tổ chức, cơ quan và cá nhân mình để ứng dụng, áp dụng KH&CN cho sự phát triển của từng cơ quan, tổ chức và cho cả xã hội.

Bộ KH&CN chủ động và sẵn sàng cung cấp thông tin về hoạt động của ngành nói chung cũng như các vấn đề liên quan đến thông tin KH&CN cho nông dân. Đồng thời, đổi mới và đa dạng hóa các phương thức cung cấp thông tin, truyền thông KH&CN cho nông dân theo hướng đúng, trúng, hiệu quả hơn. Tuy nhiên, nếu chỉ riêng Bộ KH&CN, sẽ rất khó để thực hiện được, mà cần sự chung tay, vào cuộc của các Bộ, ngành, địa phương, đặc biệt là Hội nông dân các tỉnh, thành và không thể thiếu các cơ quan báo chí. Để có những đề tài hấp dẫn, thông tin KH&CN thú vị chuyển tải đến đối tượng nông dân, các nhà báo, phóng viên cũng cần chủ động hơn nữa trong việc tiếp cận thông tin KH&CN. Để thông điệp về KH&CN cho nông dân được đăng tải trên báo chí được đổi mới một cách căn bản, tạo ra sự đột phá cả về chất lẫn lượng rất cần sự cộng tác, bắt tay và vào cuộc thật sự của cả “4 nhà”: Nhà quản lý - nhà khoa học - nhà báo – nhà nông”.

- *Nguồn nhân lực*: Một trong những yếu tố quan trọng nữa đó là nhân lực truyền thông KH&CN. Đội ngũ cán bộ truyền thông của STC hiện được đào tạo khá bài bản về chuyên ngành báo chí và truyền thông, rất am hiểu lĩnh vực KH&CN. Hàng năm, Bộ KH&CN đều tổ chức tập huấn về công tác truyền thông KH&CN cho các đối tượng là nhà báo, phóng viên các cơ quan thông tấn, báo chí; lãnh đạo và đầu mối truyền thông của các đơn vị thuộc Bộ; lãnh đạo, cán bộ truyền thông của các sở KH&CN. Tuy nhiên, với các cơ quan báo chí hiện nay, phần lớn phóng viên theo dõi, phụ trách lĩnh vực KH&CN không phải ai cũng am hiểu, tường tận lĩnh vực này. Điều đó cũng ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng truyền thông KH&CN cho nông dân. Mọi chiến lược, chính sách KH&CN liên quan đến nông dân, nông nghiệp và nông thôn có “ổn” hay không, có được dân chúng hiểu, chia sẻ và thực hiện nay không phụ thuộc phần lớn vào đội ngũ cán bộ truyền thông, phóng viên, biên tập viên các cơ quan thông tấn, báo chí. Do đó, các cơ quan thông tấn, báo chí cũng cần dành sự ưu tiên trong hoạt động truyền thông KH&CN cho nông dân; có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ phóng viên chuyên viết về KH&CN và nông nghiệp, không chỉ về kiến thức chuyên môn mà cả về cách thức truyền tải hấp dẫn dễ hiểu và hiệu quả.

Xin trân trọng cảm ơn Ông!

Phụ lục 06
PHÒNG VẤN SÂU NÔNG DÂN THÀNH CÔNG NHỜ MÔ HÌNH
NÔNG NGHIỆP ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CAO
Ở HUYỆN PHÚ XUYÊN, HÀ NỘI

1. Là người trực tiếp sản xuất nông nghiệp, ông/bà thường sử dụng thói quen sản xuất nông nghiệp theo truyền thống hay có học hỏi các cách làm hay, áp dụng các công nghệ, kỹ thuật mới, giống cây, con mới được nghiên cứu,... hay không?

Trong thế giới làm ăn, nếu một người có thông tin sớm hơn người khác thì có thể kiếm nhiều tiền và cuộc sống đổi thay rất nhanh, ai thiếu thông tin thì sẽ trở nên lạc hậu. Vì thế, gia đình tôi từ khoảng 5 năm gần đây đã ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật mới theo mô hình VietGap vào trồng măng tây và rau. Nhờ sự hỗ trợ của các chuyên gia Hà Lan, cùng với việc tham gia vào Hợp tác xã rau quả Hồng Thái, gia đình tôi đã được hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc măng và rau trong nhà lưới, nhà kính, có hệ thống phun sương, tưới nhỏ giọt,...

Các mô hình này trước đó tôi đã thấy nhiều tại Đà Lạt và một số tỉnh khác thông qua tivi. Tôi nghĩ, đó là cách làm rất hiện đại, khoa học và văn minh. Họ làm được chắc mình cũng làm được. Vì thế, tôi cũng tìm hiểu và tự làm quy mô nhỏ. Sau đó, biết được địa phương cũng đang khuyến khích và có chủ trương nên tôi xin tham gia Hợp tác xã. Đầu tiên là phải được tập huấn, sau đó được hướng dẫn, hỗ trợ thiết bị, công nghệ, giống,... và mở rộng quy mô. Cũng phải chấp nhận đầu tư, chi phí tốn kém nhưng đến khi thành công thì cảm xúc rất khó tả. Đến nay, thu nhập của gia đình tôi tương đối ổn định.

2. Ông/bà thường xuyên theo dõi thông tin, kiến thức về nông nghiệp và KH&CN theo kênh nào?

Tôi chủ yếu xem và nghe thông tin, kiến thức về nông nghiệp và KH&CN trên radio và tivi. Có mấy chương trình hay và nhiều thông tin như Bạn của nhà nông, Cùng nông dân bàn cách làm giàu (VTV2), Chuyện nhà nông với nông nghiệp (VTV1), Nông nghiệp và Nông thôn (VOV1),... đưa rất nhiều mô hình ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ cao, thậm chí hướng dẫn, chỉ dẫn cụ thể. Tôi thấy cũng không quá khó, quan trọng là kiên trì và có phương pháp. Họ làm được mình chắc cũng làm được. Việc tuyên dương các gương điển hình làm kinh tế giỏi, các mô hình ứng dụng KH&CN hiệu quả như vậy khiến chúng tôi cảm thấy rất phấn khởi, đúng với nhu cầu của mình, có thêm động lực để làm ăn.

Xem tivi và nghe đài (radio) là tiện lợi nhất, có thể vừa làm vừa nghe, tôi cũng có thể nghe được trên điện thoại thông minh. Nó cũng không tốn kém quá nhiều chi phí. Tuy nhiên, nghe và xem thường trôi đi rất nhanh, nếu có hình thức nào để xem lại nhiều hơn thì tốt, bởi có nhiều chương trình tìm trên mạng internet không thấy. Thi thoảng tôi cũng xem trên báo điện tử, thông tin thì đầy đủ nhưng không có nhiều mô hình, cách làm, chỉ dẫn hay, hiệu quả như tivi và radio khai thác.

3. Ông/bà có mong muốn và đề xuất gì trong việc tiếp cận các thông tin KH&CN vào sản xuất nông nghiệp, đời sống và xây dựng nông thôn mới?

Chúng tôi rất mong muốn các cơ quan báo chí nhất là phát thanh và truyền hình đăng tải nhiều hơn nữa, tăng thời lượng phát sóng các thông tin về những công nghệ mới, cách làm hiệu quả, mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN, giống cây trồng, vật nuôi mới,... Bởi không gì hiệu quả bằng cách học hỏi lẫn nhau, đó cũng là truyền thống của dân tộc. Tuy nhiên, cần có hướng dẫn của các nhà khoa học, chuyên gia thì sẽ bài bản, khoa học và hiệu quả hơn rất nhiều.

Ngoài hình thức thông tin qua báo chí, tôi nghĩ cần có thêm các hình thức khác như tờ rơi, sách hướng dẫn, đặc biệt là cần có cán bộ đi hướng dẫn, tuyên truyền đến tận thôn xóm, tiếp thêm động lực cho người dân, tạo thành phong trào “làm giàu” nhờ KH&CN. Hiện tại, cũng còn nhiều người chưa quan tâm hoặc rất ít thông tin về những nội dung này.

