

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

CHƯƠNG TRÌNH

TRUYỀN THÔNG PHỤC VỤ CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI GIAI ĐOẠN 2021-2025

*(Ban hành kèm theo Quyết định số /QĐ-BNN - VPĐP ngày tháng năm 2022
của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)*

Hà Nội, ngày tháng năm 2022

**CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG
PHỤC VỤ CHƯƠNG TRÌNH MTQG XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI
GIAI ĐOẠN 2021-2025**

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-BNN - VPĐP ngày tháng năm 2022
của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)*

**CHƯƠNG I
CĂN CỨ PHÁP LÝ VÀ SỰ CẦN THIẾT**

I. CĂN CỨ PHÁP LÝ

1. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng;
2. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030;
3. Nghị quyết số 25/2021/QH15 của Quốc hội khóa XV ngày 28/7/2021 về việc phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025;
4. Nghị quyết số 136/NQ-CP ngày 25/9/2020 của Chính phủ về phát triển bền vững;
5. Nghị định số 27/2022/NĐ-CP ngày 19/4/2022 của Chính phủ về cơ chế quản lý, tổ chức thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia;
6. Quyết định số 1689/QĐ-TTg ngày 11/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ Ban hành Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 25/2012/QH15 ngày 28/7/2021 của Quốc hội về phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025;
7. Quyết định số 263/QĐ-TTg ngày 22/02/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025;
8. Quyết định số 224/QĐ-BNN-VPĐP ngày 18/01/2022 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Ban hành Kế hoạch triển khai Quyết định số 1689/QĐ-TTg ngày 11/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 25/2021/QH15 ngày 28/7/2021 của Quốc hội về việc phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025.

II. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG GIAI ĐOẠN 2021 - 2025

1. Bối cảnh thực hiện

Từ khi bắt đầu triển khai thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia (*MTQG*) xây dựng nông thôn mới (*NTM*), Ban Chỉ đạo Trung ương đã xác định rõ truyền thông là một giải pháp quan trọng, vừa song hành vừa đi trước để chỉ đạo, hướng dẫn và phản ánh thực hiện, góp phần nâng cao hiệu quả và chất lượng Chương trình. Vì vậy, các hình thức tuyên truyền được triển khai đa dạng với sự tham gia của mọi cấp, ngành, đoàn thể nhằm chuyển tải một cách sâu sắc, thiết thực nhất những chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước về xây dựng nông thôn mới tới mọi tầng lớp nhân dân.

Trong giai đoạn 2016-2020, công tác truyền thông đã được thực hiện một cách khá đa dạng và phong phú cả về nội dung lẫn hình thức. Truyền thông đã góp phần phổ biến những chủ trương, chính sách mới về xây dựng nông thôn mới, hướng đến vấn đề chất lượng và bền vững của nông thôn mới như phát triển cơ sở hạ tầng thiết yếu, phát triển sản phẩm OCOP, phát triển sản xuất theo chuỗi liên kết, du lịch nông thôn, cảnh quan môi trường, an ninh trật tự, nông thôn mới nâng cao, nông thôn mới cấp thôn/bản. Nhiều cách làm hay, sáng kiến trong xây dựng nông thôn mới đã được phổ biến và nhân rộng, điển hình là hỗ trợ xi măng làm đường giao thông nông thôn, hình thành những con đường hoa, những câu lạc bộ, hội quán, tổ hợp tác trong phát triển sản xuất, gần 6.492 sản phẩm OCOP được công nhận đạt chuẩn từ 3 sao trở lên với sự tham gia của gần 3.473 chủ thể. Truyền thông về chương trình xây dựng nông thôn mới được tổ chức dưới các hình thức khác nhau, như: hội nghị, hội thảo, hội chợ, triển lãm, các lớp tập huấn, các phong trào thi đua, các cuộc thi văn hoá, văn nghệ, sáng tác thơ, ca, truyện, kịch... về ý nghĩa, tầm quan trọng, nội dung, kết quả và các giải pháp thực hiện góp phần vào thành công của Chương trình.

Cùng với đó, tuyên truyền đã đi liền với giám sát, đôn đốc và biểu dương; qua đó ghi nhận, biểu dương, động viên, khích lệ kịp thời những tập thể, cá nhân tiêu biểu, những cách làm hay, sáng tạo tại mỗi đơn vị, mỗi khu dân cư, thúc đẩy phong trào thi đua xây dựng nông thôn mới; kịp thời phản ánh những khó khăn, vướng mắc, cũng như kiến nghị, đề xuất của người dân trong quá trình thực hiện là cơ sở để các cấp chính quyền từ Trung ương và địa phương có những chỉ đạo cụ thể, hiệu quả và điều chỉnh cơ chế, chính sách ngày càng phù hợp, góp phần nâng cao chất lượng của xây dựng nông thôn mới.

Với quan điểm xây dựng nông thôn mới là quá trình thường xuyên, liên tục, lâu dài, có điểm đầu nhưng không có điểm kết, Đảng và Nhà nước đã khẳng định chúng ta không tự thỏa mãn, hài lòng mà phải tiếp tục nỗ lực đẩy mạnh thực hiện xây dựng NTM gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng phát triển bền

vững cả về kinh tế, xã hội và môi trường; phát triển nền nông nghiệp hiện đại, áp dụng khoa học công nghệ, công nghệ số, công nghệ thông tin, đổi mới sáng tạo để tăng hiệu quả và năng lực cạnh tranh, hội nhập quốc tế, thích ứng với biến đổi khí; thúc đẩy sản xuất nông nghiệp hàng hóa lớn, gắn với công nghiệp chế biến nông sản với thị trường tiêu thụ; ngày càng cải thiện và nâng cao chất lượng đời sống nông dân; môi trường, sinh thái khu vực nông thôn được bảo vệ; xây dựng nông thôn mới văn minh, hiện đại gắn với công nghiệp hóa nông nghiệp, đô thị hóa nông thôn, đảm bảo ổn định trật tự xã hội, an ninh quốc phòng.

Để tiếp tục phát huy kết quả đã đạt được, nhất là nâng cao nhận thức của cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức và nhân dân về các chủ trương của Đảng trong xây dựng nông thôn mới theo hướng **“toàn diện, nâng cao và bền vững”** cùng với phát huy vai trò chủ thể của người dân đã được nêu trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, trong giai đoạn 2021 - 2025, công tác truyền thông tuyên truyền phải được tổ chức có hệ thống, đồng bộ, đa dạng về hình thức, đổi mới về nội dung và luôn đi trước một bước với cách tiếp cận mới, tư duy mới trong phát triển kinh tế nông thôn, xây dựng nông thôn mới với nguyên tắc **“Cơ cấu lại nền nông nghiệp là động lực, nông thôn mới là nền tảng, nông dân là chủ thể”**, hướng đến xây dựng **“Nông nghiệp sinh thái, nông thôn hiện đại, nông dân thông minh”**.

Tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc triển khai thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới và Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2021-2025, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Bình Minh, Trưởng Ban Chỉ đạo Trung ương các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021-2025 đã chỉ đạo: *“Tăng cường tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho cán bộ và người dân về nội dung, yêu cầu và những định hướng trong tổ chức thực hiện từng chương trình mục tiêu quốc gia”*

Để khắc phục một số hạn chế của công tác truyền thông trong giai đoạn trước đây, vừa phát huy kết quả đã đạt được trong những năm vừa qua, nhất là nâng cao nhận thức, tư duy của cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức và nhân dân về các chủ trương mới, nội dung mới trong xây dựng nông thôn mới, công tác truyền thông trong giai đoạn 2021-2025 phải đáp ứng được yêu cầu:

- Thúc đẩy **chuyển đổi tư duy**, nâng cao **nhận thức** và **năng lực** cho cán bộ cơ sở, người dân và cộng đồng dân cư nông thôn nhằm phát huy tinh thần **chủ động, tự nguyện, tự giác, phát huy nội lực, sáng tạo, cùng hợp tác**, phát huy **vai trò chủ thể** của người dân trong xây dựng nông thôn mới.