Tuy nhiên, điều quan trọng là nhà báo phải đưa thông tin chân thật, chính xác và có tâm. Đôi khi nhà nông chúng tôi rất sợ thông tin. Ví dụ, nhiều khi báo chí cứ nói có dịch cúm gà hay công bố dịch cúm gà là lại có hàng loạt trang trại phá sản, mặc dù gia súc gia cầm của họ không có bệnh. Do có ít thông tin nên khán thính giả, bạn đọc cũng rất tin tưởng vào báo đài và họ sẽ làm theo báo đài. Khi nghe đài báo nói có dịch cúm, lập tức ngày mai không ăn thịt gà và những chế phẩm có liên quan, mặc dù biết nó được chế biến từ mấy tháng trước. Nổi bật hạnh lập tức đổ lên đầu những ông chủ trang trại, chỉ cần 1 tháng thì hụt vốn lên đến vài tỷ đồng. Có người để gia súc gia cầm chết đói, rồi làm thịt gà lớn cho gà bé ăn để cầm cự. Đó là câu chuyện có thật. Nói chung, thông tin thất thiệt thì chúng tôi thiệt đơn thiệt kép, nên nhà báo cần cẩn trọng khi đưa tin, chủ động mời nhà khoa học, chuyên gia giải thích cho bà con, cộng đồng hiểu để có sự lựa chọn thông minh, nhà nông cũng không bị ảnh hưởng.

Một vấn đề nữa là đầu ra cho sản phẩm. Hiện tại chúng tôi sản xuất với quy mô vừa phải thì tiêu thụ được, nhưng nhiều hợp tác xã cũng triển khai các sản phẩm này với số lượng nhiều lại là vấn đề không dễ. Cho nên, chính quyền địa phương cũng rất quan trọng trong việc điều phối, phân bổ và tham mưu, đề xuất chính sách.

Xin trân trọng cảm ơn Ông!

PHỤ LỤC 7
VĂN BẢN MỘT SỐ TÁC PHẨM CHƯƠNG TRÌNH NÔNG NGHIỆP
VÀ NÔNG THÔN – VOV1 VÀ CHƯƠNG TRÌNH CHUYÊN NHÀ NÔNG
VỚI NÔNG NGHIỆP – VTV1 ĐƯỢC KHẢO SÁT

1. Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn phát 5h35&14h45 ngày
13/05/2018.

Tích tụ ruộng đất: Không để nông dân chịu thiệt

Thưa bà con và các bạn! Trong bối cảnh sản xuất nông nghiệp gặp khó khăn, hiệu quả thấp bởi quy mô đất canh tác nhỏ, việc tích tụ, tập trung ruộng đất được đánh giá là giải pháp then chốt để tiến tới sản xuất hàng hóa quy mô lớn. Tuy nhiên, hàng loạt thách thức được đặt ra trong quá trình tích tụ, tập trung ruộng đất như: những tác động xã hội trái chiều, vấn đề hài hòa lợi ích giữa các bên, đảm bảo sinh kế cho người dân, thị trường quyền sử dụng đất cần điều chỉnh như thế nào để tích tụ ruộng đất mang lại hiệu quả cao nhất...? Nếu không có cách làm phù hợp, nông dân sẽ bị mất đất, bị bán cùng hóa, và đất sản xuất nông nghiệp rất dễ bị một số “đại gia” thao túng. Trong Chương trình Nông nghiệp và nông thôn hôm nay, chúng tôi sẽ thông tin về nội dung này:

Dự án nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao tại xã Tân Liên được Tập đoàn VinGroup giao đơn vị thành viên là Công ty TNHH đầu tư sản xuất phát triển nông nghiệp VinEco thực hiện tại Hải Phòng. Công tác đền bù, giải phóng mặt bằng phục vụ thi công dự án đã hoàn thành nhưng không phải người dân nào cũng hài lòng với mức đền bù và cách làm của doanh nghiệp. Ông Lê Văn Nhưng, nông dân xã Tân Yên, huyện Vĩnh Bảo, thành phố Hải Phòng cho biết:

Băng: *“Có ruộng trong dự án thì phải bán. Về giá họ trả tiền năm 2015, nhưng lại trả theo giá năm 2011 nên hơi thấp. Do thời điểm ký bán 2011, 2015 mới trả tiền, chênh lệch hơi thấp một chút. Bán thực tế bán gần 5 sào, được 310 triệu. Bình quân 71-72 triệu. 9 hộ ở Tiên Hải họ không đồng ý, họ được trả gần gấp đôi. Nói chung với lí do ký từ năm 2011 nên dân họ vẫn cứ phải nhận thôi.”*

Khi thực hiện tích tụ, tập trung ruộng đất, rất nhiều chuyên gia kinh tế đã nhấn mạnh, phải làm thế nào để người dân có đất mà không có nhu cầu sử dụng và doanh nghiệp trực tiếp tìm đến nhau. Hiện nay, có nhiều chính quyền địa phương đã đứng ra vận động gom đất của nông dân cho doanh nghiệp thuê. Khi chính quyền đứng ra xử lý, nếu làm tốt thì người dân được bảo vệ, còn làm không tốt, không công bằng thì phần thiệt, bất lợi sẽ về người dân.

Nếu quá trình chuyển giao đất đai từ người nông dân sang doanh nghiệp không được giám sát chặt chẽ, thì cũng không loại trừ khả năng các doanh nghiệp lớn có thể thông đồng với các nhóm lợi ích trong chính quyền địa phương “vẽ” ra các dự án nông nghiệp để thu hồi đất nhỏ lẻ của nông dân, sau đó “hô biến” thành

các dự án phi nông nghiệp để bán thu siêu lợi nhuận. Đây là thực tế mà ông Trương Minh Châu, Trưởng phòng Quản lý kỹ thuật, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Nghệ An khẳng định là đã và sẽ tiếp tục xảy ra nếu Nhà nước thiếu những chế tài xử lý:

Băng: *“Nhiều khi tôi thấy nhiều trường hợp doanh nghiệp cứ lấy đất rồi không làm, rồi chuyển sang mục đích khác. Nông dân người ta không tin là ở chỗ đó. Tôi thấy thực tế sản xuất là thế. Doanh nghiệp mà làm lợi của doanh nghiệp thì nông dân biết bầu vùi đâu. Rồi nhà nước không hỗ trợ thì không thể thành cái sản xuất nó bền vững được.”*

Tiến sỹ Nguyễn Đức Thành, Viện trưởng Viện Kinh tế và Phát triển, Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội cho rằng, để xảy ra tình trạng thu mua đất nông nghiệp để chuyển đổi mục đích sử dụng, hoặc để tích lũy làm tài sản là do đất nông nghiệp đang bị định giá quá thấp. Ví dụ như một héc ta đất lúa khu vực Đồng bằng sông Cửu Long có giá trị thực từ 1 đến 2 tỷ đồng, nhưng khi định giá tín dụng, người nông dân chỉ có thể thế chấp vay được từ 200 đến 300 triệu đồng. Bởi giá đất nông nghiệp đang được quy định hành chính từ Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, chỉ bằng một phần mười giá trị thực tế. Với cách định giá như vậy, đất nông nghiệp không vốn hóa được, không trở thành tài sản có giá trị đối với người nông dân:

Băng: *“Giải pháp có thể được là định giá giá trị tài sản đó về mặt thị trường chứ không phải theo quy định hành chính. Và vì thế khi mà tôi mua của anh, thì tôi có thể áp một giá cũ, một giá thấp như vậy. Thế như vậy quá trình tích tụ đó theo quan điểm của chúng tôi nó sẽ đi liền với một quá trình tước đoạt, kể cả là tước đoạt hợp pháp, hợp lý bởi giá cả được định không theo thị trường giá trị của đất đai. Thì điều đó chắc chắn sẽ nảy sinh mâu thuẫn, và nó sẽ tạo ra cái số người bị đẩy khỏi đất đai, và một số lượng sẽ ngày càng đông, và bản cùng hóa họ. Họ không còn tài sản để thế chấp, họ không còn cái để họ nương tựa vào lúc khó khăn dù cho năng suất nó rất thấp thôi. Và như vậy chúng ta sẽ bị vướng vào một vấn đề xã hội rất lớn.”*

Theo báo cáo “Đổi mới chính sách đất đai cho tái cơ cấu ngành nông nghiệp” của Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, nguồn gốc đất nông nghiệp nông thôn chỉ có 12% là mua trực tiếp hoặc đấu giá, 40% do Nhà nước giao, 34% thừa kế, còn lại là đất khai hoang hoặc nguồn gốc khác. Còn theo thống kê của Bộ Tài nguyên và Môi trường, năm 2014, tỷ lệ hộ cho thuê đất nông nghiệp chỉ ở mức 10,5%, tỷ lệ đất nông nghiệp cho thuê dưới mức 5%, thậm chí cho thuê đất phần lớn chỉ giới hạn trong gia đình, họ hàng.