- Tạo động lực để các địa phương phấn đấu thực hiện thành công mục tiêu về xây dựng nông thôn mới, nhất là trong bối cảnh nhiều thách thức, khó khăn do tác động của thiên tai và dịch bệnh, nhất là đại dịch Covid-19. Khuyến khích các địa phương thực hiện xây dựng nông thôn mới nâng cao, nông thôn kiểu mẫu theo hướng đi vào **chiều sâu, hiệu quả và bền vững**.

- Góp phần thực hiện thành công định hướng chuyển đổi tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, kinh tế nông thôn phát triển chuỗi liên kết giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái, nông nghiệp hữu cơ, hình thành các sản phẩm đa giá trị; phát triển du lịch nông thôn gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vùng miền;

2. Kết quả truyền thông về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình Mỗi xã một sản phẩm

2.1. Xây dựng thành công hệ thống nhận diện các Chương trình

Với chủ đề “*Xây dựng nông thôn mới phải là cuộc cách mạng trong nông nghiệp*” thực hiện theo phương châm “*Dân biết - Dân bàn - Dân làm - Dân kiểm tra - Dân thụ hưởng*” là cốt lõi, huy động cả hệ thống chính trị cùng vào cuộc, đồng lòng xây dựng nông thôn ngày càng giàu đẹp, văn minh, giàu bản sắc văn hóa tốt đẹp của dân tộc, vai trò chủ thể của người dân và cộng đồng trong xây dựng nông thôn mới được phát huy ở mức cao nhất dựa trên nguyên tắc “*Nhân dân làm, Nhà nước hỗ trợ*”; từ đó, có tác dụng thúc đẩy, kích lệ phong trào thi đua xây dựng nông thôn mới ở tất cả các địa phương trên địa bàn tỉnh, Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương (*sau đây viết tắt là VPĐP Trung ương*) đã phát động và tổ chức thành công Cuộc thi “*Sáng tác biểu trưng về nông thôn mới*”.

Ngay sau khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020, VPĐP Trung ương đã phát động và tổ chức thành công Cuộc thi “*Sáng tác biểu trưng về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm - OCOP*” với mục đích sử dụng biểu trưng rộng rãi thông qua các công cụ truyền thông giúp nhận dạng và phản ánh kết quả các hoạt động thực hiện Chương trình OCOP, góp phần thúc đẩy mạnh mẽ phong trào thi đua “*Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới*”, phát triển kinh tế nông thôn, phát triển sản phẩm OCOP.

Qua các biểu trưng về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới (*Logo Nông thôn mới*) và Chương trình OCOP (*Logo OCOP*), VPĐP Trung ương đã xây dựng hình ảnh nhận dạng để sử dụng trong công tác tuyên truyền, truyền thông thông tin tại các sự kiện trong nước và quốc tế, đồng thời, phục vụ các nhiệm vụ chính trị, kinh tế, xã hội và các hoạt động khác liên quan đến Chương trình. Các mẫu Logo Nông thôn mới và Logo OCOP đã được đăng ký bản quyền sở hữu trí tuệ, được giới thiệu và thống nhất sử dụng chung trên phạm vi cả nước. Logo Nông thôn mới và Logo OCOP được sử dụng nhiều trên cờ, phướn, pano, tranh cổ động, khẩu hiệu.. tại các hội nghị, hội thảo, sự kiện, hội chợ, triển lãm liên quan đến NTM và OCOP ở cả Trung ương và địa phương.

2.2. Các hình thức thông tin truyền thông tuyên truyền Chương trình nông thôn mới

Hiện thực hóa quan điểm của Ban Chỉ đạo Trung ương “*xây dựng nông thôn mới là một quá trình lâu dài, thường xuyên và liên tục, có điểm bắt đầu nhưng không có điểm kết thúc*”, các hoạt động truyền thông đã được quan tâm

nhều hơn, được xem là một giải pháp quan trọng, đi trước một bước nhằm nâng cao nhận thức cho cán bộ và cư dân nông thôn, nâng cao chất lượng các phong trào thi đua xây dựng NTM, vận dụng truyền thông để giám sát, phản biện cho Chương trình. Đặc biệt, thông qua việc thường xuyên cập nhật, phổ biến các mô hình hay, các cách làm hiệu quả mà nhiều điển hình tiên tiến, sáng kiến và kinh nghiệm về xây dựng nông thôn mới đã được nhiều địa phương học tập, nhân ra diện rộng.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (PTNT) đã phối hợp với Ban Tuyên giáo Trung ương; Ban Dân vận Trung ương; Ban Kinh tế Trung ương; Ủy ban Trung ương Mặt trận tổ quốc Việt Nam; các Bộ, ngành và các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp đẩy mạnh truyền thông về cơ cấu lại ngành Nông nghiệp gắn với xây dựng NTM.

Trên tinh thần **“nông thôn mới - sức sống mới - diện mạo mới”**, Bộ Nông nghiệp và PTNT đã phối hợp Bộ Thông tin và Truyền thông, Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức thành công Cuộc thi **“Báo chí viết về Nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp”** và Cuộc thi viết về nông nghiệp, nông dân, nông thôn với chủ đề **“Phát triển nông nghiệp, nông thôn bền vững”** dành cho các nhà báo ASEAN đã thu hút sự quan tâm và tham gia của các nhà báo trong cộng đồng ASEAN. Song song với việc tổ chức các cuộc thi báo chí viết về nông thôn mới, Bộ cũng phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Liên hiệp các Hội văn học nghệ thuật Việt Nam, Hội Mỹ thuật Việt Nam tổ chức các cuộc thi tác phẩm nghệ thuật về Chương trình nông thôn mới trên cả nước. Các cuộc thi đã thu hút sự quan tâm của các tầng lớp nhân dân cũng như các nghệ sỹ, các nhiếp ảnh gia, các tác giả trẻ trên toàn quốc. Qua các cuộc thi, Hội đồng Giám khảo đã lựa chọn hàng trăm tác phẩm tiêu biểu cho Chương trình nông thôn mới, trong đó, nổi bật là bài hát **“Bài ca tam nông”** của nhạc sỹ Ngọc Quang, ảnh **“Nông thôn ngày nay”** của tác giả Đinh Công Tâm (*bác sỹ công tác tại Trung tâm Y tế huyện Long, tỉnh Sóc Trăng*), chùm ảnh **“Thôn A Róch trên vùng đất mới”** của tác giả Phạm Huy Đăng. Phối hợp với Hội Người cao tuổi Việt Nam tổ chức cuộc thi sáng tác thơ về nông thôn mới....

Trong những năm qua, đã có nhiều đổi mới trong công tác thông tin truyền thông phục vụ Chương trình trên khắp cả nước. Đến năm 2020, VPĐP Trung ương đã thường xuyên hợp tác có chất lượng và hiệu quả hơn 30 các cơ quan truyền thông từ phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử đến các công ty truyền thông. Các cơ quan báo, đài Trung ương và địa phương đã mở các chuyên trang, chuyên mục tuyên truyền về nông thôn mới. Nhiều chuyên mục đi sâu vào khai thác **“tính mới”** đã được Ban Chỉ đạo Trung ương đánh giá là đặc sắc, thu hút được sự quan tâm của đông đảo nhân dân như: **“Miền quê đáng sống”**, **“Nông thôn mới”**, **“Nông nghiệp sạch”** (VTV1); **“Câu chuyện nông thôn”** (Truyền hình Quốc hội); **“Nông thôn đổi mới”** (Truyền hình Nhân dân); Ban Truyền hình tiếng

Dân tộc của VTV; "*Nông thôn mới*", "*Nông thôn chuyển động*" và "*Cuộc sống nhà nông*" (kênh truyền hình VTC16) ...