Điều đó cho thấy, thị trường chuyển và thuê quyền sử dụng đất ở nước ta chưa vận hành hiệu quả, chưa tạo được môi trường thuận lợi cho tích tụ, tập trung ruộng đất. Quyền sử dụng đất là loại “hàng hóa đặc biệt” được pháp luật bảo hộ, là hàng hóa nên được trao đổi, mua bán trên thị trường. Vì vậy, tích tụ ruộng đất phải

theo quy luật của thị trường, đảm bảo tính công khai, minh bạch và bình đẳng giữa các chủ thể.

Tiến sỹ Nguyễn Trí Ngọc, Phó chủ tịch kiêm Tổng thư ký Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam hiến kế, việc thành lập ra một ngân hàng quỹ đất sẽ tạo một môi trường thuận lợi để tích tụ, tập trung ruộng đất. Điểm mấu chốt của phương thức này chính là quyền lợi của người nông dân góp đất vào ngân hàng vẫn được Nhà nước bảo đảm:

Băng: *“Hiện nay ta đang làm chủ quyền trong vấn đề sử dụng đất. Nôm na là họ nghĩ là cái mảnh đất là của họ, đã được Nhà nước giao. Đây là kế sinh nhai của họ, cho con cháu của họ. Thế thì cái kế sinh nhai đó sẽ được gửi gắm vào ngân hàng đất đai để họ cảm thấy vẫn yên tâm không phải cho thế hệ của họ mà cho thế hệ mai sau, là người ta không mất đi, thậm chí là người ta còn được hưởng cái lãi suất. Một cái giải pháp sáng tạo và nếu làm tốt thì nó sẽ giúp chúng ta được những cái khó khăn hiện nay trong vấn đề đất đai đối với phát triển nông nghiệp.”*

Nhạc cắt

Thưa bà con và các bạn! Ruộng đất là tư liệu sản xuất đặc biệt, không thể sinh ra thêm, nhu cầu sử dụng đất đai ngày càng lớn. Vì thế, vấn đề lợi ích trong chuyển đổi đất đai luôn là vấn đề nóng bỏng và nhạy cảm, nhất là đối với đối tượng yếu thế là nông dân. Chúng ta đã bàn nhiều tới giải pháp bảo vệ quyền lợi cho những nông dân cho thuê, chuyển nhượng quyền sử dụng đất. Nhưng trong câu chuyện tích tụ, tập trung ruộng đất, còn một đối tượng yếu thế nữa cần được bảo vệ, đó chính là những nông dân năng động đứng ra quy tụ một diện tích lớn.

Chuyện của ông Nguyễn Lưu Cộng, xã Hải Toàn, huyện Hải Hậu, tỉnh Nam Định là một ví dụ về sự “yếu thế” của nông dân khi tham gia tích tụ, tập trung ruộng đất so với doanh nghiệp. Nỗi thất vọng hiện rõ trong đôi mắt đờm buồn, trên khuôn mặt gầy gò, đen sạm, giọng nói như chùng xuống khi ông Cộng kể về thất bại trong việc đấu thầu gần 20 mẫu đất công của xã. Ông đã thua Công ty trách nhiệm hữu hạn Cường Tân, một doanh nghiệp đang sản xuất trên diện tích gần 600 héc ta chuyên làm lúa giống tại Nam Định trong quá trình tích tụ, tập trung ruộng đất này. Và theo ông, lí do chính quyền địa phương đưa ra để từ chối lá đơn của ông là không thỏa đáng:

Băng: *“Đi đấu ruộng thì nói thật là quá khổ chứ không sung sướng gì. Giá ưu tiên cho bà con mình nông dân thì mình làm mô hình rau sạch tới đây là hơn 1 tỷ. Mà giờ muốn tích tụ mua cho tổ công xã thì mình đủ khả năng mua nhưng mình lại không có chân tay, không mua nổi với các ông ấy. Thấp bé nhẹ cân không đấu nổi được. Nhờ hàng vậy. Mà ông ấy còn hạch sách là anh phải đưa công ty có dấu đỏ mới được kỹ, mới được đấu. Người nông dân bây giờ làm cái gì ra một cái dấu đỏ? ”*

Mục tiêu đẩy mạnh tích tụ ruộng đất là để tạo điều kiện tái cơ cấu ngành nông nghiệp, đảm bảo yêu cầu sử dụng có hiệu quả tài nguyên đất đai để phát triển

ngành nông nghiệp hiện đại, quy mô lớn, chất lượng và sức cạnh tranh cao. Đòi hỏi với mục tiêu này, rõ ràng nông dân không bao giờ ở thế hơn so với doanh nghiệp. Vậy nên giải quyết những câu chuyện như của nông dân Nguyễn Lưu Công như thế nào? Chúng tôi đã tìm ra được câu trả lời trong chỉ đạo của Phó Thủ tướng Chính phủ Trịnh Đình Dũng ở một hội nghị bàn những giải pháp liên quan đến tích tụ, tập trung ruộng đất:

Băng: *“Phải xây dựng cơ chế hay chế tài bảo đảm quyền bình đẳng giữa doanh nghiệp và người dân trong tham gia tích tụ tập trung ruộng đất cũng như tổ chức sản xuất nông nghiệp, cái này phải bình đẳng. Vấn đề thứ hai là đề nghị xây dựng chính sách hỗ trợ nông dân trong quá trình tích tụ, tập trung đất đai, đồng thời là xây dựng chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, phát triển kinh tế nông thôn. Cái này chúng ta đã có rồi nhưng chưa đủ mạnh.”*

Thực tế triển khai tại các địa phương, đã có nhiều mô hình tích tụ đất đai thành công, doanh nghiệp có lợi nhuận cao, nông dân phần khởi. Song để phát triển bền vững các mô hình và nhân ra diện rộng thì bài toán “nông dân đứng ở đâu?” sẽ cần được tính toán kỹ lưỡng. Nếu không nhìn những câu chuyện này từ góc độ văn hóa, tập quán, tâm lý của nông dân, không gắn tích tụ ruộng đất với việc xây dựng một nền nông nghiệp theo mô hình mới, hình thành quan hệ sản xuất mới... thì khó mà xử lý được. Giáo sư, tiến sỹ Đặng Hùng Võ, nguyên Thứ trưởng Bộ Tài nguyên và môi trường cho rằng:

Băng: *“Hiện nay chủ trương là đã rất rõ ràng, nhưng mà chính sách cụ thể có lẽ vẫn còn đang thiếu. Là bởi vì chúng ta phải thấy rằng Nhà nước sẽ tác động vào quá trình tích tụ đất đai bằng những chính sách ưu đãi cho những người mà thực hiện tích tụ tốt, và chỉ cho người nông dân, ai là những cái người lao động sẽ chỉ thú làm nông nghiệp. Và nguồn vốn nào người nông dân có thể vay để phát triển sản xuất nông nghiệp. Thì đó là những cái mà chúng ta cần phải khảo cứu sâu hơn nữa về mặt chính sách để chúng ta tạo ra một chính sách, tạo ra một động lực để tích tụ đất đai nó mang lại hiệu quả.”*

Giải pháp cho vấn đề tích tụ, tập trung ruộng đất không phải là giải pháp một chiều như đối với các vấn đề kinh tế, xã hội khác, bởi tích tụ, tập trung ruộng đất một mặt có những tác động tích cực về kinh tế; mặt khác luôn có những tác động trái chiều, có thể trở thành vấn đề chính trị, xã hội. Do đó, chính sách và giải pháp tích tụ, tập trung ruộng đất phải kết hợp giữa thúc đẩy tích tụ, tập trung ruộng đất, đồng thời cần giải quyết các vấn đề nảy sinh.

2. Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1, ngày 17/4/2018

Làm giàu từ nghề nuôi chim yến

Thời lượng: 13 phút

- (1). Hình ảnh tổng hợp về nghề nuôi chim yến (trên nền nhạc, không lời bình)
- (2). Tít phóng sự: **LÀM GIÀU TỪ NGHỀ NUÔI CHIM YẾN**
- (3). Dẫn 1:

Thưa quý vị và các bạn! Từ năm 2005 khi những đàn chim yến đầu tiên về làm tổ tại số nhà 221 đường Trần Hưng đạo Tp. Tuy Hoà đã mở ra triển vọng về một ngành nghề mới tại Phú Yên: nghề nuôi chim yến trong nhà. Cùng với sự quan tâm của các cơ quan chức năng và chính quyền địa phương các cấp, nghề nuôi chim yến tại Phú Yên đã trở thành 1 nghề làm giàu cho người dân nơi đây.

(4). Ngoại cảnh nhà sách; chim yến bay lượn; pv và anh Ty trao đổi:

Ngôi nhà này là nơi đầu tiên đàn chim yến về làm tổ tại thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên. Từ một vài cá thể ban đầu, đến nay, sau hơn 13 năm, đàn chim yến đã phát triển lên hàng nghìn cá thể, đem lại nguồn thu nhập không nhỏ cho tập thể cán bộ công nhân viên ở đây.

Anh HUỖNH VĂN TÝ

Cán bộ phụ trách nhà yến - Công ty CP Yến sào Phú Yên, tỉnh Phú Yên

Phóng viên: (0871-1:44) *Những ngày đầu tiên chim yến về đây làm tổ, các anh chị ở đây có thấy lạ không ạ? Lúc ấy mình có biết là loài chim yến chưa ạ?*

Anh Ty: (0871-3:20) *Thời gian đầu, phía bên này là nhà để xe thì vô tình mới phát hiện ra cái phân của nó ở trên yên xe, rồi từ đó thấy loài chim lạ. Mà cũng rất may ở cơ quan ở đây có người quen biết Yến sào khánh Hòa, người ta chụp mấy mẫu tổ thì mới biết là loài chim yến. 0871-2:30 Khi mới biết chúng tôi cũng không dám can thiệp gì đâu, bởi vì cái ngành này không chỉ mới ở Phú Yên mà còn mới ở Việt Nam mình nữa... Yến sào mà nó làm trong nhà thì lúc đó là hiện tượng lạ, tại vì khu này nó rất là sầm uất, nó là vùng trung tâm của đô thị mà...*

(6). Hình ảnh nhà yến của anh Thạch Bích:

Nhận thấy nguồn lợi lớn mà đàn chim yến mang lại, gia đình anh Nguyễn Thạch Bích ở phường 4, thành phố Tuy Hòa và nhiều hộ gia đình khác đã mày mò tự học cách dẫn dụ đàn yến về làm tổ tại chính ngôi nhà mà mình đang ở. Đến nay, đàn chim yến trong nhà anh Bích cho thu hoạch gần 1 tạ tổ yến mỗi năm, cho thu nhập khoảng 2,5 tỉ đồng.

Anh NGUYỄN THẠCH BÍCH

Phường 4, thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

0901 - 0:27 *Gia đình tôi bắt đầu dẫn dụ chim yến từ cuối năm 2008, đến nay gần được 10 năm rồi. 1:25 Hồi đó nuôi chim yến là để cho nhà ăn thôi... nhưng rồi càng ngày nó nhiều lên. Đến bây giờ nhà dẫn dụ chim yến của chúng tôi diện tích khoảng 330 mét vuông, vẫn duy trì như vậy thôi nhưng mà hiệu quả rất tốt.*

(7). Hình ảnh nuôi chim yến

Là tỉnh nằm ở lưu vực sông Ba, địa hình đồng bằng – bán sơn địa với tiềm năng thức ăn dồi dào, môi trường sinh thái thuận lợi; Phú Yên được đánh giá là địa phương có tiềm năng lớn để phát triển nghề nuôi chim yến trong nhà. Những năm gần đây, tốc độ phát triển cá thể chim yến tại Phú Yên tương đối mạnh, tập trung chủ yếu ở thành phố Tuy Hòa, huyện Phú Hòa, Đông Hòa, Tuy An và rải rác ở các huyện Tây Hòa và thị xã Sông Cầu.

Ông LÊ VĂN CỤU

Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ Phú Yên

1171 -1:03 Chúng tôi đã phát triển con chim yến ở Phú Yên rất là mạnh, phải nói bây giờ đã đạt được khoảng 300 nhà trong vòng mười năm thôi... phát triển nghề nuôi chim yến trong nhà của Phú Yên là hướng đi đúng hướng.

Hình cắt

(8). Dẫn 2:

Thưa quý vị và các bạn! Vừa qua, UBND tỉnh Phú Yên đã thông qua quy hoạch vùng, làng nghề nuôi chim yến và nghiệm thu dự án "Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật xây dựng nhà nuôi chim yến". Tỉnh Phú Yên cũng giao sở Khoa học và công nghệ quản lý, chuyển giao những kỹ thuật này tới người dân, góp phần nâng cao hiệu quả của một nghề rất mới nhưng đầy tiềm năng này.

(9). Hình ảnh ngoại cảnh Phú Yên; đàn chim yến đi kiếm ăn...

Là một hướng đi đầy triển vọng và mang lại hiệu quả kinh tế cao, tuy nhiên thời gian qua, việc nuôi chim yến trong nhà tại Phú Yên còn mang tính tự phát nên tiềm ẩn nhiều rủi ro cho người dân khi đầu tư, hiệu quả nghề nuôi chim yến trên địa bàn tỉnh chưa được thống kê đầy đủ, công tác bảo vệ môi trường sinh thái, vệ sinh thú y còn nhiều hạn chế... Phát triển nghề nuôi chim yến gắn liền với quy hoạch vùng nuôi, bảo đảm môi trường sinh thái, góp phần phát triển kinh tế xã hội tại Phú Yên là mục tiêu mà dự án "Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình nhà nuôi chim yến và quy hoạch vùng làng nghề nuôi chim yến tại Phú Yên" hướng đến.

Ông LÊ VĂN CỤU

Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ Phú Yên

1173 Phú Yên là một trong ít tỉnh đầu tiên xây dựng quy hoạch nuôi yến sào tới năm 2020, tầm nhìn tới năm 2030... Trong quy hoạch ấy cũng có chia thành các vùng nuôi, vùng nào có thể xây dựng làng, vùng nào tập trung nuôi yến... 1:13 và quy hoạch đó mình sẽ có được cơ sở khoa học để phát triển bền vững...

(10). Hình ảnh gia đình anh Khe và chị Thủy

Nằm trong quy hoạch vùng, làng nghề nuôi chim yến của tỉnh Phú Yên và cũng được các cơ quan chuyên môn khảo sát và đánh giá là có tiềm năng phát triển nghề nuôi chim yến trong nhà; vợ chồng anh Trần Xuân Khe và chị Trần Thị Lệ Thủy đã mạnh dạn đầu tư trang thiết bị, dành hẳn hai tầng của ngôi nhà mình đang ở để gọi yến về.

Anh TRẦN XUÂN KHE

Xã An Phú, thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

0867 Địa phương đây thấy chim Yến nó cũng bay nhiều mình mới tạo mô hình lên, mình cất nhà ở dưới mình dành hai tầng trên để nuôi yến. Sau này, trời có cho thì mình kiếm chút ít gì đó để dưỡng già vậy.

Ông NGUYỄN ĐỨC THỊNH

Phó Chủ tịch UBND xã An Phú, thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

0870 Đối với nghề nuôi chim yến trên địa bàn xã An Phú, hiện nay bà con nhân dân đang bắt đầu học tập mô hình ở các địa phương khác để bà con về tiến hành đầu tư nuôi chim yến... 1:57 đây là một ngành nghề mới của địa phương thì địa phương cũng phải nghiên cứu, học tập, tìm hiểu để tạo điều kiện cho bà con phát triển.