VPĐP Trung ương cũng tổ chức nhiều hoạt động tuyên truyền như tổ chức hội nghị, hội thảo chuyên đề: Chương trình Mỗi xã một sản phẩm - OCOP, Đề án hỗ trợ thôn, bản đặc biệt khó khăn, Chương trình Khoa học và công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới, mô hình khu dân cư kiểu mẫu, vườn mẫu, phát triển du lịch gắn với xây dựng nông thôn mới...

Tiếp tục đổi mới các hình thức và phương pháp tuyên truyền trong xây dựng nông thôn mới, VPĐP Trung ương đã tổ chức các đoàn công tác báo chí đi thực tế tại các địa phương với mục đích đưa phóng viên các báo, đài đi thâm nhập thực tế tại cơ sở, lắng nghe tâm tư nguyện vọng của người dân để có cách nhìn thiết thực và sinh động trong các bài viết mang hơi thở tích cực về cuộc sống nông thôn mới. Nhờ vậy, trong những năm qua, đã có hàng vạn tác phẩm báo chí viết về xây dựng nông thôn mới, trước hết, dành cho những người nông dân - chủ thể của chương trình. Các bài viết không chỉ đơn thuần tuyên truyền chủ trương, chính sách xây dựng nông thôn mới đến với đông đảo quần chúng nhân dân mà còn phản ánh sự việc, sự kiện và đưa ra những giải pháp khác, đồng thời, mang tính phản biện xã hội khi phản ánh diễn biến thực tiễn đời sống nông thôn qua các vấn đề "nóng" hiện, như: Quy hoạch; xây dựng hạ tầng kỹ thuật; vốn và quản lý vốn; chính sách hỗ trợ sản xuất, con giống; đào tạo nghề, tạo việc làm cho lao động nông thôn; chính sách an sinh xã hội, phát triển kinh tế nông thôn, cảnh quan và môi trường nông thôn, Chương trình OCOP, ...

Chủ động phối hợp với các cơ quan truyền thông xây dựng các phim phóng sự phản ánh kết quả 10 năm thực hiện Chương trình phát tại các Hội nghị tổng kết vùng, Hội nghị tổng kết toàn quốc đã được Thủ tướng Chính phủ và Trưởng Ban chỉ đạo Trung ương, các Bộ ngành và các địa phương đánh giá cao cả về chất lượng cũng như hiệu quả truyền thông. Đồng thời, VPĐP Trung ương chủ động phát các trailer phóng sự và truyền hình trực tuyến các hội nghị, hội thảo toàn quốc, các sự kiện quan trọng của Chương trình trên Cổng thông tin điện tử của Chương trình (nongthonmoi.gov.vn) và **fanpage NÔNG THÔN MỚI TRUNG ƯƠNG** ... được cán bộ làm công tác xây dựng nông thôn mới của cả nước và người dân đánh giá cao.

Trên cơ sở chương trình công tác của Ban Chỉ đạo Trung ương và định hướng truyền thông của Bộ Nông nghiệp và PTNT, hàng năm, các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã ban hành kế hoạch truyền thông về nông thôn mới nên công tác tuyên truyền ở nhiều địa phương đã được triển khai hiệu quả thông qua các sản phẩm truyền thông như báo chí, sách, cẩm nang, phim phóng sự, hội thi, hội diễn văn nghệ gắn với tìm hiểu cơ chế, chính sách, cách làm hay, những điển hình tiêu biểu cũng như phản ánh những bất cập, khó khăn trong xây dựng nông thôn mới.

Nhờ công tác tuyên truyền được triển khai sâu rộng, đa dạng nhiều hình thức nên đã có tác dụng nâng cao nhận thức của cán bộ, đảng viên và người dân về vị trí, vai trò của nông nghiệp, nông dân, nông thôn. Chính vì vậy, khi Thủ tướng Chính phủ phát động phong trào thi đua *“Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”* đã nhận được sự hưởng ứng tích cực của các cấp, các ngành và nhân dân cả nước.

Các cơ quan, đơn vị đều phát động Phong trào thi đua phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của mình. Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam có phong trào thi đua *“Toàn dân chung sức xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh”*. Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam chỉ đạo các cấp công đoàn đẩy mạnh phong trào thi đua phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn gắn với thi đua xây dựng nông thôn mới. Bộ Quốc phòng phát động phong trào *“Quân đội chung sức xây dựng nông thôn mới”*. Hội Cựu chiến binh Việt Nam chỉ đạo các cấp hội trong cả nước tham gia phong trào thi đua *“Cựu chiến binh hiến kế, hiến công xây dựng nông thôn mới”*. Hội Nông dân tổ chức các hội thi *“Tiếng hát đồng quê”*, *“Nhà nông đua tài”*... Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam tham gia xây dựng nông thôn mới với cuộc vận động *“Xây dựng gia đình 5 không, 3 sạch”*. Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh phát động phong trào *“Tuổi trẻ chung tay xây dựng nông thôn mới”* kết hợp với phong trào *“5 xung kích phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ Tổ quốc”*, *“4 đồng hành với thanh niên lập thân, lập nghiệp”*...

Ở địa phương, 100% các tỉnh, thành phố đều phát động hưởng ứng phong trào *“Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”* với nhiều chủ đề rất cụ thể, dễ hiểu, dễ nhớ: Phong trào *“Sạch từ nhà ra ngõ, sạch từ ngõ về nhà”* - Bắc Giang; phong trào *“Nhà sạch, vườn đẹp, môi trường trong lành, ngõ xóm văn minh”* - Hòa Bình; phong trào *“sạch đường, tốt ruộng”* - Hà Giang; phong trào *“sáng, xanh, sạch, đẹp”* - Vĩnh Long; phong trào *“4 có”* đối với xã (có sản phẩm đặc trưng, có khu dân cư kiểu mẫu, có tuyến đường hoa, có cổng chào) và *“3 có”* đối với khu dân cư (có vườn xanh, có nhà sạch, có ngõ đẹp) - Quảng Ngãi; phong trào trồng cây xanh, trồng hoa, vẽ bích họa trên các tuyến đường ở Hà Nội, Nam Định, Đồng Nai, Ninh Bình, Nghệ An, Đồng Tháp...; phong trào *“Làng quê không rác thải”*, *“Đường hoa thay cỏ dại”* - Quảng Nam; phong trào *“Áp tụ quản bảo vệ môi trường”* - An Giang; phong trào *“Việc làng - đất vàng cũng hiến”*, *“Hiến đất - mất một được hai”* - Hà Tĩnh... Các tỉnh Hậu Giang, Tây Ninh, TP. Cần Thơ là những địa phương đi đầu trong thực hiện phong trào *“Cánh đồng mẫu lớn có sự liên kết 4 nhà”*.