Ông NGUYỄN LƯƠNG SINH

Phó Chủ tịch UBND thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

0914-1:30 Trên cơ sở quy hoạch này thành phố sẽ hướng dẫn tạo điều kiện cho bà con nhân dân có nhu cầu nuôi chim yến tại vùng này để phát triển theo quy hoạch còn đối với các cơ sở nuôi chim yến cũ thì trên cơ sở hướng dẫn bà con thực hiện các quy định về nuôi chim yến khu vực nào nên cho tồn tại, khu vực nào để tính toán các giải pháp đảm bảo với môi trường cho con chim yến phải đảm bảo theo đúng thông tư 35 của bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn.

(11). Hình ảnh mô hình nuôi yến mới

Một nội dung quan trọng khác của dự án “Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình nhà nuôi chim yến và quy hoạch vùng làng nghề nuôi chim yến tại Phú Yên” là tiếp nhận những giải pháp kỹ thuật phát triển quần thể chim yến của công ty CP Yến sào Khánh Hòa chuyển giao. Với mục tiêu phát triển loài chim yến quý hiếm tại tỉnh, Trung tâm ứng dụng và chuyển giao công nghệ Phú Yên và công ty Yến sào Khánh Hòa đã nhanh chóng lựa chọn các hộ thực hiện mô hình và triển khai các giải pháp kỹ thuật công nghệ, đó là ứng dụng quy trình ấp nở nhân tạo chim yến, nhân đàn và di đàn vào nhà yến...

(12). Hình ảnh anh Hợp và anh Giao trao đổi trong nhà yến

Anh Giao: 0761 Anh em mình vô kiểm tra một số tổ để mình xem tình hình phát triển của nhà Yến như thế nào. Trong phòng này thấy lượng phân chim mới cũng nhiều, số tổ mới cũng nhiều. Xem có trứng mới ko nhé! 0766 một số chim có dấu hiệu để chứng sớm trước mùa sinh sản. Trong này thấy có một trứng, mùa này chim non có lẽ ít. Dấu hiệu này chắc khoảng 40 ngày nữa sẽ hình thành một tổ để chuẩn bị cho mùa sinh sản tiếp theo sẽ sinh con ở đó...

Anh Hợp: 0768 Cái mùa tới đây, mùa xuân ấy mình có cần lưu ý những vấn đề gì nữa không?

Anh Giao: Chắc cũng lưu ý về vấn đề mùi màng, âm thanh. Mình phải sử dụng âm thanh như thế nào cho phù hợp. Chắc mình phải chỉnh lại âm thanh một chút xíu anh ạ!

Anh Hợp: 0767-0:39 Còn độ ẩm thì sao? - Bây giờ vẫn còn mùa lạnh, đợi đến mùa xuân thì mình phun sương. Hiện tại mình giữ độ ẩm như vậy thôi cũng đủ rồi.

(13). Anh Giao điều chỉnh âm thanh

Là một trong số các hộ được lựa chọn để ứng dụng những tiến bộ kỹ thuật trong lĩnh vực nuôi chim yến trong nhà mà Trung tâm ứng dụng và chuyển giao công nghệ Phú Yên đang triển khai, trong vòng hai năm, tình hình phát triển đàn yến của gia đình anh Hợp cho thấy hiệu quả rõ rệt.

Anh TRẦN VŨ NGỌC HỢP

Xã Hòa Quang Bắc, huyện Phú Hòa, tỉnh Phú Yên

0812 -1:32 Mô hình của Sở khoa học công nghệ đã áp dụng thấy rằng mô hình này rất là hiệu quả... mình cảm giác nó phát triển rất nhanh, mới đợt đầu nó vào lúa thưa, đợt sau nó tăng gấp đôi lên...

Anh VĂN LIỄU KIM GIAO

Trung tâm Ứng dụng & Chuyển giao công nghệ Phú Yên, Sở KH&CN Phú Yên

0814-0:45 Trước đây ở Phú Yên mọi người đều tin vào yếu tố may mắn để nuôi yến nhiều hơn. Chúng tôi là những người làm tăng tỉ lệ thành công lên, tức là yếu tố kỹ thuật phải quyết định 80 đến 90 % chứ không còn là yếu tố may mắn nữa... Chính vì vậy mà chúng tôi tiếp nhận kỹ thuật và xây dựng những mô hình nuôi chim yến ở Phú Yên.

Ông NGUYỄN TRỌNG LỰC

PGĐ Trung tâm Ứng dụng & Chuyển giao CN Phú Yên, Sở KH&CN Phú Yên

0817-0:55 Trên cơ sở công nghệ của công ty yến sào Khánh Hòa chuyển giao cho chúng tôi tại mô hình đó thì chúng tôi hoàn thiện công nghệ phù hợp với điều kiện của Phú Yên. Quá trình hoàn thiện đó chúng tôi đúc kết kinh nghiệm và sẽ triển khai áp dụng các tiến bộ kỹ thuật đó cho các nhà yến, để làm giảm rủi ro của người dân đầu tư và tăng hiệu quả kinh tế cho người dân.

(14). Hình ảnh thu hoạch tổ, chăm sóc theo dõi...

Yến sào là một sản phẩm xuất khẩu có giá trị cao, do đó, nâng cao tỉ lệ thành công của các nhà yến sẽ góp phần đáng kể vào sự phát triển kinh tế cho các địa phương. Bên cạnh đó, thức ăn của chim yến là các loại côn trùng bay cho nên khi quần thể chim yến phát triển thì đây cũng là một loại thiên địch của nông nghiệp, làm cân bằng sinh thái và đấu tranh bảo vệ mùa màng. Điều này càng có ý nghĩa đối với một tỉnh được mệnh danh là vựa lúa miền Trung như tỉnh Phú Yên, góp phần hạn chế việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đối với cây trồng.

Ông NGUYỄN LƯƠNG SINH

Phó Chủ tịch UBND thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

0915 Trong kinh tế hiện nay xác định nghề nuôi chim yến là một trong vấn đề phát triển kinh tế. Về mặt địa hình thổ nhưỡng thuận lợi cho việc phát triển đàn chim yến. Vì vậy việc phát triển các nhà nuôi chim yến là hoàn toàn phù hợp với quy hoạch, thổ nhưỡng và thiên nhiên. Đây là vấn đề cần phải khuyến khích cho bà con nhân dân phát triển được chim yến thì sẽ tăng thêm thu nhập phát triển kinh tế xã hội của địa phương.

Ông TRẦN HỮU THẾ

Phó Chủ tịch UBND tỉnh Phú Yên

1064-1:44 Với việc phát triển như hiện nay, với quy hoạch đã được duyệt và với lợi ích thực tế của nó thì người dân tự đầu tư một cách phù hợp... 1065 nhất với khả năng tài chính và điều kiện bản địa của địa phương đó... 1064-2:00 chúng tôi hỗ trợ về hành lang, về khoa học, kỹ thuật.

(15). Kết

Dự án “Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, xây dựng mô hình nhà nuôi chim yến và quy hoạch vùng làng nghề nuôi chim yến tại Phú Yên” không những có ý nghĩa trong

việc bảo tồn loài chim yến có giá trị và bảo vệ môi trường mà còn góp phần giải quyết công ăn việc làm, tăng thu nhập đáng kể cho người dân trong tỉnh. Nó còn thể hiện sự quan tâm của chính quyền địa phương các cấp đối với sự phát triển của nghề nuôi chim yến trong nhà, là cơ sở để hình thành các làng nghề nuôi chim yến, góp phần chuyển dịch cơ cấu ngành nông nghiệp tại Phú Yên.

3. Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, VTV1, ngày 6/1/2018.