Công tác truyền thông về xây dựng nông thôn mới đã tạo được sự lan tỏa mạnh mẽ thu hút sự tham gia của mọi cấp, ngành, đoàn thể, địa phương góp phần chuyển đổi nhận thức mạnh mẽ cho cán bộ cơ sở, người dân ở nhiều địa phương về xây dựng nông thôn mới từ thụ động, phụ thuộc vào nhà nước sang chủ động, tích cực hơn. Đại biểu Quốc hội, Hội đồng Nhân dân kiến nghị triển khai Chương

trình cả ở khu vực thị trấn, đô thị để phát huy tinh thần nông thôn mới, nhất là các nội dung về cảnh quan, môi trường. Trong 10 năm qua, người dân cả nước đã tự nguyện hiến trên 45 triệu m² đất để xây dựng nông thôn mới. Đó chính là minh chứng sống động cho hiệu quả của công tác tuyên truyền, vận động luôn đi trước một bước trong quá trình triển khai một chương trình có tầm vóc quốc gia. Đến nay, công tác truyền thông đã góp phần thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới với những kết quả “*to lớn, toàn diện và mang tính lịch sử*”.

2.3. Truyền thông Chương trình Mỗi xã một sản phẩm - OCOP

Công tác tuyên truyền về OCOP bằng nhiều hình thức đa dạng, phong phú đã được Bộ Nông nghiệp và PTNT chú trọng thực hiện, gắn kết và lồng ghép với hoạt động truyền thông trong xây dựng nông thôn mới. Các hoạt động được thực hiện thường xuyên trên các báo, đài, trang thông tin điện tử OCOP quốc gia (*ocop.gov.vn*) và các trang thông tin điện tử và mạng xã hội (*facebook, zalo*). Cùng với đó, các địa phương cũng đã tập trung tuyên truyền với hơn **13.000** tin bài, gần **900** phóng sự, chuyên đề về Chương trình OCOP và thông qua các pano, áp phích, tờ rơi... để nâng cao nhận thức của người dân, cộng đồng về OCOP.

Nhiều báo, đài¹ đã mở chuyên đề, chuyên mục riêng về OCOP... Đặc biệt, nhiều hoạt động tuyên truyền gắn với sản phẩm OCOP được triển khai mang lại hiệu quả và sức lan tỏa rộng như: Diễn đàn Khuyến nông @ Nông nghiệp với các chủ đề phát triển nông nghiệp (*trồng trọt, chăn nuôi...*) theo hướng sản phẩm OCOP². Các cuộc thi Tìm hiểu về Chương trình OCOP trên truyền hình và internet của tỉnh Hà Tĩnh; Cuộc thi sáng tác ảnh và câu chuyện sản phẩm OCOP của tỉnh Quảng Ninh; Hội thi tìm hiểu về Chương trình OCOP của tỉnh Thái Nguyên;... hay thành lập Câu lạc bộ sản phẩm OCOP của tỉnh Vĩnh Long; Hội doanh nhân OCOP ở Bắc Kạn, Hội quán OCOP của Đồng Tháp...

Để Chương trình OCOP có tính lan tỏa ra rộng khắp từ Trung ương đến địa phương, Bộ Nông nghiệp và PTNT đã tổ chức ký kết Chương trình phối hợp triển khai Chương trình OCOP với 10 cơ quan, tổ chức Trung ương. Đặc biệt, phối hợp với Trung ương Đoàn TNCS HCM, Trung ương Hội LHPN Việt Nam tổ chức triển khai nhiều chương trình khởi nghiệp, như: Lễ phát động Khởi nghiệp trong thanh niên, sinh viên cùng Chương trình OCOP; Cuộc thi thanh niên khởi nghiệp sáng tạo về OCOP; Cuộc thi phụ nữ khởi nghiệp gắn với OCOP... Ở nhiều địa phương đã xuất hiện các mô hình khởi nghiệp sản phẩm OCOP hiệu quả của thanh niên và phụ nữ, tạo sức kết nối trong cộng đồng.

Bên cạnh đó, các hoạt động quảng bá và xúc tiến thương mại đã được chú trọng triển khai từ Trung ương đến địa phương. Bộ Nông nghiệp và PTNT đã

¹ VTV1, VTV5, VOV, VTC, Truyền hình Quốc hội, Truyền hình Nhân dân..., các báo: Nông nghiệp Việt Nam, Nông thôn ngày nay, Đầu tư, Làng nghề Việt, Thời báo kinh doanh...

² Trung tâm Khuyến nông Quốc gia chủ trì tổ chức.

phối hợp với các cơ quan Trung ương và địa phương tổ chức 01 Hội chợ quốc tế và 15 diễn đàn/hội chợ OCOP cấp vùng, cấp quốc gia để quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP;... Bộ Công Thương đã đưa sản phẩm OCOP vào Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, phát triển mạng lưới Điểm bán hàng OCOP và tổ chức nhiều hội chợ kết nối cung - cầu sản phẩm OCOP...

Các địa phương đã tổ chức **66** hội chợ về sản phẩm OCOP (*cấp tỉnh, huyện*) với trên **10.000** gian hàng; **142** trung tâm/điểm bán sản phẩm OCOP của 23 tỉnh được xây dựng và đưa vào hoạt động; **1.016** hợp đồng/bản ghi nhớ hợp tác giữa các chủ thể OCOP và đơn vị thương mại được ký kết, trong đó **354** chủ thể có sản phẩm được phân phối ổn định trong các hệ thống siêu thị, nhất là Central Retail, Saigon Coop, Mega Market... và một số siêu thị địa phương; Nhiều mô hình hay, cách làm sáng tạo đã được các địa phương triển khai hiệu quả như: Hội chợ OCOP thường niên của tỉnh Quảng Ninh; Chuỗi sự kiện kết nối sản phẩm các vùng miền của thành phố Hà Nội; Nhịp cầu xúc tiến thương mại và đầu tư gắn với OCOP của tỉnh Đồng Tháp;... góp phần tạo sức lan tỏa, nâng cao hình ảnh sản phẩm và thương hiệu OCOP Việt Nam trên thị trường.

Với mục đích tăng cường quan hệ hợp tác giữa các nước đang triển khai chương trình OCOP trên thế giới nhằm quảng bá các sản phẩm OCOP tiêu biểu của Việt Nam tới bạn bè quốc tế cũng như giữa các địa phương trên cả nước, Bộ Nông nghiệp và PTNT đã phối hợp với các đơn vị liên quan thúc đẩy phát triển mạng lưới kết nối các quốc gia triển khai phong trào mỗi làng, mỗi xã một sản phẩm iOCOP; phối hợp với Bộ Ngoại giao thúc đẩy, đề xuất sáng kiến “*Phát triển sản phẩm ngành nghề nông thôn theo mô hình mỗi xã, mỗi làng một sản phẩm trong khối ASEAN*”. Sáng kiến đã được Hội nghị cấp cao ASEAN 2020 chấp thuận và đưa vào kế hoạch triển khai từ năm 2021.

Như vậy, hoạt động truyền thông dưới mọi hình thức đã góp phần nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận của toàn xã hội, sự quan tâm, tích cực hưởng ứng của người dân và các tổ chức kinh tế đến Chương trình OCOP, đồng thời thúc đẩy sự quan tâm của người tiêu dùng đến các sản phẩm OCOP trên thị trường.

3. Một số tồn tại, hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác truyền thông trong xây dựng nông thôn mới còn nhiều khó khăn, hạn chế:

3.1. Công tác tập huấn về nghiệp vụ truyền thông chuyên đề về nông thôn mới và OCOP ở một số địa phương chưa được quan tâm đúng mức. Nội dung đào tạo, tập huấn chưa có sự thống nhất từ Trung ương đến địa phương nên phần lớn Văn phòng Điều phối nông thôn mới các cấp chưa có kỹ năng tuyên truyền hiệu quả đến các đối tượng khác nhau (*cán bộ, công chức, người dân...*), chưa truyền tải thông tin rõ ràng, minh bạch tới nhiều nhóm đối tượng yếu thế nên đã có nhiều sự vụ chưa đồng thuận với chủ trương, chính sách trong xây dựng nông thôn mới chưa tạo được kênh phản hồi hiệu quả giữa người dân và chính quyền để đồng lòng, chung sức xây dựng nông thôn mới.

3.2. Đa số các địa phương còn lúng túng và tự phát trong xây dựng kế hoạch truyền thông hàng năm. Các kế hoạch đều chỉ tập trung vào những nội dung tuyên truyền chung về Chương trình, chưa nhắm tới đối tượng và những vấn đề then chốt của địa phương.

3.3. Tại một số nơi, công tác truyền thông chưa được quan tâm đúng mức. Các hoạt động thông tin, tuyên truyền xây dựng nông thôn mới chưa thực sự được chủ động đề xuất, thực hiện và đi trước một bước, phụ thuộc nhiều và nội dung và kinh phí ngân sách hàng năm được bố trí. Một số nơi còn mang tính hình thức đối phó, chưa có tính sáng tạo.

3.4. Chưa có sự đa dạng trong công tác phối hợp với các cơ quan truyền thông. Chưa mạnh dạn trong quá trình xã hội hóa với các doanh nghiệp truyền thông độc lập để thực hiện các format chương trình mang tính mới lạ. Nội dung tuyên truyền chủ yếu dành cho hoạt động hợp tác với các cơ quan báo chí, truyền thông trung ương và địa phương, chi phí in ấn sổ tay hướng dẫn, tờ rơi, pano, áp phích khẩu hiệu... cho các địa phương.

3.5. Nhiều địa phương sử dụng hình thức tuyên truyền trên website của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới các cấp nhưng còn mang tính hình thức do hầu hết các website này mới chỉ ở mức đưa tin bài về hoạt động địa phương, văn bản quy phạm pháp luật có liên quan. Việc tra cứu văn bản pháp quy từ các website này cũng như công tác lưu trữ dữ liệu báo cáo thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới hiện còn đang rất hạn chế. Thực trạng này dẫn đến việc tra cứu thông tin và hỗ trợ công tác quản lý chương trình đối mặt nhiều khó khăn

3.6. Chưa khai thác tối đa và hiệu quả các kênh truyền thông hiện đại, đặc biệt là khả năng truyền thông và lan tỏa của các mạng xã hội. Các hình thức truyền thông chủ yếu tập trung vào các phương tiện/hình thức truyền thống, chưa kịp thời đổi mới, chưa khai thác các kênh truyền thông hiện đại, mạng xã hội để mở rộng đối tượng truyền thông; chưa tổ chức thành các chủ đề thường xuyên, trọng tâm nhằm nâng cao nhận thức, chuyển đổi tư duy trong xây dựng nông thôn mới; công tác truyền thông về chương trình OCOP ở một số địa phương mới chủ yếu tập trung vào tuyên truyền cho cán bộ, chủ thể, chưa đẩy mạnh tuyên truyền, cung cấp thông tin đến người tiêu dùng và hệ thống phân phối và cộng đồng;...

CHƯƠNG II

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG GIAI ĐOẠN 2021 - 2025

I. TỔNG QUAN

1. Quan điểm

a) Công tác truyền thông về xây dựng nông thôn mới được thực hiện thường xuyên, liên tục, bảo đảm đa dạng, phong phú, sáng tạo cả về hình thức và nội dung thông tin.

b) Công tác truyền thông là giải pháp quan trọng truyền tải thông tin chỉ đạo từ Trung ương đến cơ sở, đồng thời thu thập thông tin, giám sát và phản ánh những khó khăn, vướng mắc từ cơ sở, góp phần thực hiện có hiệu quả, bền vững Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề hỗ trợ thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025³ (sau đây gọi tắt là các chương trình chuyên đề).

c) Công tác truyền thông cần được đẩy mạnh và đi trước một bước nhằm định hướng cho các Bộ, ngành Trung ương, các tổ chức chính trị xã hội và các địa phương xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai thực hiện đồng bộ, xuyên suốt trong cả giai đoạn 2021 - 2025.

d) Tùy vào tình hình thực tiễn, đồng thời, dựa trên đặc điểm địa lý, đặc điểm sinh thái, nhóm dân cư sinh sống trên địa bàn mà linh hoạt lựa chọn nội dung, hình thức tuyên truyền phù hợp. Công tác thông tin, tuyên truyền vừa cần có những nội dung chung mang tính chỉ đạo và định hướng, vừa phải tính đến tính đặc thù để phù hợp đặc điểm văn hóa, truyền thống, trình độ phát triển của các cộng đồng dân cư, các vùng miền cũng như phù hợp theo từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội.

đ) Thông tin truyền thông cần cô đọng, đơn giản, dễ hiểu có mục tiêu rõ ràng và cụ thể để thực hiện “*tuyên truyền nhân dân*”.

2. Mục tiêu

a) Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của Chương trình Truyền thông là góp phần đưa các chủ trương, chính sách, định hướng, nội dung về xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 -2025 đi vào cuộc sống, tạo được sự thống nhất trong triển khai thực hiện từ Trung ương đến địa phương, cơ sở trên cả nước; góp phần chuyển đổi tư duy, nâng cao nhận thức và cải thiện năng lực cho cán bộ, đảng viên, người dân và cộng đồng trong xây dựng nông thôn mới với nguyên tắc “**Cơ cấu lại ngành nông nghiệp là động lực, nông thôn mới là nền tảng, nông dân là chủ thể**”; phát huy được sức mạnh toàn dân, tinh thần đoàn kết và vai trò làm chủ của người dân trong xây dựng NTM theo phương châm: “*Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân thụ hưởng*”, huy động được sự tham gia của các tổ chức chính trị, xã, hội, tạo sự đồng thuận và đồng lòng, cùng chung sức xây dựng nông thôn Việt Nam trở thành những miền quê đáng sống.

³ (1) Chương trình khoa học và công nghệ phục vụ xây dựng NTM giai đoạn 2021-2025; (2) Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2021-2025; (3) Chương trình Tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng NTM giai đoạn 2021-2025; (4) Chương trình về phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng NTM; (5) Chương trình chuyển đổi số trong xây dựng NTM, hướng tới NTM thông minh giai đoạn 2021-2025; (6) Chương trình nâng cao chất lượng, hiệu quả thực hiện tiêu chí an ninh, trật tự trong xây dựng NTM giai đoạn 2021-2025.

b) Mục tiêu cụ thể

- Trên 90% các câu hỏi của người dân và trả lời của Bộ Nông nghiệp và PTNT về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới được đăng tải trên cổng thông tin điện tử của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình OCOP.

- 100% các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng kế hoạch truyền thông về nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 và hàng năm và triển khai có hiệu quả để thực hiện thắng lợi các mục tiêu của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới;

- Khoảng 85% các tỉnh có cổng thông tin điện tử hoặc trang/chuyên mục thông tin điện tử (web site) về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới được thường xuyên cập nhật thông tin, kết quả, tiếp nhận và giải đáp kịp thời những phản hồi về xây dựng nông thôn mới.

- 100% các địa phương, cơ sở sử dụng đúng, hiệu quả logo nông thôn mới và logo OCOP trong các hoạt động truyền thông.

- Mỗi tỉnh có ít nhất 01 chuyên mục được phát sóng hàng tuần trên Đài truyền hình tỉnh và ít nhất 01 chuyên trang trên báo tỉnh về Chương trình nông thôn mới và Chương trình OCOP.

- Trên 80% các xã có ít nhất 01 - 02 chương trình phát thanh/tuần về xây dựng nông thôn mới trên đài truyền thanh xã.

- Tổ chức tối thiểu 01 cuộc thi về Nông thôn mới/năm.

- Tổ chức tối thiểu 10 diễn đàn, tọa đàm đối thoại chuyên sâu về các chủ đề mới trong xây dựng nông thôn mới.