Chuyện về “siêu nông dân” đất Bắc

Thời lượng: 13 phút

TT	Hình ảnh	Lời bình
1	- Hình ảnh bà Dân đi trên cánh đồng rau bắp cải; bà Dân buộc nilon ở hàng rào; cánh đồng bỏ hoang bên cạnh;	Theo chân bà Nguyễn Thị Dân trên cánh đồng rộng 12ha này, điều khiến chúng tôi ngạc nhiên không chỉ ở màu xanh trải dài của những luống bắp cải đang chuẩn bị cho thu hoạch mà còn ở sự đầu tư, quy hoạch bài bản hệ thống giao thông và thủy lợi nội đồng. Là một vùng chuyên trồng rau xuất khẩu, ít ai có thể nghĩ rằng cách đây chưa lâu, cánh đồng này lại là một khu đất bỏ hoang, cỏ ngập đầu người...
2	Bà NGUYỄN THỊ DÂN SN6, ngõ 30 thị trấn Gia Lộc, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	<i>Cánh đồng bên thị trấn này bỏ cách đây hai năm rồi, cánh đồng bên xã Gia Tân bỏ từ bảy đến tám năm, cỏ ngập đầu người... chúng tôi đi phun thuốc sâu... vào không nhìn thấy đâu nữa cứ người nọ í ới người kia ở đâu ở đâu đấy, vạch từng búi cỏ ra mức từng tí nước để phun thuốc sâu, phun sáu đến bảy lần thuốc mới thành ruộng này...</i>
3	- Hình ảnh bà con nông dân đang tưới rau... (tiếng động hiện trường) - Hình ảnh đưa bắp cải lên container - Hình ảnh anh Trường đi trên đê...	Làm nên sự đổi thay đó chính là anh Tăng Xuân Trường ở xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương. Rồi quân ngũ về quê hương khởi nghiệp với hơn hai sào ruộng; 15 năm sau, Tăng Xuân Trường trở thành người xuất khẩu nông sản lớn nhất miền Bắc với trên 16.000 tấn rau củ được xuất khẩu mỗi năm. Được mọi người yêu mến, cảm phục đặt cho cái tên “siêu nông dân” đất Bắc nhưng ít người biết rằng, có được thành công như ngày hôm nay, Tăng Xuân Trường đã phải trải qua một chặng đường dài với nhiều niềm vui nhưng cũng lắm gian nan...
4	Tít phóng sự:	CHUYỆN VỀ “SIÊU NÔNG DÂN” ĐẤT BẮC
5	- Hình ảnh người dân thu hoạch bắp cải, bán cho thương lái...	Vụ đông xuân năm nay thời tiết không thuận lợi nên cây bắp cải phát triển kém hơn năm trước, thế nhưng bù lại, bốn sào bắp cải của gia đình chị Phạm Thị May được thương lái trả giá cao hơn so với mọi năm. Làm nông nghiệp ở đây là vậy, cứ sau hai vụ lúa bà con lại đổ xô đi trồng bắp cải. Cùng trồng, cùng thu hoạch nên giá cả

		bấp bênh; thấp cao thế nào đều phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái...
6	Chị PHẠM THỊ MAY Xã Gia Xuyên, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	066 Phóng viên: Vụ thu hoạch năm nay giá cả như thế nào hả chị? - Giá cả năm nay đắt hơn mọi năm. Tôi bán 10tr một sào, tính ra như thế mình lãi 7tr một sào. Phóng viên: 066-1:05 mình cứ bán vo như thế này thiệt thòi thì sao? - Chắc chắn là thiệt thòi hơn bán cân bởi vì mình cũng không thích bán cân, bán vo cho nó xong tay chứ còn nếu bán cân đôi ra một 2tr nữa là chuyện thường... Phóng viên: 066-1:55 những người làm nông nghiệp như chị chị lo lắng nhất là gì ạ? - Lo lắng nhất là lúc gần bán, mình lo giá cả nó không hợp lý, không được thì mình không có công.
7	- Hình ảnh xe chở rau đến công ty của anh Tăng Xuân Trường; bốc xếp hàng xuống xưởng...	Trái ngược với những lo lắng của chị May, từ ngày được anh Tăng Xuân Trường ký hợp đồng liên kết sản xuất và bao tiêu sản phẩm; hàng trăm hộ nông dân khác ở huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương không còn canh cánh trong lòng nỗi lo “được mùa, mất giá”. Thế nhưng, cây bắp cải làm ra phải đáp ứng những tiêu chuẩn về cân nặng, mẫu mã và quan trọng nhất là rau phải được trồng đúng theo tiêu chuẩn VietGap.
8	Ông NGUYỄN TRƯỜNG GIANG PCT UBND xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	Trong những năm gần đây có doanh nghiệp của chỗ anh Trường về thu mua cho bà con thì cái tiêu thụ nó thuận tiện hơn, giá cả nó cũng đạt cao hơn so với trước đây. Hiện tại địa phương chúng tôi trong năm nay có những gia đình đã thu lãi từ ba mươi, năm mươi triệu đến một trăm triệu đồng một năm.
9	Xuống đen	
10	- Hình ảnh cánh đồng bắp cải mùa thu hoạch; - Tái dựng cảnh vợ chồng anh Trường trồng rau bắp cải...	15 năm trước, cũng đúng vào mùa thu hoạch bắp cải, chứng kiến cảnh cây bắp cải chất đống ngoài đồng không ai mua, Tăng Xuân Trường đã có một quyết định mà chính bản thân anh cũng không ngờ, nó sẽ làm thay đổi cả cuộc đời anh sau này.
11	Anh TĂNG XUÂN TRƯỜNG Xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	288-0:50 Lúc trước ở trong bộ đội đóng quân ở trong cần Thơ, lúc ấy tôi liên hệ trong cần Thơ xem có tiêu thụ được rau không thì thấy là giá rất tốt. Từ đó tôi gom hết cây rau bắp cải, su hào, súp lơ của gia đình tôi trồng và của các anh chị trong họ hàng, lúc ấy thuê một cái xe và tôi theo xe đi bán, lúc ấy tôi đi bán dọc từ Tiền Giang đến cần Thơ và đến tận Cà Mau... 288-1:38 lúc ấy chỉ là xe nóng thôi, chỉ có hai tài xế được đi... tôi đi theo

		<i>không biết làm thế nào thì phải khoét một cái lỗ trên thùng xe và tôi trèo lên bên trong cái thùng ấy và đem cái chiếu cái chăn rải trên đấy, đến quán ăn thì bác tài xế gọi xuống ăn cơm xong tôi leo lên trên đấy.</i>
12	- Hình ảnh bóc hàng lên xe...	Thế là những vụ đông tiếp theo, anh Trường lại thu gom rau đưa vào miền Nam để bán... Những chuyến hàng ngược xuôi lúc thành công, khi thất bại giúp Tăng Xuân Trường học thêm nhiều kinh nghiệm. Bức tranh thị trường tiêu thụ cũng hiện ra trước mắt anh ngày một rõ ràng hơn...
13	Anh TĂNG XUÂN TRƯỜNG Xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	<i>Tôi đi tham quan ở Đà Lạt, 289-4:35 đi sang Thái Lan, đi thăm Trung Quốc những mô hình sản xuất đại trà... mình muốn đặt hàng cỡ nào họ đều có cả, có cả 6 lạng đến bảy lạng, loại bảy đến tám lạng, nó chỉ xê dịch một tí thôi, phân theo sai. Thực ra số lượng nhiều thì mới làm được như vậy cho nên rất đồng đều, sang Việt Nam mình chất lượng rất là cao; của Việt Nam mình sản xuất ra cái thì ba lạng cái thì một cân, mình nhỏ lẻ quá nên dẫn đến chất lượng như vậy. Lúc ấy ý tưởng là tôi muốn quay về Việt Nam mượn đất để sản xuất một mô hình như vậy...</i>
14	- Tái dựng cảnh Tăng Xuân Trường đến gặp chú Kiều nhờ thuê đất hộ...	Quay trở về sau những chuyến thăm quan các mô hình trồng rau ở nước bạn, qua lời giới thiệu của người dân, anh Trường đến nhờ ông Nguyễn Huy Kiều ở Thôn Tân Liễu, xã Tân Hưng, thành phố Hải Dương giúp thuê lại 22 mẫu ruộng mà người dân trong vùng bỏ không làm vụ đông để anh trồng súp lơ, bắp cải... Sự chân thành, nhiệt tình của một người lính cùng với bản lĩnh của một người nhiều năm buôn chải trên thương trường đã giúp Tăng Xuân Trường thuyết phục được ông Kiều ngay từ lần gặp đầu tiên.
15	Ông NGUYỄN HUY KIỀU Xã Tân Hưng, thành phố Hải Dương, tỉnh Hải Dương	<i>Sau tiếp xúc thấy anh Trường rất là mạnh bạo và làm rất là bài bản thì bà con tin tưởng... Cháu nó dám nghĩ dám làm là điều rất tốt. Phải nói là những người như thế thì giúp cho bản thân và giúp cho bà con để giúp đất thêm phì nhiêu, tốt ra thôi nên bà con ủng hộ...</i>
16	Anh TĂNG XUÂN TRƯỜNG Xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	- <i>Lúc ấy điều kiện rất là khó khăn, vốn không có rồi mình làm nhiều như vậy thì anh chị em trong gia đình ai cũng gàn nhiều lắm, chỉ sợ mình trồng nhiều như vậy không may nó thất bại thì lấy tiền đâu ra mà trả nợ... nhưng mà tôi rất là quyết tâm tôi đảm bảo chắc chắn là tốt chứ không thể thất bại được...</i> - <i>Từ trước đến nay cũng rất nhiều người nói là tôi liêu,</i>

		<i>nhưng không phải đâu cái gì mình làm cũng đều có cơ sở... từ hai bàn tay trắng, nếu như tôi không liều như vậy thì không có ngày hôm nay...</i>
17	Xuống đen	
18	- Hình ảnh ruộng bắp cải của anh Trường - Công nhân tưới	Vẫn là công việc đồng áng trên chính mảnh ruộng của mình, nhưng những người nông dân này đang làm việc với một tâm thế hoàn toàn mới. Từ ngày trở thành công nhân của công ty Hưng Việt do anh Tăng Xuân Trường làm giám đốc, họ không còn phải lo lắng về mùa vụ và đầu ra cho nông sản nữa; mọi chế độ và quyền lợi của người lao động cũng luôn được công ty đảm bảo.
19	Bà NGUYỄN THỊ ĐÍNH Xã Gia Xuyên, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	<i>Các cô vào đây làm cũng thêm thu nhập hằng tháng từ 5 đến 6 triệu... công việc ở đây cũng bình thường thôi chứ không vất vả lắm. Cán bộ chỉ dẫn công nhân cứ thế mà làm, rau sạch ngon, vừa xuất đi trong nước và ngoài nước.</i>
20	- Hình ảnh làm nhà lưới, nhà trồng rau công nghệ cao	Để chủ động nguồn hàng và thuận lợi trong việc quản lý chất lượng nông sản, năm 2016, được sự ủng hộ của chính quyền địa phương các cấp, anh Trường quyết định thuê lại 12ha ruộng bỏ hoang nhiều năm nay của bà con ở thôn An Tân, xã Gia Tân trong 10 năm để xây dựng thành vùng trồng rau xuất khẩu. Với hệ thống nhà màng, nhà lưới và khu nhà công nghệ cao để ươm giống, sản phẩm rau mang thương hiệu Hưng Việt của Tăng Xuân Trường chắc chắn sẽ làm hài lòng ngay cả những khách hàng khó tính nhất.
21	Anh TRẦN QUANG TRƯỜNG Công ty CP Đầu tư và Phát triển An Phát, Hà Nội	<i>Về cơ bản thì đây là mô hình hiện đại chuyên trồng cây lan hồ điệp nhưng ở đây anh Trường anh ấy lại ứng dụng mô hình trồng cây lan hồ điệp vào lĩnh vực trồng rau sạch của anh ấy; nhà này sau này sẽ trở thành nhà ươm giống những mẫu rau mới nhất chưa có mặt trên thị trường. Nhà này có điều kiện hơn hẳn môi trường bên ngoài là nó sẽ không chế được thứ nhất là ánh sáng, thứ hai là nhiệt độ, có thể điều hòa được theo ý muốn của mình cho nên rất là lý tưởng với mô hình trồng rau.</i>
22	- Cảnh sơ chế đóng gói bắp cải để xuất khẩu - Cảnh đưa vào kho lạnh	Lô hàng bắp cải này ngày mai sẽ lên đường xuất khẩu sang Hàn Quốc. Nhiều năm nay, Hàn Quốc luôn là đối tác lớn nhất trong số 7 đối tác nước ngoài nhập khẩu rau của anh Trường. Vụ đông xuân năm trước, anh Trường đã xuất sang Hàn Quốc trên 3.000 tấn rau củ các loại và được bạn hàng đánh giá cao về chất lượng, mẫu mã cũng như giá cả. Bên cạnh việc xây dựng các vùng sản xuất rau tập trung

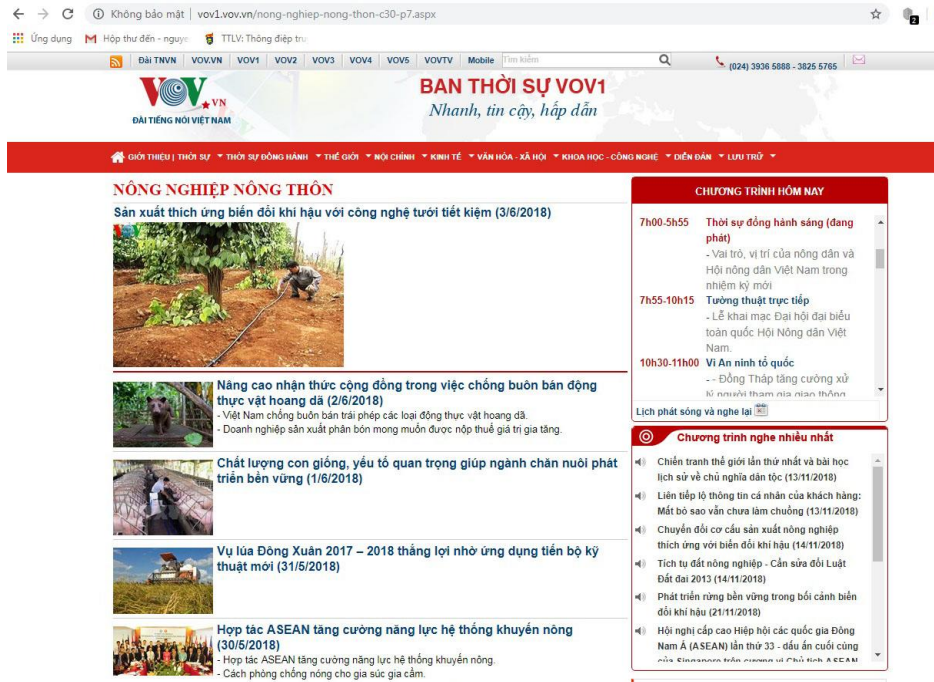
		quy mô lớn, anh Trường còn mạnh dạn đầu tư khu sơ chế và kho lạnh bảo quản đạt tiêu chuẩn xuất khẩu với sức chứa lên đến 2.000 tấn.
23	Anh TĂNG XUÂN TRƯỜNG Xã Gia Tân, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	- Được sự quan tâm của bộ nông nghiệp, bộ công thương cũng thường xuyên tổ chức các hội thảo hội nghị xúc tiến thương mại qua đó chúng tôi cũng được gặp gỡ những khách hàng như Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaixia, Dubai và nhiều nước khác... - Để tiếp cận sang nước ngoài rất là khó khăn chính vì vậy phải tạo ra được những mô hình sản xuất tập trung, thứ hai là phải có một nhà máy sơ chế bảo quản tốt thì mình mới đảm bảo được xuất khẩu sang nước ngoài. Hiện tại công ty tôi đảm bảo được hai công việc đó.
24	- Hình ảnh thăm quan cánh đồng cà rốt, anh Trường trao đổi với kỹ sư	(lấy tiếng trao đổi tại hiện trường) Kỹ sư: Cái cây này trông sau 4/9 âm lịch đến bây giờ là được hai tháng, cà rốt năm nay đặc biệt thời tiết hanh khô nên hình thức rất đẹp, nhưng bà con vất vả là phải tưới nhiều một chút... Năng suất, sản lượng sẽ cho rất là cao. Anh Trường: năm nay có đẹp như thế này xuất khẩu đi sẽ tương đối nhiều đấy.
25	- Anh Trường và kỹ sư đi trên đường; bà con tưới cà rốt - Anh Trường trao đổi với người dân (tiếng hiện trường)	Vụ đông xuân năm nay, hàng trăm hộ dân trồng cà rốt ở xã Đức Chính, huyện Cẩm Giàng, tỉnh Hải Dương có thêm niềm vui mới. Hơn 100ha cà rốt của bà con nơi đây được công ty TNHH 1TV Hưng Việt cùng với Viện nghiên cứu rau quả ký hợp đồng tư vấn, liên kết sản xuất và bao tiêu sản phẩm để xuất khẩu. Theo đó, Viện nghiên cứu rau quả sẽ hướng dẫn kỹ thuật và quy trình canh tác; Công ty Hưng Việt sẽ cung ứng giống, vật tư nông nghiệp và phân bón; 100% sản phẩm bà con làm ra đảm bảo chất lượng sẽ được thu mua với giá cao hơn giá thị trường.
26	Ông PHÙNG ĐỨC SOÁT Xã Đức Chính, huyện Cẩm Giàng, tỉnh Hải Dương	Bây giờ chúng tôi đang tích cực chăm sóc để cho nó làm sao khoảng tầm trung tuần tháng 12 thì được bán đc lứa đầu thế còn trong quá trình trồng thì cứ theo kĩ thuật do chỗ tập huấn hướng dẫn... 2:15 Về vấn đề đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm chúng tôi sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và thuốc vi sinh thôi chứ không sử dụng thuốc ko rõ nguồn gốc...
27	Ông ĐỖ VĂN SÁNG PCT UBND huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương	Trong những năm qua để có được nguồn hàng có chất lượng anh Trường đã phải trực tiếp thuê mướn đất để tổ chức sản xuất theo đúng quy trình sản xuất VietGap... đem lại hiệu quả kinh tế rất cao cho gia đình anh