- Hàng năm, biên soạn và in ấn, cung cấp miễn phí khoảng 5.000 cuốn tài liệu nghiệp vụ, tập huấn, kỹ yếu, sổ tay, chuyên đề về nông thôn mới, OCOP

- Có ít nhất 2.000 lượt cán bộ cấp tỉnh, huyện, xã/năm được tập huấn kiến thức và kỹ năng tuyên truyền và truyền thông, giải quyết sự cố truyền thông, nghiệp vụ báo chí về phương pháp viết tin, bài; về sáng tác, biên tập, dàn dựng tiết mục, chương trình thông tin cô đọng, ...

3. Phạm vi và thời gian thực hiện

a) Phạm vi: Toàn quốc

b) Thời gian thực hiện: Từ 2022 đến 2025

II. NỘI DUNG VÀ GIẢI PHÁP

1. Nội dung

a) Tập trung tuyên truyền về những **mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm** của Chương trình MTQG xây dựng NTM giai đoạn 2021-2025 và các chương trình chuyên đề nhằm cụ thể hóa Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc

lần thứ XIII của Đảng, chú trọng đến nâng cao chất lượng sống, tri thức của người dân nông thôn (*nâng cao hiệu quả hoạt động của HTX nông nghiệp gắn với liên kết theo chuỗi ngành hàng; phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP, hỗ trợ khởi nghiệp, sáng tạo; phát huy tính đa giá trị của nông nghiệp, nông thôn, phát triển bền vững và thích ứng với biến đổi khí hậu, phát triển nông nghiệp xanh, nông nghiệp hữu cơ, triển khai mạnh mẽ Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, phát triển du lịch nông thôn gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị, văn hoá truyền thống, ...*); đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ phục vụ nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới; phát triển ngành nghề nông thôn và sản phẩm OCOP, chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới hướng tới nông thôn mới thông minh; nâng cao chất lượng công tác bảo vệ, cải tạo cảnh quan môi trường nông thôn, giữ gìn và khôi phục cảnh quan truyền thống của nông thôn Việt Nam; nâng cao chất lượng hoạt động văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; thúc đẩy *an ninh trật tự*, bình đẳng giới; cải thiện tình trạng dinh dưỡng cho trẻ em và nâng cao chất lượng khám chữa bệnh cho người dân nông thôn...; tăng cường năng lực cho các cộng đồng dân cư, cán bộ cơ sở và người dân ở nông thôn..., cụ thể:

(1) Nâng cao năng lực cho các cộng đồng dân cư, cán bộ cơ sở và người dân ở nông thôn nhằm phát huy vai trò chủ thể của người dân nông thôn, tinh thần chủ động, sáng tạo, tự giác, tự lực, đoàn kết và hợp tác trong xây dựng nông thôn mới với nguyên tắc **“Cơ cấu lại nền nông nghiệp là động lực, nông thôn mới là nền tảng, nông dân là chủ thể”**.

(2) Xây dựng nông thôn mới đi vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững, hướng đến xây dựng **“Nông nghiệp sinh thái, nông thôn hiện đại, nông dân chuyên nghiệp”**.

(3) Chuyển đổi tư duy cho cán bộ cơ sở, cộng đồng và người dân nông thôn về phát triển kinh tế nông thôn theo hướng: Chuyển tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, kinh tế nông thôn, phát triển chuỗi giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, phát huy tính đa giá trị của nông nghiệp, nông thôn, phát triển bền vững, có trách nhiệm, thích ứng với biến đổi khí hậu, nông nghiệp sinh thái, nông nghiệp hữu cơ; phát triển du lịch nông thôn gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa.

(4) Quy hoạch nông thôn, phát triển hạ tầng nông thôn gắn với đô thị hóa, xây dựng nông thôn mới nâng cao và nông thôn mới kiểu mẫu.

(5) Triển khai Chương trình OCOP, phát triển ngành nghề nông thôn, sản phẩm OCOP xanh; nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã nông nghiệp gắn với liên kết theo chuỗi giá trị; phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP, hỗ trợ khởi nghiệp, sáng tạo; phát huy tính đa giá trị của nông nghiệp, nông thôn, phát triển nông nghiệp xanh, nông nghiệp hữu cơ; ứng dụng khoa học, công nghệ phục vụ nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới, nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ.

(6) Triển khai Chương trình Chuyển đổi số trong xây dựng nông thôn mới, hướng tới xây dựng nông thôn mới thông minh. Đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số tại khu vực nông thôn. Đẩy mạnh kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm, gắn với thương mại điện tử, bán hàng online, livestream,...

(7) Triển khai Chương trình Phát triển du lịch nông thôn gắn với nông thôn mới; tăng cường các hoạt động trải nghiệm du lịch nông thôn gắn với sản phẩm OCOP.

(8) Triển khai Chương trình Tăng cường bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm và cấp nước sạch nông thôn trong xây dựng NTM. Tập trung nâng cao chất lượng công tác bảo vệ môi trường, đảm bảo môi trường nông thôn sáng - xanh - sạch - đẹp, an toàn.

(9) Bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, dân tộc, phát huy tri thức bản địa. Thúc đẩy bình đẳng giới; cải thiện tình trạng dinh dưỡng cho trẻ em và nâng cao chất lượng khám chữa bệnh cho người dân nông thôn, đảm bảo an ninh trật tự và an toàn xã hội...

(10) Xây dựng các hình ảnh về “**Người nông dân chuyên nghiệp**” gắn với các sáng kiến “**Mỗi nông dân là một thương nhân**”; “**Người lãnh đạo cộng đồng**” gắn với tổ chức đời sống cộng đồng, hướng đến “**nâng cao năng lực cộng đồng**”

b) Chuẩn hóa hệ thống nhận diện biểu trưng và đẩy mạnh việc quảng bá hình ảnh, khẩu hiệu trong Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình OCOP giai đoạn 2021 – 2025 qua các góc nhìn (*bạn bè quốc tế, người dân các địa phương, các chính khách*) thông qua các hình thức tuyên truyền tại các sự kiện trong và ngoài nước (*các ấn phẩm in song ngữ gắn logo, video, cờ nông thôn mới, quà tặng, kỷ niệm chương ...*)

Biểu trưng (logo) của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới

- Biểu trưng hình tròn, phía trong chia làm nhóm hình (*lồng dòng chữ “nông thôn mới”*) và nhóm chữ cái. Hình tượng hạt gạo có dòng chữ **NÔNG THÔN MỚI** được biến tấu từ những ngôi nhà cao tầng, những ống khói nhà máy đang vươn lên giữa cánh đồng.



- Màu sắc chủ đạo là màu vàng (*tô nền hình bông lúa*), màu xanh lá cây ở viền và các ký tự chữ (*NTM, nông thôn mới*), nền trong màu trắng.

- Cờ có in hình logo của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

Biểu trưng (logo) của Chương trình OCOP

- Biểu trưng có nhóm 4 chữ cái viết hoa và nhóm chữ tiếng Anh viết hoa.



- Màu sắc chủ đạo của các chữ cái viết hoa là màu nâu (*chữ O*) tượng trưng cho đất, nền tảng của sản xuất, cuộc sống của làng, xã; màu xanh lá cây (*chữ C*) tượng trưng cho sản xuất nông nghiệp và phát triển bền vững; màu xanh dương (*chữ O*) tượng trưng cho tài nguyên nước, biển và các sản phẩm thủy sản; màu vàng (*chữ P*) tượng trưng cho lợi ích, lợi nhuận của chương trình mà mỗi người dân, tổ chức tham gia được hưởng lợi.

- Màu sắc chủ đạo của nhóm chữ tiếng Anh viết hoa là màu đỏ.

- Cờ có in hình logo của Chương trình OCOP

Slogan, khẩu hiệu của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới

- Slogan (thông điệp chung) **“Nông thôn mới có điểm bắt đầu nhưng không có điểm kết thúc”**

- Một số khẩu hiệu cơ bản của 02 Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình OCOP:

+ Nông thôn mới - tư duy mới - cách làm mới

+ Xây dựng nông thôn mới bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu

+ Xây dựng nông thôn mới sáng - xanh - sạch - đẹp - an toàn

+ Xây dựng nông thôn mới hiệu quả, chất lượng và bền vững

+ Chương trình OCOP phát huy tiềm năng và lợi thế của nông thôn

+ Chương trình OCOP phát triển kinh tế nông thôn đa dạng và bền vững

+ Sáng tạo và hiệu quả phát triển các sản phẩm OCOP

+ Chương trình OCOP phát huy nội lực của các chủ thể sản xuất, kinh doanh

+ Chương trình OCOP góp phần cơ cấu lại ngành nông nghiệp.

2. Giải pháp

a) Tăng cường công tác chỉ đạo, kiểm tra, giám sát. Hàng năm, xây dựng kế hoạch và khung nội dung về truyền thông tuyên truyền gửi các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương để thống nhất nội dung thực hiện. Khảo sát và đánh giá nhu cầu, xây dựng các hình thức tiếp nhận phản hồi về thông tin, nội dung, chủ đề trong hoạt động truyền thông nhằm xây dựng chuyên đề truyền thông có trọng tâm, trọng điểm theo từng giai đoạn. Thường xuyên kiểm tra, giám sát các địa phương, cơ sở sử dụng biểu trưng (*logo*) nông thôn mới và OCOP.

b) Xây dựng chủ đề truyền thông phù hợp theo từng năm nhằm tuyên truyền sâu, rộng và hiệu quả. Mở rộng đối tượng truyền thông, thúc đẩy nhận thức và thông tin đến cán bộ cơ sở, cộng đồng, người dân, đặc biệt là người tiêu dùng, tổ chức thương mại, khách du lịch nhằm phát triển thị trường nông sản, sản phẩm OCOP, góp phần phát triển kinh tế nông thôn bền vững.

c) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác truyền thông: Phối hợp với các cơ quan, đơn vị chức năng đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, chuyển đổi số nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả truyền thông. Xây dựng hệ thống và tăng cường các kênh truyền thông tương tác thông qua việc ứng dụng các công nghệ mới về thông tin truyền thông như mạng xã hội, ứng dụng giải trí trên thiết bị thông minh, công nghệ thực tế ảo, ... nhằm nâng cao sự tương tác và tham gia của người dân; tạo các kênh truyền thông hai chiều, vừa đảm bảo mục tiêu tuyên truyền của cơ quan quản lý nhà nước vừa tiếp nhận thông tin, phản ánh của người dân về quá trình thực hiện Chương trình xây dựng MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình OCOP.

d) Phối hợp với các cơ quan thông tấn báo chí và các cơ quan truyền thông để đa dạng hóa các hình thức truyền thông thông qua hệ thống các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội, tuyên truyền trực quan bằng hình ảnh, khẩu hiệu cụ thể để thực hiện chương trình thường xuyên và liên tục, theo hướng tiếp cận đa chiều và tập trung vào các nội dung trọng tâm theo chủ đề, không dàn trải (*kênh truyền thông trên mạng xã hội, diễn đàn, truyền hình trực tiếp, livestream, hội nghị, hội thảo, đối thoại, các cuộc thi...*).

- Phối hợp với Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức cuộc thi báo chí viết về nông thôn mới hàng năm; tổ chức đoàn công tác báo chí đi các địa phương theo các chuyên đề, chủ đề của từng chuyến đi.

- Phát hành các ấn phẩm về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và OCOP (*Kỷ yếu, các chuyên đề về nông thôn mới, tạp chí OCOP, cẩm nang sản phẩm OCOP 5 sao, ...*); Thí điểm xuất bản ấn phẩm tuyên truyền bằng một số ngôn ngữ đồng bào dân tộc thiểu số (*H'Mông, Thái, Chăm, Khmer, ...*); xuất bản các ấn phẩm tuyên truyền song ngữ Việt - Anh trên các chuyến bay của các hãng hàng không.

- Phối hợp với các đơn vị truyền thông độc lập tham gia xây dựng phim tài liệu, phóng sự, sitcom và các chương trình chuyên đề về nông thôn mới, và sản phẩm OCOP, du lịch, văn hóa, môi trường, chuyển đổi số, an ninh trật tự...

- Mời các gương mặt nổi tiếng đồng hành, trải nghiệm cùng Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề (*dự kiến mỗi chương trình/năm một gương mặt nổi tiếng*).

- Tổ chức các diễn đàn, tọa đàm, đối thoại chuyên sâu về các chủ đề mới trong Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề (*quy hoạch nông thôn và đô thị hóa, chuyển đổi số và xây dựng nông thôn mới thông minh, phát triển OCOP xanh, du lịch nông thôn, thay đổi nhận thức và tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu, kinh tế tuần hoàn, bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, dân tộc, phát huy tri thức bản địa, ...*).

- Phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan, đơn vị các cấp, các ngành, cơ quan thông tấn, báo chí, đơn vị truyền thông nhằm tổ chức các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Phong trào “Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới” thông qua hình thức văn nghệ quần chúng, thi sáng tác, trưng bày, biểu diễn tác phẩm văn học-nghệ thuật về Phong trào, biểu diễn văn nghệ, các chương trình thông tin cổ động, các liên hoan văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao quần chúng ở cơ sở:

+ Tổ chức các game show tìm hiểu về chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề (*chuyển đổi số, nông nghiệp sinh thái, nông thôn hiện đại, nông dân thông minh, OCOP xanh, du lịch nông thôn, ...*).

+ Tổ chức các cuộc thi tuyên truyền viên, xã đạt chuẩn nông thôn mới; các cuộc thi sáng tác các tác phẩm văn học, nghệ thuật về xây dựng nông thôn mới.

+ Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu, sáng tác trong xây dựng nông thôn mới.

+ Tổ chức liên hoan văn nghệ quần chúng (*tỉnh, huyện, xã*) tiêu biểu.

+ Hàng năm luân phiên tổ chức cuộc thi về nông thôn mới và xây dựng sản phẩm OCOP tại các vùng miền.

đ) Thường xuyên nâng cấp, cập nhật các nội dung thông tin về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và Chương trình OCOP trên Cổng thông tin điện tử của Chương trình.

e) Nâng cao năng lực cán bộ các cấp về công tác truyền thông, thông tin, tuyên truyền trong xây dựng nông thôn mới.

- Tổ chức các lớp tập huấn cho cán bộ các cấp về kiến thức và kỹ năng tuyên truyền và truyền thông, giải quyết sự cố truyền thông, nghiệp vụ báo chí về phương pháp viết tin, bài; về sáng tác, biên tập, dàn dựng tiết mục, chương trình thông tin cổ động, ...

- Phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan, đơn vị các cấp, các ngành nhằm tổ chức các hoạt động đào tạo, tập huấn, hội nghị, hội thảo, trải nghiệm thực tế, từ đó tăng cường hoạt động thông tin, tuyên truyền về Phong trào thi đua “Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”, Phong trào thi đua “Ngành nông nghiệp chung sức xây dựng nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp”.