		<i>Trường cũng như là động lực để cho nhân dân sản xuất theo hướng hàng hóa...</i>
28	- Hình ảnh tổng hợp	Làm nông nghiệp để xuất khẩu đã khó, với điều kiện thời tiết khắc nghiệt và đất đai còn manh mún ở miền Bắc thì cái khó đó còn lớn hơn rất nhiều. Với việc tiêu thụ trên 17.000 tấn rau trong nước và xuất khẩu 16.000 tấn rau củ quả mỗi năm, trong đó có một số thị trường khó tính và yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng như Nhật Bản, Hàn Quốc, Pháp... Tăng Xuân Trường đã chứng minh cho mọi người thấy rằng: không mục tiêu nào là không thể chinh phục nếu có nhiệt huyết, sự quyết tâm và cả một chút “liều” có cơ sở... Hai lần được vinh danh “Nông dân Việt Nam” xuất sắc chính là sự ghi nhận xứng đáng cho những nỗ lực của một con người dám nghĩ, dám làm để làm giàu trên chính mảnh đất quê hương.
29	Bảng chữ	

PHỤ LỤC 08

HÌNH ẢNH MỘT SỐ TÁC PHẨM CỦA CHƯƠNG TRÌNH NÔNG NGHIỆP VÀ NÔNG THÔN – VOV1 VÀ CHƯƠNG TRÌNH CHUYỆN NHÀ NÔNG VỚI NÔNG NGHIỆP – VTV1 ĐƯỢC KHẢO SÁT

1. Hình 01: Các tác phẩm đã phát sóng của chương trình Nông nghiệp và Nông thôn – VOV1, Đài Tiếng nói Việt Nam được cập nhật trên website để thính giả nghe lại và tiện theo dõi.



2. Hình 02: Tác phẩm “Nuôi tôm an toàn đạt hiệu quả cao và bền vững” của Chương trình Nông nghiệp và Nông thôn, phát sóng ngày 29/5/2018.



3. Hình 03 và 04: Thông điệp về KH&CN cho nông dân được thể hiện qua hình ảnh, số liệu và mô hình minh họa sinh động trong Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1, Đài Truyền hình Việt Nam.



4. Hình 05 và 06: Nội dung thông điệp truyền thông về KH&CN thể hiện qua title trong chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1, Đài Truyền hình Việt Nam.



5. Hình 07, 08, 09, 10, 11, 12: Thông điệp được thể hiện qua phát ngôn của các nhà quản lý, chuyên gia, nhà sáng chế nông dân, nông dân, chủ mô hình ứng dụng tiên bộ KH&CN,... trong Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1.



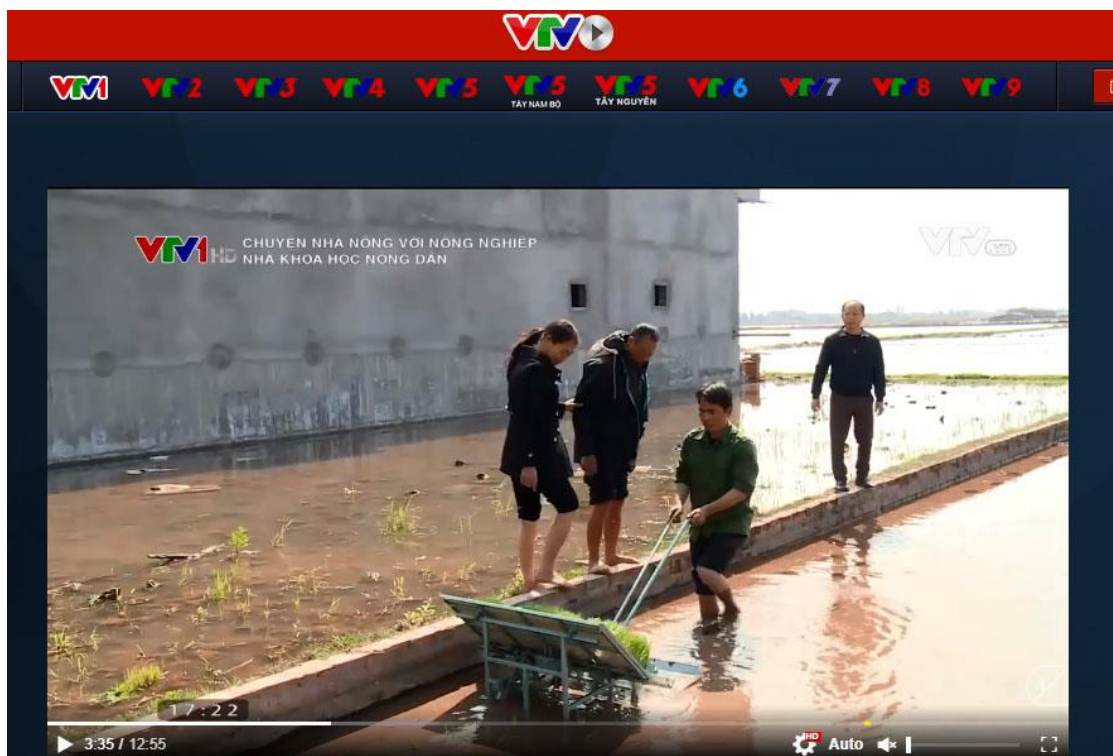
Hình 07: Ông Chu Ngọc Anh – Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ.



Hình 08: Ông Trần Ngọc Nam – Giám đốc Sở KH&CN Thừa Thiên Huế.



Hình 09: Anh nông dân Trần Đại Nghĩa trong Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, VTV1, ngày 17/3/2018.



Hình 10: Nông dân sử dụng chiếc máy cấy không động cơ của anh Trần Đại Nghĩa, Đông Hoàng, Thái Bình trong Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp – VTV1.



Hình 11: Nông dân Phạm Thị May, Xã Gia Xuyên, huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương trả lời phỏng vấn trong phóng sự “Chuyện về “siêu nông dân” đất Bắc của Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, VTV1.



Hình 12: Nông dân Phương Minh Hiến, thôn Khuyến, xã Huyện Sơn, huyện Lục Nam, tỉnh Bắc Giang giới thiệu về quy trình kỹ thuật chăm sóc na trái vụ, hiệu quả cao, trong phóng sự “Na Huyện Sơn vào mùa” của Chương trình Chuyện nhà nông với nông nghiệp, VTV1.