- Xây dựng một số mô hình điểm đổi mới về truyền thông, thông tin và tuyên truyền ở một số vùng đặc thù (*vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng miền núi, đặc biệt khó khăn, hải đảo...*).

g) Xây dựng và thực hiện các chương trình phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội (*như Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, Hội Cựu Chiến binh, ...*), các tổ chức quốc tế, các cơ quan báo chí, phát thanh, truyền thanh, truyền hình ở Trung ương và địa phương nhằm phối hợp hiệu quả các hoạt động tuyên truyền về Chương trình xây dựng MTQG xây dựng nông thôn mới và

Chương trình OCOP trên cả nước.

h) Đẩy mạnh các phong trào thi đua, khen thưởng: Kịp thời phát hiện và đề xuất khen thưởng cho những gương điển hình tiên tiến trong xây dựng nông thôn mới; Tổ chức tôn vinh các tập thể, cá nhân tiêu biểu (*các nhà phát minh sáng chế “nông dân” phục vụ sản xuất nông nghiệp, phát triển nông thôn, các doanh nghiệp, doanh nhân, các văn nghệ sỹ, các cá nhân tiêu biểu...*) có nhiều đóng góp trong xây dựng nông thôn mới trên cả nước.

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nguyên tắc

- Ngân sách nhà nước bố trí nguồn kinh phí cho các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề từ nguồn kinh phí của Chương trình, của các chuyên đề theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành.

- Thực hiện chế độ đặt hàng cho các hoạt động thông tin, tuyên truyền về các Chương trình theo các hoạt động thông tin, tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị.

- Khuyến khích các doanh nghiệp, đơn vị sự nghiệp công lập, báo chí, đài phát thanh, truyền hình tham gia các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề.

2. Nguồn kinh phí

a) Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Kinh phí truyền thông, tuyên truyền phục vụ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới của VPĐP Trung ương được bố trí từ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giao Bộ Nông nghiệp và PTNT.

- Kinh phí truyền thông, tuyên truyền phục vụ xây dựng nông thôn mới của các đơn vị có liên quan thuộc Bộ Nông nghiệp và PTNT được bố trí lồng ghép từ nguồn kinh phí tự chủ giao cho các đơn vị.

b) Đề nghị các Bộ, ngành Trung ương: Bố trí kinh phí cho các hoạt động truyền thông phục vụ xây dựng nông thôn mới từ nguồn kinh phí thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới, các chương trình chuyên đề và nguồn kinh phí tự chủ giao cho các Bộ, ngành Trung ương.

c) Ở cấp địa phương:

Các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chủ động bố trí kinh phí cho Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh để thực hiện các hoạt động tuyên truyền về xây dựng nông thôn mới từ nguồn kinh phí được cấp hàng năm và các nguồn hợp pháp khác (*nếu có*).

d) Huy động hiệu quả các nguồn lực hợp pháp, nhất là nguồn vốn xã hội hoá để thực hiện các nội dung của Chương trình truyền thông.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

a) Giao VPĐP Trung ương:

- Chủ trì, xây dựng tổ chức thực hiện các nội dung của Chương trình trình Thường trực Ban Chỉ đạo Trung ương ban hành; tổ chức thực hiện các nội dung của Chương trình.

- Tổ chức triển khai, theo dõi, đôn đốc các cơ quan liên quan, các địa phương thực hiện Chương trình truyền thông; tổng hợp, báo cáo Thường trực Ban Chỉ đạo về tiến độ và kết quả thực hiện Chương trình truyền thông.

- Bảo đảm việc cung cấp các thông tin cơ bản về thực hiện Chương trình truyền thông cho các cơ quan liên quan.

- Chỉ đạo, hướng dẫn các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan tổng hợp đề xuất kinh phí thực hiện công tác tuyên truyền của các Bộ, ngành Trung ương trong dự kiến phân bổ kế hoạch Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới hàng năm báo cáo Lãnh đạo Bộ.

- Xây dựng Chương trình phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam để Đài Truyền hình Việt Nam là đơn vị bảo trợ truyền thông đối với Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề.

- Xây dựng Chương trình phối hợp với Báo Nông nghiệp Việt Nam để Báo Nông nghiệp Việt Nam là đơn vị bảo trợ về truyền thông đối với Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề.

- Tổ chức giám sát, đánh giá, sơ kết, tổng kết theo định kỳ.

b) Vụ Tài chính: Chủ trì, phối hợp với VPĐP Trung ương bảo đảm bố trí kinh phí trong dự toán ngân sách hàng năm cho việc triển khai thực hiện các nhiệm vụ của Chương trình truyền thông theo quy định, đồng thời phối hợp kiểm tra, giám sát việc thực hiện Chương trình truyền thông.

c) Các Tổng cục, Cục, Vụ, Viện, Trường, Báo Nông nghiệp Việt Nam thuộc Bộ Nông nghiệp và PTNT: Căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ, tiêu chí đạt chuẩn nông thôn mới các cấp, các nội dung của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình phối hợp có liên quan, xây dựng kế hoạch, bố trí kinh phí và lồng ghép thực hiện các hoạt động tuyên truyền về xây dựng nông thôn mới trong các hoạt động nghiệp vụ hàng năm của đơn vị.

2. Bộ Thông tin và Truyền thông

Đề nghị Bộ Thông tin và Truyền thông: Chỉ đạo các cơ quan thông tấn, báo chí, phát thanh, truyền hình đẩy mạnh tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề, xây dựng các chuyên trang,

chuyên mục, chuyên đề để tuyên truyền thường xuyên, liên tục, kịp thời phản ánh các kết quả, các mô hình, cách làm hay cũng như những khó khăn, vướng mắc ở cơ sở để Trung ương xem xét, có chỉ đạo hoặc giải pháp giải quyết phù hợp; Phối hợp tổ chức cuộc thi Báo chí viết về nông thôn mới gắn với cơ cấu lại ngành nông nghiệp.

3. Các bộ, ngành Trung ương

Đề nghị các Bộ, ngành Trung ương: Căn cứ vào tiêu chí nông thôn mới các cấp, xây dựng kế hoạch truyền thông trong Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới thuộc phạm vi quản lý, phù hợp với chức năng, nhiệm vụ được giao; Chỉ đạo các cơ quan trực thuộc và các Sở, ngành chức năng ở địa phương tăng cường các hoạt động thông tin, tuyên truyền về các Chương trình, xây dựng kế hoạch tăng cường năng lực cho cán bộ cơ sở; Tổ chức giám sát, đánh giá, sơ kết, tổng kết theo định kỳ.

4. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

a) Giao đơn vị chức năng (*Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh*) là cơ quan đầu mối, chủ trì tham mưu Ban Chỉ đạo tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng Chương trình truyền thông cho giai đoạn 2021-2025, kế hoạch truyền thông hàng năm; tổ chức thực hiện các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề khi được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

b) Bố trí kinh phí để triển khai các hoạt động truyền thông theo kế hoạch đã được phê duyệt ở tất cả các cấp tỉnh, huyện, xã

c) Tổ chức giám sát, đánh giá, sơ kết, tổng kết Chương trình truyền thông theo định kỳ.

5. Các tổ chức, cơ quan liên quan có Chương trình phối hợp

a) Chủ trì, xây dựng kế hoạch hàng năm, tổ chức thực hiện các nội dung thông tin, tuyên truyền theo các chương trình phối hợp thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề đã được ký kết.

b) Tổ chức triển khai, theo dõi, đôn đốc các cơ quan liên quan, các địa phương thực hiện; tổng hợp, báo cáo Thường trực Ban Chỉ đạo về tiến độ và kết quả thực hiện Chương trình Truyền thông.

c) Chỉ đạo, hướng dẫn các đơn vị trực thuộc triển khai các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các chương trình chuyên đề.

d) Bảo đảm việc cung cấp các thông tin cơ bản về thực hiện Chương trình truyền thông cho các cơ quan liên quan./.

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN