

**BAN CHỦ NHIỆM CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA
NƯỚC SẠCH VÀ VỆ SINH MÔI TRƯỜNG NÔNG THÔN**

**KHUNG KẾ HOẠCH
TRUYỀN THÔNG VỀ NƯỚC SẠCH, VỆ SINH
MÔI TRƯỜNG VÀ VỆ SINH CÁ NHÂN**

**Hỗ trợ Chương trình Mục tiêu Quốc gia Nước sạch và Vệ
sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012 – 2015**

(Kèm theo Quyết định số **1940** /QĐ-BNN-TCTL ngày **22** tháng **8** năm 2013
của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn - Trưởng Ban chủ nhiệm
Chương trình Mục tiêu quốc gia Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn
giai đoạn 2012-2015)

HÀ NỘI, 8/2013

Số: **1940**/QĐ-BNN-TCTL

Hà Nội, ngày **22** tháng 8 năm 2013

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt khung kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015

BỘ TRƯỞNG BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

Căn cứ Nghị định số 01/2008/NĐ-CP ngày 03/01/2008 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Nghị định số 75/2009/NĐ-CP ngày 10/9/2009 của Chính phủ sửa đổi Điều 3 Nghị định số 01/2008/NĐ-CP ngày 03/01/2008;

Căn cứ Quyết định số 366/QĐ-TTg ngày 31/3/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015;

Căn cứ Quyết định số 1258/QĐ-BNN-TCCB ngày 28/5/2012 về việc thành lập Ban Chủ nhiệm Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Y tế trong văn bản số 4667/BYT-MT ngày 31/7/2013 về việc phê duyệt khung kế hoạch truyền thông của Chương trình kèm theo các văn bản góp ý của các đơn vị liên quan, tờ trình số 36 /TTr-TCTL-QLNN ngày 16/8/2013 của Tổng cục trưởng Tổng cục Thủy lợi,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt khung kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015 (sau đây gọi tắt là khung kế hoạch), với những nội dung chủ yếu sau:

1. Mục tiêu chung:

Nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ, hành vi của người dân nông thôn về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân nhằm tăng tỷ lệ người dân sử dụng nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh, góp phần thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012 - 2015.

2. Mục tiêu cụ thể:

a) 85% dân số nông thôn được cung cấp thông tin về các loại hình cấp nước (cấp nước tập trung và cấp nước nhỏ lẻ), các loại nhà tiêu (hộ gia đình, trường học,

trạm y tế), chuồng trại chăn nuôi hợp vệ sinh cũng như cách áp dụng, sử dụng và bảo quản đúng quy cách;

b) 85% dân số nông thôn được cung cấp các kiến thức liên quan đến vai trò nước sạch và vệ sinh cũng như tác hại của nó đối với sức khỏe, đời sống và phát triển sản xuất;

c) 85% dân số nông thôn được cung cấp các kiến thức về vệ sinh cá nhân và rửa tay với xà phòng bằng nước sạch vào các thời điểm quan trọng;

d) 95% số bà mẹ có con dưới 5 tuổi và người chăm sóc trẻ được cung cấp kiến thức về vệ sinh nói chung và rửa tay với xà phòng bằng nước sạch vào các thời điểm quan trọng;

3. Thời gian thực hiện: Từ năm 2013 đến năm 2015.

4. Dự kiến kinh phí thực hiện: 454.000 triệu đồng từ nguồn vốn của Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn.

Trong đó: - Nguồn ngân sách của trung ương: 120.830 triệu đồng;

- Nguồn ngân sách của địa phương: 333.170 triệu đồng;

(Kèm theo khung kế hoạch)

Điều 2. Tổ chức thực hiện:

1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

- Phê duyệt Khung Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015;

- Lập kế hoạch tổng thể về mục tiêu, nhiệm vụ, nhu cầu kinh phí và đề xuất các giải pháp thực hiện Dự án 3 của Chương trình trong kế hoạch tổng thể của Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015 theo Quyết định số 366/QĐ-TTg ngày 31/3/2012 của Thủ tướng Chính phủ;

- Chủ trì và phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Y tế, Bộ Giáo dục và Đào tạo phân bổ kinh phí thỏa đáng thực hiện Kế hoạch truyền thông của các Bộ, ngành, đoàn thể liên quan và các tỉnh, thành phố. Phối hợp với các nhà tài trợ nhằm tranh thủ sự giúp đỡ về kinh nghiệm, kỹ thuật, tài chính, đào tạo nguồn nhân lực, thu hút đầu tư để thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình;

- Giao Văn phòng Thường trực Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn – Tổng Cục Thủy lợi làm đầu mối chỉ đạo, tổng hợp kế hoạch, điều phối và giám sát triển khai việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình;

- Giao Trung tâm Quốc gia Nước sạch và VSMT nông thôn chủ trì, tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động thông tin – giáo dục – truyền thông vận động chính sách, nâng cao nhận thức của người dân, phát triển tài liệu truyền thông, đào tạo, phổ biến các loại hình cấp nước sạch, chuồng trại chăn nuôi hợp vệ sinh;

- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.

2. Bộ Y tế

- Hướng dẫn và hỗ trợ các tỉnh trong việc xây dựng Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015 của tỉnh;

- Chủ trì, phối hợp với Bộ NN&PTNT trong việc lập kế hoạch, đề dự kiến phân bổ kinh phí truyền thông, đào tạo cho hợp phần vệ sinh gửi Bộ Nông nghiệp đưa vào kế hoạch chung;

- Giao Cục Quản lý môi trường y tế làm đầu mối phối hợp với Văn phòng thường trực – Tổng Cục Thủy lợi chỉ đạo triển khai việc thực hiện các hoạt động Kế hoạch truyền thông của Chương trình đã được phê duyệt;

- Chỉ đạo và tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông về vệ sinh nông thôn, vệ sinh cá nhân, phát triển tài liệu truyền thông, đào tạo tập huấn, phổ biến các loại hình nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình và nơi công cộng;

- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.

3. Bộ Giáo dục Đào tạo

- Giao Vụ Công tác học sinh sinh viên làm đầu mối phối hợp với Văn phòng thường trực - Tổng Cục Thủy lợi chỉ đạo triển khai việc thực hiện các hoạt động Kế hoạch truyền thông của Chương trình đã được phê duyệt;

- Chỉ đạo và tổ chức triển khai các hoạt động thông tin – giáo dục – truyền thông trong trường mầm non, phổ thông; Hướng dẫn phổ biến, đào tạo các kiến thức về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân cho giáo viên và học sinh;

- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.

4. Các đoàn thể và tổ chức xã hội

- Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Hội Nông dân Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh theo chức năng nhiệm vụ được Chính phủ giao chủ động phối hợp và tham gia phối hợp với các Bộ ngành có liên quan để tham gia xây dựng kế hoạch, chỉ đạo hệ thống trong việc triển khai các hoạt động truyền thông của Chương trình, đặc biệt là nâng cao nhận thức và huy động cộng đồng tích cực xây dựng, đóng góp tài chính đầu tư xây dựng, vận hành và quản lý các công trình cấp nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn;

- Phối hợp với các đơn vị liên quan để kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện kế hoạch;

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

- a) Phê duyệt Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015 của tỉnh;

b) Bố trí nguồn kinh phí từ ngân sách của Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn và các nguồn ngân sách hợp pháp khác của tỉnh để triển khai kế hoạch truyền thông của chương trình;

c) Chỉ đạo các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện kế hoạch theo lĩnh vực được phân công như sau:

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chịu trách nhiệm tổng hợp chung các hoạt động của kế hoạch, chương trình về Thông tin - Giáo dục - Truyền thông của các đơn vị liên quan trong tỉnh; triển khai thực hiện các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông về lựa chọn, xây dựng, bảo quản, sử dụng nước hợp vệ sinh tại hộ gia đình và nơi công cộng;

- Sở Y tế chịu trách nhiệm triển khai thực hiện các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân, sử dụng nguồn nước hợp vệ sinh, lựa chọn xây dựng, sử dụng, bảo quản các nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình và trạm y tế xã;

- Sở Giáo dục và Đào tạo chịu trách nhiệm chỉ đạo tổ chức các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân, sử dụng, bảo quản nguồn nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh trong trường học;

- Ủy ban nhân dân huyện chịu trách nhiệm chỉ đạo các phòng ban của huyện và Ủy ban nhân dân các xã phối hợp với các Sở, ngành liên quan triển khai thực hiện công tác truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường trên địa bàn.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 4. Chánh Văn phòng Bộ, Tổng cục trưởng Tổng cục Thủy lợi, Ban Chủ nhiệm Chương trình MTQG nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012-2015 và Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 4;
- Bộ trưởng - Trưởng Ban Chủ nhiệm (để b/c);
- Các Bộ: Nông nghiệp & PTNT, Y tế, Giáo dục & ĐT, Kế hoạch & ĐT, Tài chính;
- Trung ương Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Trung ương Hội Nông dân Việt Nam, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Tổng cục Thủy lợi, Trung tâm QG NS&VSMTNT - Bộ NN&PTNT; Cục Y tế dự phòng & MT - Bộ Y tế; Vụ Công tác học sinh sinh viên - Bộ GD&ĐT;
- Các Sở: NN&PTNT, Y tế, GD & ĐT;
- Website: Bộ NN&PTNT;
- Lưu: VT, TCTL.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**



Hoàng Văn Thắng

**BAN CHỦ NHIỆM CHƯƠNG TRÌNH MỤC TIÊU QUỐC GIA
NƯỚC SẠCH VÀ VỆ SINH MÔI TRƯỜNG NÔNG THÔN**

**KHUNG KẾ HOẠCH
TRUYỀN THÔNG VỀ NƯỚC SẠCH, VỆ SINH
MÔI TRƯỜNG VÀ VỆ SINH CÁ NHÂN**

**Hỗ trợ Chương trình Mục tiêu Quốc gia Nước sạch và Vệ
sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2012 – 2015**

(Kèm theo Quyết định số **1940** /QĐ-BNN-TCTL ngày **22** tháng **8** năm 2013
của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn - Trưởng Ban chủ nhiệm
Chương trình Mục tiêu quốc gia Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn
giai đoạn 2012-2015)

HÀ NỘI, 8/2013



Mục lục

Danh mục từ viết tắt	3
I. Sự cần thiết của kế hoạch	4
II. Mục tiêu	6
1. Mục tiêu chung	6
2. Mục tiêu cụ thể	6
III. Quan điểm, nguyên tắc khi xây dựng kế hoạch truyền thông	6
IV. Nội dung hoạt động.....	9
1. Tăng cường truyền thông vận động chính sách.....	9
2. Nâng cao năng lực mạng lưới truyền thông	10
3. Xây dựng, in ấn, phân phối các tài liệu truyền thông.....	12
4. Tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông thay đổi hành vi	14
5. Các thông điệp truyền thông.....	14
6. Vận động tài trợ cho Chương trình.....	14
7. Tham quan học tập trao đổi kinh nghiệm.....	14
8. Giám sát và đánh giá công tác truyền thông.....	14
V. Nhu cầu ngân sách và huy động nguồn lực	15
1. Nguồn ngân sách.....	15
2. Quản lý ngân sách.....	16
VI. Tổ chức thực hiện	16
1. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn	16
2. Bộ Y tế	16
3. Bộ Giáo dục Đào tạo.....	17
4. Các hội, đoàn thể và tổ chức xã hội.....	17
5. Chính quyền địa phương.....	17
6. Các nhà tài trợ.....	18
VII. Theo dõi và đánh giá.....	18
Phụ lục.....	19
Phụ lục 1. Chủ đề trong những thông điệp truyền thông	19
Phụ lục 2. Danh mục các loại tài liệu truyền thông chính.....	20
Phụ lục 3. Sơ đồ tổ chức thực hiện Kế hoạch truyền thông	21
Phụ lục 4. Các chỉ số kết quả đầu ra.....	22

u

Danh mục từ viết tắt

BCC	Truyền thông thay đổi hành vi
CLTS	Vệ sinh tổng thể do cộng đồng làm chủ
CTMTQG	Chương trình mục tiêu quốc gia
GD&ĐT	Giáo dục và Đào tạo
GDSK	Giáo dục sức khỏe
HSSV	Học sinh sinh viên
HPN	Hội phụ nữ
HGD	Hộ gia đình
IEC	Thông tin – Giáo dục - Truyền thông
KAP	Kiến thức - Thái độ - Hành vi
KT-NN	Kinh tế - Nông nghiệp
NS	Nước sạch
NTP	Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn
NNPTNT	Nông nghiệp và phát triển nông thôn
TTV	Tuyên truyền viên
UBND	Ủy ban nhân dân
VSMT	Vệ sinh môi trường
YTDP	Y tế dự phòng

tw

I. SỰ CẦN THIẾT CỦA KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG

Chiến lược Quốc gia cấp nước sạch và vệ sinh nông thôn tới năm 2020 đã được Chính phủ Việt Nam phê duyệt vào năm 2000. Để đạt được những mục tiêu của Chiến lược, hai giai đoạn của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh nông thôn (giai đoạn 1 từ năm 2000 đến 2005 và giai đoạn 2 từ 2006 đến 2010). Qua hơn 10 năm nỗ lực phấn đấu của 63 tỉnh, thành trong cả nước, sự chỉ đạo của Chính phủ, của các Bộ, Ngành, Đoàn thể; sự nỗ lực của các tổ chức quốc tế, đặc biệt là sự hỗ trợ hòa đồng ngân sách trong giai đoạn 2; Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 2006 - 2010 đã đạt được kết quả vượt bậc; một số thói quen, tập quán và hành vi vệ sinh lạc hậu của người dân đã và đang được cải thiện, tình trạng không sử dụng nhà tiêu và sử dụng phân chưa được xử lý giảm dần ở nhiều địa phương; tỷ lệ người dân nông thôn được hưởng dịch vụ nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn tăng lên, chất lượng cuộc sống, sức khỏe được cải thiện.

Theo bản đánh giá kết quả thực hiện của Chương trình theo Bộ chỉ số giám sát đánh giá ban hành kèm theo Quyết định 51/2008/QĐ-BNN), đến hết năm 2012: 80,5% dân số nông thôn sử dụng nước hợp vệ sinh; 56,3% số hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu hợp vệ sinh; Khoảng 36.174 trường học phổ thông, mầm non sử dụng nước sạch và công trình vệ sinh (81%); Khoảng 8.878 trạm y tế xã sử dụng nước sạch và công trình vệ sinh (91%).

Thiếu công trình vệ sinh, thói quen sinh hoạt kém vệ sinh, và việc sử dụng nước bị ô nhiễm dẫn tới bệnh tiêu chảy và nhiều bệnh truyền nhiễm khác, không chỉ là nguyên nhân gây bệnh và tử vong đặc biệt ở trẻ em mà còn là nguyên nhân cơ bản của tình trạng suy dinh dưỡng ở trẻ em Việt Nam hiện nay.

Về hành vi vệ sinh cá nhân, theo UNICEF¹, tỷ lệ người rửa tay với xà phòng trước khi ăn, sau khi đi tiêu, và sau khi đại tiện là thấp (tương ứng là 12%, 12,2% và 15,6%). Các tỷ lệ này của học sinh còn thấp hơn. Chỉ có 4,6% học sinh rửa tay bằng xà phòng sau khi đi tiêu và 11,5% trong số này rửa tay với xà phòng sau khi đi đại tiện. Cũng theo nghiên cứu của tổ chức Plan Việt Nam². Chỉ có một tỷ lệ nhỏ người dân sử dụng xà phòng để rửa tay tại các thời điểm "quan trọng"³ trong ngày. Chỉ có 7% số người sử dụng xà phòng để rửa tay tại ít nhất hai thời điểm "quan trọng" trong ngày và 8% người dân sử dụng xà phòng để rửa tay một lần trong ngày. Thậm chí, trong số những người sử dụng xà phòng ở các thời điểm "quan trọng", chỉ có một tỷ lệ rất khiêm tốn sử dụng xà phòng để rửa tay sau khi đại tiện.

Trong khuôn khổ các giai đoạn của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, Thông tin – Giáo dục – Truyền thông (IEC) được xem như là một trong những giải pháp chủ yếu được thực hiện. Tuy nhiên, các hoạt động truyền thông thúc đẩy sử dụng nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn trong giai đoạn 2006 - 2010 đã không được thực hiện như kế hoạch đề ra và chưa đạt được các kết quả như mong đợi. Công tác này chưa tạo ra sự thay đổi lớn về hành vi của người dân trong sử dụng nước sạch, nhà tiêu hợp vệ sinh, thực hành các hành vi vệ sinh cá nhân và giữ gìn vệ sinh môi trường cộng đồng. Cho đến nay, mới có khoảng 15% người dân có thói quen rửa tay với xà phòng trước khi ăn; sử dụng nhà tiêu hợp vệ sinh chưa đúng quy định còn phổ biến; Nhiều vùng người dân vẫn giữ thói quen sử dụng phân tươi để bón ruộng, cho cá ăn; Tình trạng vứt rác thải ra nơi công cộng trở thành vấn đề nhức nhối trong cộng đồng... Đặc biệt, sự chuyển biến về xây dựng nhà tiêu hộ gia đình còn chậm, một bộ phận dân cư chưa chủ động đầu tư, còn trông chờ vào sự hỗ trợ của nhà nước. Tỷ lệ hộ gia đình có nhà tiêu hợp vệ sinh tăng chậm nhất rơi vào những tỉnh áp dụng hình thức trợ cấp xây dựng nhà tiêu, trong khi đó những nơi thực hiện tốt công tác truyền thông thúc đẩy hành vi vệ sinh an toàn và huy động cộng đồng đầu tư thì tỷ lệ hộ gia đình đầu tư xây dựng nhà tiêu hợp vệ sinh cao hơn. Những nơi chỉ chú trọng trợ cấp xây dựng nhà tiêu mà ít có các hoạt động truyền thông

¹ Báo cáo tóm tắt điều tra về vệ sinh môi trường và tình hình vệ sinh tại Việt nam - 2007

W

thay đổi hành vi được thực hiện thì các hộ gia đình cũng thường không thay đổi thói quen trong việc đi vệ sinh.

Nguyên nhân của tình trạng trên là do:

- Các Bộ Ngành và địa phương xây dựng kế hoạch truyền thông không hợp lý thậm chí một số tỉnh không xây dựng kế hoạch. Mặt khác kinh phí cho hoạt động truyền thông còn hạn chế.

- Tần suất các hoạt động truyền thông không đều và chưa thường xuyên, phần lớn hoạt động tập trung vào dịp Tuần lễ Quốc gia NS&VSMT, thời gian còn lại triển khai phân tán, thiếu hệ thống, chủ yếu do các ngành, các hội, các dự án thực hiện tại địa bàn xây dựng công trình cấp nước tập trung hoặc xây dựng mô hình điểm nhà tiêu hộ gia đình...

- Diện bao phủ các hoạt động Thông tin – Giáo dục – Truyền thông rất hạn chế. Ngoại trừ các chương trình trên truyền hình và đài phát thanh, đa số hoạt động Thông tin – Giáo dục – Truyền thông chỉ tập trung ở những xã, thôn có dự án xây dựng công trình cấp nước tập trung hoặc xây dựng nhà tiêu hộ gia đình mà không triển khai trên diện rộng do thiếu kinh phí và hạn chế về nhân lực.

- Thiếu sự phối hợp giữa các ngành, đoàn thể trong triển khai thực hiện các hoạt động. Các đơn vị được phân bổ vốn mỗi đơn vị tự thiết kế và tổ chức thực hiện các hoạt động truyền thông một cách riêng rẽ, ít phối hợp với nhau và với các hội đoàn thể có thể mạnh trong triển khai các hoạt động tuyên truyền như Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Đoàn Thanh niên...

- Cộng tác viên cơ sở thiếu và yếu. Ở cấp thôn, xóm không có đội ngũ cộng tác viên truyền thông về vệ sinh môi trường mà chỉ dựa vào các hoạt động lồng ghép của các hội, đoàn thể. Một số dự án tài trợ quốc tế có thiết lập mạng lưới tuyên truyền viên cấp thôn nhưng tính bền vững chưa cao do không có kinh phí hỗ trợ cho đội ngũ này sau khi dự án kết thúc.

- Kinh phí phân bổ cho truyền thông thấp, không thu hút được sự tham gia của các cộng tác viên, các tổ chức đoàn thể. Hầu hết các đoàn thể ở cấp tỉnh trở xuống không được cấp kinh phí trực tiếp để thực hiện các hoạt động truyền thông. Hơn nữa, các đơn vị này được đề nghị phối hợp thực hiện theo tính chất hợp tác chứ không giao trách nhiệm cụ thể.

- Hoạt động truyền thông trong trường học chủ yếu là tập huấn cho giáo viên, ít có các hoạt động đến học sinh, tại các trường có xây dựng công trình vệ sinh công tác truyền thông cũng chưa được quan tâm đúng mức.

- Nhiều bài học truyền thông và các hình thức truyền thông đã được thí điểm có kết quả chưa được nhân rộng thực hiện.

- Chưa có bộ chỉ số đánh giá tác động của các hoạt động thông tin - giáo dục - truyền thông thống nhất.

Chính vì những lý do trên, việc xây dựng và ban hành một Kế hoạch hành động truyền thông về nước sạch, vệ sinh cá nhân và vệ sinh môi trường là hết sức cần thiết nhằm tháo gỡ những khó khăn vướng mắc nêu trên để góp phần thực hiện thành công các mục tiêu của Chiến lược quốc gia cấp nước và vệ sinh nông thôn đến năm 2020.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ, hành vi của người dân nông thôn về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân nhằm tăng tỷ lệ người dân sử dụng nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh, góp phần thực hiện các mục tiêu của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3 (2012 - 2015).

2. Mục tiêu cụ thể

Truyền thông là giải pháp quan trọng góp phần thực hiện mục tiêu Chương trình đã được Chính phủ phê duyệt. Các mục tiêu truyền thông thay đổi hành vi cụ thể đến năm 2015 như sau:

- 85% dân số nông thôn được cung cấp thông tin về các loại hình cấp nước (tập trung vào các loại hình cấp nước nhỏ lẻ), các loại nhà tiêu (hộ gia đình, trường học, trạm y tế), chuồng trại chăn nuôi HVS cũng như cách áp dụng, sử dụng và bảo quản đúng quy cách;

- 85% dân số nông thôn được cung cấp các kiến thức liên quan đến vai trò của nước và vệ sinh đối với sức khỏe cũng như tác hại của nước và vệ sinh không đảm bảo tới sức khỏe, đời sống và phát triển sản xuất;

- 85% dân số nông thôn được cung cấp kiến thức về vệ sinh cá nhân và rửa tay với xà phòng và nước sạch vào các thời điểm quan trọng;

- 95% số bà mẹ có con dưới 5 tuổi và người chăm sóc trẻ được cung cấp kiến thức về vệ sinh nói chung và rửa tay với xà phòng và nước sạch vào các thời điểm quan trọng.

III. QUAN ĐIỂM, NGUYÊN TẮC KHI XÂY DỰNG KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG

Kế hoạch truyền thông được xây dựng theo các nguyên tắc sau:

1. Chú trọng vào truyền thông thay đổi hành vi

Kế hoạch truyền thông được xây dựng trên nguyên tắc khuyến khích những thay đổi hành vi về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân phù hợp với các điều kiện kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương, đồng thời các hoạt động truyền thông cần lưu ý tới những yếu tố ảnh hưởng tới khả năng và mong muốn thay đổi hành vi vệ sinh của người dân địa phương, đặc biệt là người dân tộc thiểu số và người nghèo.

2. Chú trọng tới truyền thông dựa trên bằng chứng

Việc xây dựng Kế hoạch truyền thông cần dựa trên những nghiên cứu hoặc khảo sát đánh giá cơ bản, ví dụ như nghiên cứu về kiến thức - thái độ - thực hành (KAP) của người dân. Các thông điệp và tài liệu truyền thông cần được thử nghiệm kỹ với những nhóm đối tượng nhất định trước khi sản xuất hoặc phân phối rộng rãi nhằm đảm bảo ngôn ngữ, minh họa và hình thức phù hợp, hấp dẫn, đồng thời thông điệp gửi đi được nắm bắt một cách dễ dàng và đúng đắn.

3. Truyền thông dựa trên các nhóm đối tượng đích với thông điệp phù hợp

Các hộ gia đình nông thôn và những người dân nông thôn là những đối tượng chính trong tất cả các hoạt động truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân, trong đó chú trọng tới những hộ gia đình chưa được sử dụng nước sạch và chưa có nhà tiêu HVS. Ngoài ra có thể chia thành các nhóm đối tượng đích tùy theo mục tiêu truyền thông cụ thể, mỗi nhóm đối tượng đích lại có cách thức tiếp cận, thông điệp và tài liệu truyền thông khác nhau, ví dụ như:

- Nhóm đồng bào dân tộc thiểu số: Nhóm này được xác định là nhóm đối tượng đích khi tiến hành các hình thức truyền thông bằng tiếng dân tộc nhằm xóa bỏ tình trạng phóng uế bừa bãi, nâng tỷ lệ sử dụng nước sạch và nhà tiêu HVS.

- Nhóm bà mẹ có con nhỏ dưới 5 tuổi và người chăm sóc trẻ: Nhóm này được xác định là nhóm đối tượng đích khi thực hiện các hoạt động truyền thông thay đổi hành vi rửa tay với xà phòng và nước sạch trong việc chăm sóc trẻ.

- Nhóm trẻ em độ tuổi đi học: Nhóm này được xác định là nhóm đối tượng đích trong các hoạt động truyền thông giáo dục sức khỏe trong trường học và thực hành vệ sinh cá nhân tốt.

4. Rút kinh nghiệm từ các sáng kiến và dự án về nước sạch và vệ sinh môi trường

Các hoạt động và mô hình truyền thông có sự tham gia của cộng đồng hiệu quả trong việc nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi về sử dụng nước sạch và nhà tiêu HVS cần được áp dụng và nhân rộng phù hợp với hoàn cảnh của từng địa phương, ví dụ như các mô hình Vệ sinh tổng thể do cộng đồng làm chủ (CLTS), Câu lạc bộ sức khỏe cộng đồng, Vệ sinh môi trường mở rộng, Truyền thông NSVSMT trong trường học, Chiến dịch TT với sự hỗ trợ của Đại sứ Thiện chí v.v.

5. Đa dạng các loại hình truyền thông

Mỗi loại hình truyền thông đều có điểm mạnh và điểm yếu riêng, do vậy trong hoạt động truyền thông cần sử dụng phối hợp nhiều loại hình truyền thông khác nhau, chú trọng phương pháp truyền thông trực tiếp tại cộng đồng theo các nhóm đối tượng.

+ Trực tiếp tư vấn, vận động và hỗ trợ người dân thay đổi các hành vi liên quan đến sử dụng nước sạch, xây dựng và sử dụng nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình, vệ sinh cá nhân và phòng chống các bệnh tật có liên quan đến nước và vệ sinh.

+ Truyền thông đại chúng tập trung vào phổ biến chính sách; nâng cao nhận thức về nước sạch, vệ sinh và hành vi vệ sinh, củng cố các thông điệp được chuyển tải qua hình thức truyền thông trực tiếp; giới thiệu các mô hình điểm, các tổ chức và cá nhân thực hiện tốt công tác cấp nước và vệ sinh môi trường.

+ Truyền thông bằng tài liệu in ấn nhằm nâng cao nhận thức về các hành vi vệ sinh, giới thiệu các loại hình công nghệ cấp nước, nhà tiêu hộ gia đình và thu gom xử lý rác thải.

+ Các hình thức truyền thông đại chúng khác như lễ mít tinh, lễ phát động, lễ ra quân các hội thi... được tổ chức nhân dịp Tuần lễ quốc gia Nước sạch và Vệ sinh môi trường, Ngày Môi trường thế giới, Ngày Nước thế giới... nhằm tạo điểm nhấn và huy động sự tham gia của các ban, ngành, đoàn thể, các lực lượng khác nhau và đông đảo cộng đồng.

+ Ưu tiên áp dụng các phương pháp truyền thông có hiệu quả phù hợp với từng địa bàn và từng nhóm đối tượng như phương pháp vệ sinh tổng thể do cộng đồng quản lý, tiếp thị vệ sinh, chiến dịch rửa tay với xà phòng và nước sạch, câu lạc bộ sức khỏe cộng đồng, giáo dục hành động.

+ Ưu tiên sử dụng hình ảnh và tầm ảnh hưởng của đại sứ thiện chí nước sạch và vệ sinh môi trường trong các sản phẩm truyền thông nhằm tăng sự chú ý của người dân và học sinh.

6. Tăng cường quan hệ hợp tác và quan hệ đối tác

Các bên liên quan kêu gọi sự hợp tác và phối hợp chặt chẽ hơn giữa các ban ngành, cơ quan quản lý, tổ chức tài trợ và tổ chức chính trị xã hội. Những sáng kiến truyền thông cần khuyến khích sự hợp tác và quan hệ đối tác cũng như hỗ trợ và củng cố mạng lưới các tổ chức và cá nhân hiện có.



7. Ưu tiên nhóm người nghèo, người dân tộc thiểu số, phụ nữ, trẻ em, người khuyết tật và người bị HIV/AIDS

Người nghèo và người dân tộc thiểu số thường là đối tượng có trình độ thấp, kinh tế khó khăn, sống tại các địa bàn vùng sâu vùng xa nên ít có điều kiện tiếp cận với nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh. Phụ nữ, trẻ em là những đối tượng dễ bị ảnh hưởng nhất bởi những vấn đề sức khỏe có liên quan đến các điều kiện cấp nước, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân không đảm bảo. Hiện nay, đối tượng nhiễm HIV/AIDS khá phổ biến trong cộng đồng và chưa được quan tâm đúng mức, còn kỳ thị trong việc tiếp cận với các nguồn nước và nhà tiêu đặc biệt là các công trình công cộng. Do đó, hoạt động truyền thông cần phải được quan tâm đặc biệt cho đối tượng này. Sự khác biệt vùng miền, phong tục tập quán, ngôn ngữ, trình độ học vấn cũng cần được xem xét khi thiết kế, xây dựng tài liệu truyền thông và thực hiện các hoạt động truyền thông.

8. Đảm bảo kinh phí cho hoạt động truyền thông

Chiến lược Cấp nước và vệ sinh môi trường nông thôn nêu rõ sự cần thiết phải đảm bảo nguồn ngân sách đầy đủ cho công tác truyền thông. Trong Chương trình mục tiêu quốc gia NS&VSMNT nông thôn giai đoạn 3 (2012 – 2015), kinh phí dành cho Dự án 3 về nâng cao năng lực, truyền thông, giám sát và đánh giá mới chỉ chiếm 7% tổng ngân sách, còn thấp hơn so với 9% của Chương trình giai đoạn 2. Để các hoạt động truyền thông của Chương trình được triển khai có hiệu quả, các tỉnh cần phải đảm bảo phân bổ kinh phí thỏa đáng cho nhu cầu truyền thông và có sự phối hợp giữa ba ngành nông nghiệp, y tế, giáo dục để tránh trùng lặp và lãng phí trong hoạt động truyền thông. Ngoài ra cần huy động nguồn lực từ các nhà tài trợ, các tổ chức trong và ngoài nước cùng với sự đóng góp của tư nhân và cộng đồng.

IV. NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG

Khung Kế hoạch truyền thông sẽ được thực hiện trong thời gian từ 2013 – 2015 để hỗ trợ thực hiện các mục tiêu của Chương trình MTQG Nước sạch và VSMNT nông thôn giai đoạn 2012 – 2015.

Trong các hoạt động truyền thông, đối tượng truyền thông có thể được phân ra 3 cấp độ, bao gồm:

- Đối tượng truyền thông cấp 1 (Đối tượng đích): Là các hộ gia đình nông thôn và người dân nông thôn, trong đó đặc biệt chú trọng tới:

- + Phụ nữ và nam giới của các hộ gia đình chưa được sử dụng nước hợp vệ sinh.
- + Phụ nữ và nam giới của các hộ gia đình chưa được sử dụng nhà vệ sinh hợp vệ sinh.
- + Các bà mẹ có con nhỏ và người chăm sóc trẻ.
- + Trẻ em trong độ tuổi đi học (từ 3 đến 18 tuổi).

- Đối tượng truyền thông cấp 2 (Đối tượng thứ cấp): Lãnh đạo chính quyền địa phương, các cơ quan, ban ngành, đoàn thể, các tổ chức chính trị, xã hội tại địa phương là những người có ảnh hưởng trực tiếp tới những đối tượng truyền thông cấp 1.

- Đối tượng truyền thông cấp 3: Là các nhà hoạch định chính sách ngành nước và vệ sinh của trung ương, các tổ chức quốc tế, các nhà tài trợ và khối tư nhân – những đối tượng chịu trách nhiệm trong việc hoạch định chính sách và phân bổ nguồn lực cho nước sạch và môi trường nông thôn. Hoạt động của nhóm đối tượng này có thể giúp tạo ra môi trường thuận lợi cho việc thay đổi hành vi và thay đổi về mặt xã hội, đồng thời sẽ tác động gián tiếp tới các nhóm đối tượng cấp 1 và cấp 2.



Các hoạt động truyền thông dưới đây nhằm thúc đẩy thực hiện mục tiêu của Kế hoạch truyền thông, tập trung vào các lĩnh vực sau:

- Truyền thông vận động chính sách;
- Xã hội hóa;
- Truyền thông thay đổi hành vi;
- Truyền thông thay đổi tập quán lạc hậu (Thay đổi xã hội).

1. Tăng cường truyền thông vận động chính sách

Truyền thông vận động chính sách là hình thức truyền thông làm tăng sự chú ý và thúc đẩy hành động của các nhà lãnh đạo và các nhà hoạch định chính sách để đạt được cam kết về chính trị, đầu tư, sự hỗ trợ của các bên liên quan trong và ngoài nước. Truyền thông vận động chính sách sẽ giúp các vấn đề nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn trở nên ưu tiên hơn trong chương trình nghị sự của chính phủ cũng như của các bên liên quan chủ yếu khác. Nó cũng giúp khuyến khích các nhà lãnh đạo và quản lý, các nhà hoạch định chính sách các cấp hỗ trợ việc triển khai Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3, đồng thời tạo môi trường thuận lợi cho những thay đổi quan trọng về mặt xã hội và hành vi.

Đối tượng chủ yếu trong truyền thông vận động chính sách là những nhà hoạch định chính sách và ra quyết định thuộc các Bộ, ngành liên quan như Bộ NN&PTNT, Bộ Y tế, Bộ GD-ĐT, Bộ Tài chính, Bộ KH-ĐT, Văn phòng Chính phủ, các tổ chức chính trị xã hội cấp Trung ương, các tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ và các nhà tài trợ.

Các hoạt động truyền thông vận động chính sách bao gồm:

- Tổ chức hội nghị triển khai Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3.
- Tổ chức các sự kiện hưởng ứng Ngày Vệ sinh yêu nước nâng cao sức khỏe nhân dân, Tuần lễ Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, Ngày Môi trường thế giới, Ngày Nước thế giới, Ngày Thế giới rửa tay với xà phòng.
- Tổ chức các hội thảo, tọa đàm, diễn đàn (trong đó có các chương trình truyền hình trực tiếp) với các nhà hoạch định chính sách để thảo luận về các cơ chế, chính sách về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn: chính sách hỗ trợ người nghèo và người dân tộc thiểu số, chính sách hỗ trợ xây dựng hệ thống nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, chính sách khuyến khích khối tư nhân tham gia vào chương trình...
- Tổ chức các hội thảo, diễn đàn, tham quan với các nhà tài trợ, các tổ chức phi chính phủ, các công ty và doanh nghiệp tư nhân, các phương tiện truyền thông đại chúng để hợp tác, trao đổi thông tin, bài học kinh nghiệm và huy động sự hỗ trợ của các thành phần này.

2. Nâng cao năng lực mạng lưới truyền thông

2.1. Củng cố, kiện toàn mạng lưới cán bộ làm công tác truyền thông các cấp

Các ngành nông nghiệp, y tế, giáo dục đều có mạng lưới cán bộ làm công tác truyền thông sẵn có với những lợi thế và hạn chế riêng, do vậy để hoạt động truyền thông hỗ trợ tốt cho Chương trình thì ngoài việc khai thác những thế mạnh của các ngành cần phải có sự phối kết hợp chặt chẽ liên ngành nhằm đảm bảo cho các hoạt động truyền thông được triển khai đồng bộ, tác động được tới nhiều nhóm đối tượng, tránh được sự chồng chéo và lãng phí. Tại mỗi cấp cần có một cơ quan làm đầu mối để đảm bảo việc điều phối các hoạt động truyền thông của mỗi ngành được thống nhất và hiệu quả. Do hiện nay chưa có ngành nào được giao nhiệm vụ làm đầu mối chủ trì, chỉ đạo thực hiện các hoạt động truyền thông chung cho cả Chương trình mà chỉ là chỉ đạo và tổ chức các hoạt động truyền thông trong

lĩnh vực ngành, do đó việc cử ra cơ quan đầu mối về truyền thông tại địa phương cần có sự bàn bạc, thống nhất giữa 3 ngành và được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

2.2. Nâng cao năng lực cán bộ làm công tác truyền thông

Tập huấn là một trong những khâu quan trọng nhằm phát triển khả năng, năng lực của cán bộ làm công tác truyền thông. Hoạt động này sẽ được thực hiện tại tuyến trung ương và tại các địa phương, tập trung vào các nội dung cần truyền thông vận động cộng đồng về vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường. Với sự tham gia thực hiện của chuyên gia về truyền thông về vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường tất cả các khoá học tại trung ương và các địa phương sẽ được hoàn thành trong thời gian ngắn. Các khoá đào tạo giảng viên nòng cốt tuyến tỉnh, huyện sẽ do các chuyên gia về truyền thông có kinh nghiệm và có trình độ chuyên môn cao của Bộ Y tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Giáo dục và Đào tạo cùng các Bộ, ngành và các Hội (phụ nữ, nông dân...) khác thực hiện. Các giảng viên tuyến tỉnh sau khi được tập huấn tại trung ương sẽ về địa phương để tổ chức các lớp tập huấn cho tuyến huyện, xã. Cán bộ huyện, xã sau đó tập huấn lại cho mạng lưới tuyên truyền viên thôn, bản.

Các nội dung cần tập huấn bao gồm:

- Các kỹ năng nghiên cứu khảo sát, lập kế hoạch, giám sát và đánh giá truyền thông
- Các hình thức truyền thông phù hợp với từng loại đối tượng đích
- Thử nghiệm và phát triển tài liệu truyền thông phù hợp với các nhóm đối tượng và văn hóa xã hội.
- Truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường, lựa chọn xây dựng, bảo quản công trình vệ sinh hộ gia đình và nơi cộng đồng (trạm y tế, UBND, chợ...).
- Truyền thông thay đổi hành vi vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường và tác hại của biến đổi khí hậu cho học sinh trong trường học.
- Các mô hình truyền thông cộng đồng có hiệu quả như mô hình vệ sinh tổng thể do cộng đồng quản lý, chiến dịch rửa tay với xà phòng và nước sạch, câu lạc bộ sức khỏe cộng đồng, giáo dục hành động, tiếp thị vệ sinh và tiếp thị xã hội...

Khi xây dựng kế hoạch truyền thông, các tỉnh có thể khảo sát đánh giá tình hình kiến thức, thái độ, hành vi (KAP) của các nhóm đối tượng, các kênh truyền thông hiệu quả và các yếu tố văn hóa xã hội hỗ trợ hoặc cản trở hoạt động truyền thông cần được khắc phục tại địa phương, từ đó lựa chọn các nội dung tập huấn, phương thức và cách tiếp cận phù hợp để tiến hành tập huấn nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ tuyến huyện và xã.

3. Xây dựng, in ấn, phân phối các tài liệu truyền thông

Để tạo điều kiện cho tuyên truyền viên hoạt động có hiệu quả, tuyến Trung ương sẽ tiến hành thiết kế, in ấn và phân phối các tài liệu tập huấn và tài liệu truyền thông cho tuyến tỉnh. Các tỉnh sẽ tái bản và cấp phát tài liệu cho cấp huyện, xã và các tuyên truyền viên thôn bản.

Các tài liệu do tuyến TW xây dựng và phát triển không chỉ cấp phát cho tuyến tỉnh mà còn tới cộng đồng, các tỉnh có thể chỉnh sửa, tái bản và cấp phát tùy thuộc nguồn kinh phí và theo nhu cầu.

3.1. Tài liệu tập huấn về truyền thông

Các loại tài liệu tập huấn về truyền thông liên quan đến nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân, lựa chọn xây dựng, bảo quản công trình cấp nước và nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình và nơi công cộng (trường học, trạm y tế, chợ, UBND xã...) sẽ được xây dựng, in ấn và phân phát cho các học viên trong các đợt tập huấn tại TW và tuyến tỉnh. Các cán bộ tuyến tỉnh sau đó sẽ tái bản và cung cấp các tài liệu tập huấn này cho tuyến huyện, xã.

3.2. Lựa chọn, chỉnh sửa, xây dựng mới và phổ biến các tài liệu hỗ trợ tuyên truyền khác (tờ rơi, sách lật, poster, ...):

Tại Trung ương, các ngành Nông nghiệp, Y tế, Giáo dục dựa vào kết quả rà soát đánh giá các loại tài liệu truyền thông sẽ lựa chọn các sản phẩm truyền thông cũ hoặc chỉnh sửa, bổ sung các tài liệu truyền thông mới cho phù hợp đặc thù về mặt dân tộc, vùng miền, đối tượng (cộng đồng, học sinh, phụ nữ, trẻ em, người nhiễm HIV/AIDS...). Nội dung các tài liệu sẽ bao gồm cả việc hướng dẫn sử dụng các nguyên vật liệu sẵn có tại địa phương, một mặt đảm bảo về khía cạnh hợp vệ sinh, mặt khác giá thành có thể chấp nhận được. Ngoài ra, nội dung cũng sẽ đề cập đến tác động xấu do biến đổi khí hậu gây ra và cách chủ động phòng chống những thiên tai, thảm họa, đảm bảo vệ sinh nguồn nước, vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm.

Các tài liệu này sẽ được cập nhật trên thư viện điện tử của Trung tâm Quốc gia nước sinh hoạt và vệ sinh môi trường nông thôn, website của Bộ Y tế, Bộ Giáo dục và Đào tạo. và các tỉnh có thể truy cập trên website để sử dụng. Đồng thời tuyến Trung ương sẽ gửi mẫu thiết kế đã được duyệt cho các tỉnh. Trên cơ sở các loại tài liệu chuẩn này, các tỉnh có thể tự in ấn, phân phối hoặc biên tập lại cho phù hợp với đặc trưng từng vùng miền và dân tộc khác nhau. Danh mục các loại tài liệu chính này được đề cập trong Phụ lục 2.

Nội dung các tài liệu truyền thông cần sự phối hợp giữa các Bộ ngành ở TW và các Sở, ban ngành tại địa phương để có tài liệu truyền thông tốt và giao cho một đơn vị in và cấp phát cho đối tượng phù hợp với số lượng trên cơ sở nhu cầu mà các Bộ ngành và các Sở, ban ngành ở địa phương yêu cầu.

4. Tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông thay đổi hành vi

4.1. Tuyên truyền trên hệ thống phát thanh và truyền hình

a) Tại Trung ương

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, thông qua Văn phòng thường trực Chương trình, là đầu mối xem xét nội dung các kế hoạch truyền thông của các Bộ, ngành, đoàn thể để tránh việc trùng lặp các nội dung giữa các bộ, ngành; Xây dựng kế hoạch, nội dung thông tin thống nhất. Nâng cấp và cập nhật trang thông tin điện tử của Trung tâm Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn theo hướng chú trọng hơn vào hoạt động truyền thông (truyền thông qua internet). Các chủ đề và nội dung đưa tin trên hệ thống phát thanh và truyền hình có thể là:

- Các hoạt động của đại sứ thiện chí về nước sạch và vệ sinh môi trường.
- Các cuộc thi về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân (sáng tác ca khúc, kịch bản, tranh ảnh).
- Các hoạt động của Chương trình trong khuôn khổ chiến dịch "Mùa hè xanh" của Đoàn Thanh niên.
- Các sự kiện cộng đồng vào các dịp Ngày Vệ sinh yêu nước nâng cao sức khỏe nhân dân, Tuần lễ Quốc gia Nước sạch và VSMT nông thôn, Ngày môi trường Thế giới, Ngày Nước thế giới, Ngày Rửa tay với xà phòng...
- Các tin, bài, phóng sự về các phong trào liên quan đến nước và vệ sinh như Làng văn hóa sức khỏe, Xóa bỏ đi tiêu bừa bãi, Làng nghề văn minh...

Các chương trình truyền thông qua hệ thống phát thanh và truyền hình sẽ được cấp Trung ương sản xuất, ghi lại dưới dạng băng, đĩa phân phối lại cho các tỉnh.



b) Tại địa phương

Sau khi nhận được các băng, đĩa mang nội dung tuyên truyền, các tỉnh có thể sử dụng hoặc biên tập lại cho phù hợp và tổ chức tuyên truyền trên hệ thống phát thanh và truyền hình của tỉnh. Đồng thời nhân bản, phân phối và chỉ đạo, hướng các huyện, xã sử dụng để phát trên hệ thống loa đài truyền thanh huyện, xã, trình chiếu tại những buổi hội họp, hội thảo, họp cộng đồng, các buổi sinh hoạt ngoại khóa chuyên đề về nước sạch, vệ sinh trong trường học...

4.2. Triển khai các hình thức tuyên truyền và chia sẻ thông tin trên báo chí

a) Tại Trung ương

Văn phòng thường trực chương trình – Tổng cục Thủy lợi, Trung tâm Quốc gia nước sinh hoạt và vệ sinh môi trường nông thôn, Cục Quản lý môi trường y tế, Vụ Công tác học sinh sinh viên, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam sẽ phối hợp lựa chọn xây dựng các chuyên mục phổ biến kiến thức về vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường trên các báo, bao gồm:

- + Phát hành hàng quý bản tin “Nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn”
- + Đưa các tin, bài, phóng sự về nước sạch, VSMT, vệ sinh cá nhân.
- + Phổ biến, cập nhật các chính sách, văn bản về nước sạch và vệ sinh của Trung ương và địa phương.
- + Xây dựng chuyên mục phổ biến kiến thức về lựa chọn xây dựng, bảo quản nguồn nước hợp vệ sinh tại hộ gia đình và nơi công cộng.
- + Xây dựng chuyên mục phổ biến kiến thức về vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường; phòng chống dịch bệnh; lựa chọn xây dựng, bảo quản nhà tiêu hợp vệ sinh tại hộ gia đình và nơi công cộng.
- + Xây dựng chuyên mục tuyên truyền giáo dục về vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường cho đối tượng học sinh các trường học.

b) Tại các địa phương

Các tỉnh cũng sẽ lựa chọn hệ thống báo in và báo mạng của tỉnh để thực hiện việc đưa tin bài và xây dựng các chuyên mục theo nội dung như trên. Tối thiểu 1 bài viết/2 tháng/1 báo tỉnh.

Ngoài ra, các tài liệu mang nội dung tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, nước sạch và vệ sinh môi trường cũng được Văn phòng thường trực chương trình, Trung tâm Quốc gia nước sinh hoạt và vệ sinh môi trường nông thôn, Cục Quản lý môi trường y tế, Vụ Công tác học sinh sinh viên gửi tới tất cả các báo, kể cả báo mạng để các báo nếu có điều kiện sẽ biên tập để đăng.

4.3. Triển khai các hoạt động truyền thông trực tiếp tại cộng đồng

4.3.1. Xây dựng các mô hình điểm về truyền thông dựa vào cộng đồng

Chương trình sẽ tập trung hỗ trợ triển khai một số mô hình điểm về truyền thông thay đổi hành vi dựa vào sự tham gia của cộng đồng tại các tỉnh bao gồm các mô hình mang tính sáng kiến như “Mô hình vệ sinh tổng thể dựa vào cộng đồng”, “Mô hình tiếp thị vệ sinh”, “Mô hình đội tình nguyện xanh hoặc đội thanh niên tự quản bảo vệ môi trường”, “Mô hình trường học thân thiện”, tổ chức các buổi tọa đàm, buổi họp dân giới thiệu kiến thức về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn...

Tại những nơi triển khai mô hình truyền thông sẽ thành lập các câu lạc bộ vệ sinh sức khỏe với sự tham gia nòng cốt là các đại diện phụ nữ xã, đoàn thanh niên, hội nông dân, trạm y tế xã, giáo viên trường phổ thông, nông dân, cựu chiến binh... Nhóm thành viên câu

lạc bộ này sẽ tổ chức các buổi sinh hoạt hàng tuần. Nội dung: hướng dẫn các hội viên câu lạc bộ thảo luận, lựa chọn các giải pháp về nguồn nước, nhà tiêu hợp vệ sinh, vệ sinh môi trường tại cộng đồng. Tư vấn giúp các hộ gia đình về mặt kỹ thuật. Động viên, khích lệ người dân tham gia bảo vệ nguồn nước, giữ gìn vệ sinh môi trường, không phóng uế bừa bãi, sử dụng nhà tiêu hợp vệ sinh, vệ sinh chuồng trại chăn nuôi, vệ sinh môi trường thôn xóm...Tuyên truyền, hướng dẫn, trợ giúp vay vốn tín dụng để xây dựng các công trình cấp nước nhỏ lẻ và vệ sinh.

Tại những xã thí điểm mô hình, các thành viên của Câu lạc bộ vệ sinh sức khỏe sẽ chịu trách nhiệm xây dựng các góc tài liệu truyền thông tại nhà văn hoá xã, thôn để người dân quan tâm tìm đọc. Các tài liệu bao gồm tài liệu hướng dẫn về xây dựng, sử dụng, bảo quản các công trình cấp nước và vệ sinh; tài liệu về vệ sinh cá nhân, các bệnh liên quan đến vấn đề vệ sinh và cách phòng tránh....các poster, tờ rơi...

Câu lạc bộ vệ sinh sức khỏe sẽ do chính quyền địa phương thành lập. Nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của mô hình Câu lạc bộ vệ sinh sức khỏe, các cơ quan Bộ Ngành TW và chính quyền địa phương sẽ phối hợp triển khai thí điểm làm cơ sở đánh giá và xây dựng kế hoạch nhân rộng mô hình.

4.3.2. Triển khai các nội dung tuyên truyền tại cộng đồng

Lồng ghép các hoạt động truyền thông về RTVXP, sử dụng nước sạch, sử dụng và bảo quản nhà tiêu trong các mô hình tham gia của của cộng đồng như CLTS. Tại cộng đồng, truyền thông trực tiếp qua các cuộc thăm hỏi tại nhà sẽ do các tuyên truyền viên của xã, y tế thôn bản và nhóm nòng cốt Câu lạc bộ vệ sinh sức khỏe thực hiện. Ngoài ra thực hiện lồng ghép các nội dung về nước sạch, vệ sinh môi trường với các cuộc họp, sinh hoạt thôn xóm khác hoặc thông qua những người có uy tín trong cộng đồng (cha xứ, già làng, trưởng bản...) nhằm khuyến khích các hộ gia đình tham gia thảo luận bàn bạc các vấn đề như lựa chọn, xây dựng, sử dụng và bảo quản công trình cấp nước tập trung, các bệnh liên quan đến đường tiêu hoá và cách phòng tránh, các vấn đề về vệ sinh cá nhân, lựa chọn xây dựng nhà tiêu hợp vệ sinh, sử dụng và bảo quản nhà tiêu đã xây dựng, thảo luận về việc thực hiện các tiêu chí sức khỏe trong phong trào Làng văn hoá... Đây là một kênh truyền thông trực tiếp hết sức quan trọng, đặc biệt cần được quan tâm trong các cuộc họp, lễ hội ở các vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

4.3.3. Truyền thông thông qua các công trình mẫu

Để các công trình vệ sinh mẫu thực sự trở thành nơi cho người dân địa phương tham quan học tập và làm theo, đơn vị được giao triển khai mô hình truyền thông tại địa bàn sử dụng nguồn kinh phí được phân bổ từ Chương trình Mục tiêu Quốc gia về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn cần lựa chọn loại hình cấp nước và nhà tiêu hợp vệ sinh phù hợp với đặc điểm địa lý cũng như điều kiện kinh tế - xã hội của địa phương để xây dựng các công trình mẫu. Các công trình mẫu phải đảm bảo đúng kỹ thuật, được quản lý vận hành tốt và thuận lợi cho việc tham quan học tập. Nên giao công trình mẫu cho những nhóm người có năng lực, có điều kiện và có khả năng tuyên truyền vận động hướng dẫn mọi người làm theo.

4.3.4. Tổ chức các chiến dịch truyền thông

Trên cơ sở chỉ đạo của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, các Bộ Ngành đoàn thể có kế hoạch triển khai hưởng ứng Tuần lễ Quốc gia NS&VSMT và chỉ đạo theo ngành dọc của mình tổ chức mít tinh hưởng ứng. Theo chức năng nhiệm vụ của mình các Bộ, ngành đoàn thể hưởng ứng Ngày Môi trường thế giới, Ngày Nước thế giới, Ngày Thế giới rửa tay với xà phòng, ngày vệ sinh yêu nước nâng cao sức khỏe nhân dân... để huy động được sự tham gia hưởng ứng của chính quyền các cấp, các ban ngành đoàn thể và của đông đảo các tầng lớp nhân dân.

4.4. Triển khai các hoạt động truyền thông tại trường học

4.4.1. Tổ chức giảng dạy lồng ghép vào các môn học chính khoá

Vụ Công tác học sinh sinh viên - Bộ Giáo dục và Đào tạo chịu trách nhiệm chỉ đạo, biên soạn tài liệu về nước sạch và vệ sinh môi trường vào chương trình giảng dạy chính khoá và ngoại khoá cho học sinh. Ban giám hiệu các trường tổ chức giảng dạy lồng ghép nội dung vào các môn học chính khoá, ngoại khoá phù hợp.

4.4.2. Xây dựng góc truyền thông về NS-VSMT trong trường học

Ban giám hiệu các trường phổ thông sẽ chịu trách nhiệm chỉ đạo việc xây dựng góc truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường để trưng bày tất cả các hình ảnh hoạt động vệ sinh, bảo quản nguồn nước, nhà tiêu, vệ sinh trường học, ngày hội truyền thông nước sạch và vệ sinh môi trường, và tổ chức cấp phát các tài liệu truyền thông như tờ rơi, poster cho học sinh.

5. Các thông điệp truyền thông

Những thông điệp về nước và vệ sinh thường chú trọng vào yếu tố sức khỏe là yếu tố đóng vai trò như một động lực cho sự thay đổi. do đó các hoạt động truyền thông trọng tâm với chiến lược truyền thông điệp đa dạng hơn sẽ có tác dụng hữu hiệu hơn trong việc đạt tới thay đổi về mặt hành vi. Những thông điệp với trọng tâm về thay đổi hành vi cũng cần được điều chỉnh cho phù hợp với việc sẵn sàng thay đổi của các nhóm đối tượng mục tiêu.

Đối với những người *chưa nhận thức* được những hiểm họa về sức khỏe tiềm ẩn trong những điều kiện mất vệ sinh, sử dụng nước không an toàn và không rửa tay với xà phòng, thông điệp sẽ tập trung vào việc cung cấp thông tin (xem bảng Phụ lục 1).

Đối với những người *nhận thức* được những hiểm họa về sức khỏe và về những hành vi mới được tuyên truyền, thông điệp sẽ mang tính thúc đẩy động cơ và tập trung vào việc xóa bỏ những rào cản và củng cố những lợi ích được nhìn nhận của việc thay đổi hành vi.

Đối với những người *đã thay đổi hành vi* (chẳng hạn tập được thói quen rửa tay với xà phòng), thông điệp sẽ nhằm cổ vũ và khuyến khích duy trì hành vi mới hình thành (tiếp tục rửa tay với xà phòng vào 4 thời điểm quan trọng mỗi ngày), đồng thời những người này sẽ tiếp tục tuyên truyền, vận động mọi người xung quanh cùng thay đổi hành vi giống mình.

6. Vận động tài trợ cho chương trình

Văn phòng thường trực chương trình phối hợp với Văn phòng Điều phối quan hệ đối tác cấp nước và vệ sinh nông thôn và các đơn vị liên quan sẽ thông qua các hội nghị, hội thảo, các cuộc tiếp xúc với các nhà tài trợ trong và ngoài nước để cung cấp thông tin về chương trình nhằm kêu gọi sự hỗ trợ về kỹ thuật, tài trợ kinh phí cho các hoạt động về nước sạch, vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường.

7. Tham quan học tập, trao đổi kinh nghiệm

Hàng năm, Văn phòng thường trực chương trình sẽ phối hợp với Cục Quản lý môi trường y tế, Vụ Công tác học sinh sinh viên, Trung tâm Quốc gia Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tổng hợp những mô hình điểm về nước sạch và vệ sinh môi trường tại cộng đồng cũng như trường học để lựa chọn tổ chức cho những địa phương khác đến thăm quan học tập, trao đổi chia sẻ kinh nghiệm trong quá trình triển khai thực hiện.

8. Giám sát và đánh giá công tác truyền thông

Văn phòng thường trực chương trình sẽ tổ chức họp định kỳ 1 năm/1 lần với Trung tâm Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, Cục Quản lý môi trường y tế, Vụ

Công tác học sinh sinh viên và các ban ngành đoàn thể liên quan, cùng với các nhà tài trợ để đánh giá các hoạt động truyền thông của chương trình, thảo luận các vấn đề khó khăn phát sinh và đề xuất biện pháp khắc phục, chỉ đạo các địa phương thực hiện.

Cán bộ phụ trách công tác truyền thông của các Bộ, ban ngành, đoàn thể ở Trung ương sẽ tham gia một số cuộc họp các tỉnh, huyện để đánh giá và rút kinh nghiệm. Kết quả của các cuộc giám sát sẽ được báo cáo cho tất cả các bên liên quan và người thực hiện.

Cán bộ quản lý công tác truyền thông cấp trên kiểm tra, giám sát việc triển khai các hoạt động truyền thông cấp dưới. Đồng thời cán bộ truyền thông cấp dưới tự theo dõi, giám sát các hoạt động truyền thông của cấp mình một cách thường xuyên theo kế hoạch, bao gồm:

- Giám sát việc xây dựng và thực hiện kế hoạch truyền thông;
- Giám sát các hoạt động truyền thông thông qua các báo cáo định kỳ;
- Kiểm tra, giám sát qua hệ thống sổ sách lưu tại cơ sở;
- Giám sát trực tiếp thông qua việc tổ chức các đoàn kiểm tra giám sát đánh giá hàng năm của các cấp

V. NHU CẦU NGÂN SÁCH VÀ HUY ĐỘNG NGUỒN LỰC

1. Nguồn ngân sách

Ngân sách thực hiện Kế hoạch truyền thông bao gồm ngân sách dành cho truyền thông đã được phê duyệt của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3 và từ các nhà tài trợ với tổng kinh phí dự kiến là 454.000 triệu đồng bao gồm ngân sách TW và địa phương;

Việc xây dựng kế hoạch, phê duyệt và phân bổ ngân sách cho Kế hoạch truyền thông tuân theo quy định phân bổ ngân sách của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3 và các quy định của các nhà tài trợ.

2. Quản lý ngân sách

- Việc quản lý ngân quỹ phải tuân thủ nghiêm ngặt Luật ngân sách Nhà nước;
- UBND các tỉnh thành phố chịu trách nhiệm quản lý, giám sát việc chi tiêu ngân sách cho Kế hoạch truyền thông cấp tỉnh;
- Bộ NN&PTNT, Bộ Y tế, Bộ giáo dục và Đào tạo và các Bộ ngành có liên quan chịu trách nhiệm quản lý và sử dụng ngân sách cho hoạt động truyền thông do Bộ, ngành phụ trách và báo cáo lên các cơ quan có thẩm quyền.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Căn cứ các Quyết định 366/QĐ-TTg và Quyết định số 2691/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt trên thực tế hoạt động truyền thông sẽ giúp đạt được những mục tiêu của Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn giai đoạn 3 về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn, đồng thời những hợp phần này sẽ do các cơ quan khác nhau quản lý, vai trò và trách nhiệm của mỗi cơ quan trong hoạt động truyền thông được quy định như sau:

3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

- Phê duyệt Khung Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015;
- Lập kế hoạch tổng thể về mục tiêu, nhiệm vụ, nhu cầu kinh phí và đề xuất các giải pháp thực hiện Dự án 3 của Chương trình, trong đó có hoạt động truyền thông, gửi Bộ Kế hoạch Đầu tư, Bộ Tài chính tổng hợp trình Thủ tướng Chính phủ;
- Chủ trì và phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Y tế, Bộ Giáo dục và Đào tạo phân bổ kinh phí thỏa đáng thực hiện Kế hoạch truyền thông của các Bộ, ngành, đoàn thể liên quan và các tỉnh, thành phố. Phối hợp với các nhà tài trợ nhằm tranh thủ sự giúp đỡ về kinh nghiệm, kỹ thuật, tài chính, đào tạo nguồn nhân lực, thu hút đầu tư để thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình;
- Giao Văn phòng Thường trực Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn – Tổng Cục Thủy lợi làm đầu mối chỉ đạo, tổng hợp kế hoạch, điều phối và giám sát triển khai việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình;
- Giao Trung tâm Quốc gia Nước sạch và VSMT nông thôn chủ trì, tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động thông tin – giáo dục – truyền thông vận động chính sách, nâng cao nhận thức của người dân, phát triển tài liệu truyền thông, đào tạo, phổ biến các loại hình cấp nước sạch, chuồng trại chăn nuôi hợp vệ sinh;
- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.

4. Bộ Y tế

- Hướng dẫn và hỗ trợ các tỉnh trong việc xây dựng Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015 của tỉnh;
- Chủ trì, phối hợp với Bộ NN&PTNT trong việc lập kế hoạch, đề dự kiến phân bổ kinh phí truyền thông, đào tạo cho hợp phần vệ sinh gửi Bộ Nông nghiệp đưa vào kế hoạch chung;
- Giao Cục Quản lý môi trường y tế làm đầu mối phối hợp với Văn phòng thường trực – Tổng Cục Thủy lợi chỉ đạo triển khai việc thực hiện các hoạt động Kế hoạch truyền thông của Chương trình đã được phê duyệt;
- Chỉ đạo và tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông về vệ sinh nông thôn, vệ sinh cá nhân, phát triển tài liệu truyền thông, đào tạo tập huấn, phổ biến các loại hình nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình và nơi công cộng;
- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.



5. Bộ Giáo dục Đào tạo

- Giao Vụ Công tác học sinh sinh viên làm đầu mối phối hợp với Văn phòng thường trực
- Tổng Cục Thủy lợi chỉ đạo triển khai việc thực hiện các hoạt động Kế hoạch truyền thông của Chương trình đã được phê duyệt;
- Chỉ đạo và tổ chức triển khai các hoạt động thông tin – giáo dục – truyền thông trong trường mầm non, phổ thông; Hướng dẫn phổ biến, đào tạo các kiến thức về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân cho giáo viên và học sinh;
- Phối hợp với các Bộ, ngành liên quan tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của Chương trình.

6. Các đoàn thể và tổ chức xã hội

- Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Hội Nông dân Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh theo chức năng nhiệm vụ được Chính phủ giao chủ động phối hợp và tham gia phối hợp với các Bộ ngành có liên quan để tham gia xây dựng kế hoạch, chỉ đạo hệ thống trong việc triển khai các hoạt động truyền thông của Chương trình, đặc biệt là nâng cao nhận thức và huy động cộng đồng tích cực xây dựng, đóng góp tài chính đầu tư xây dựng, vận hành và quản lý các công trình cấp nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn;
- Phối hợp với các đơn vị liên quan để kiểm tra, giám sát, đánh giá, tổng kết việc thực hiện kế hoạch;

7. Chính quyền địa phương

- Phê duyệt Kế hoạch truyền thông về nước sạch, vệ sinh môi trường và vệ sinh cá nhân hỗ trợ Chương trình mục tiêu Quốc gia NS&VSMT nông thôn giai đoạn 2012-2015 của tỉnh;
- Bố trí kinh phí cho việc thực hiện Kế hoạch truyền thông của tỉnh từ nguồn kinh phí Trung ương đã giao, từ ngân sách của địa phương và tổ chức huy động các nguồn lực trên địa bàn để thực hiện;
- Tổ chức lồng ghép và phối hợp các nguồn lực của các Chương trình, dự án do địa phương quản lý để tránh chồng chéo, giảm bớt đầu mối và tập trung nguồn lực;
- Chỉ đạo các Sở, ban ngành liên quan tổ chức thực hiện Kế hoạch truyền thông theo lĩnh vực được phân công như sau:
 - + Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chịu trách nhiệm tổng hợp chung các hoạt động về thông tin – giáo dục – truyền thông của các đơn vị liên quan trong tỉnh; triển khai thực hiện các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông thay đổi hành vi về lựa chọn, xây dựng, sử dụng và bảo quản các công trình cấp nước, chuồng trại chăn nuôi HVS;
 - + Sở Y tế chịu trách nhiệm triển khai thực hiện các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân và lựa chọn xây dựng, sử dụng, bảo quản nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình và trạm y tế xã;
 - + Sở Giáo dục và Đào tạo chịu trách nhiệm chỉ đạo tổ chức các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực, truyền thông thay đổi hành vi về vệ sinh cá nhân, sử dụng, bảo quản nguồn nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh trong trường học;
 - + Ủy ban nhân dân huyện chịu trách nhiệm chỉ đạo các phòng, ban của huyện và Ủy ban nhân dân các xã phối hợp với các Sở, ban ngành liên quan triển khai thực hiện công tác truyền thông thay đổi hành vi về nước sạch, vệ sinh môi trường, vệ sinh cá nhân trên địa bàn.

Sơ đồ tổ chức thực hiện và mối liên hệ giữa các Bộ, ngành, đoàn thể, chính quyền địa phương và các nhà tài trợ được minh họa trong Phụ lục 3.

8. Các nhà tài trợ

Sự phối hợp giữa các bên tham gia Chương trình về lĩnh vực truyền thông sẽ được tăng cường. Các nhà tài trợ và các tổ chức phi chính phủ được khuyến khích:

- Tăng cường đầu tư tài chính và nguồn nhân lực cho hoạt động truyền thông thay đổi hành vi trong khuôn khổ Chương trình;
- Cùng nỗ lực vận động chính sách nhằm đạt được sự cam kết chính trị mạnh mẽ hơn và thay đổi chính sách đối với Chương trình mục tiêu Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn;
- Tích cực tham gia Nhóm công tác thông tin – giáo dục – truyền thông thay đổi hành vi, trong đó chia sẻ và thảo luận những điển hình tiên tiến và những bài học kinh nghiệm;
- Triển khai các hoạt động truyền thông về Chương trình theo hướng bám sát kế hoạch hành động truyền thông Quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn và đóng góp vào việc thực hiện thành công Kế hoạch hành động truyền thông cấp quốc gia/ cấp tỉnh. Hỗ trợ Bộ Nông nghiệp & PTNT và Bộ Y tế và các tỉnh trong việc nhân rộng mô hình thành công bằng cách cung cấp kiến thức chuyên môn, hướng dẫn và đào tạo kỹ thuật cho giảng viên nguồn và chia sẻ kinh nghiệm hoạt động tại cấp cơ sở.

VII. THEO DÕI VÀ ĐÁNH GIÁ

Kế hoạch truyền thông Quốc gia sẽ được theo dõi sát sao trong suốt giai đoạn triển khai nhằm cập nhật tình hình hoạt động, phát hiện những vấn đề có thể nảy sinh và sớm chỉ ra hiệu quả của các hoạt động truyền thông. Bản đánh giá cuối cùng vào năm 2015 sẽ cho biết có đạt được các mục tiêu hay không và đánh giá tác động và triển vọng của sự thay đổi bền vững. Bản đánh giá cũng nêu lên những bài học kinh nghiệm thu được để áp dụng cho việc xây dựng chương trình trong tương lai.

Mỗi năm sẽ tổ chức ít nhất 2 cuộc họp tổng kết cấp quốc gia và cấp tỉnh để thảo luận về tiến bộ, hạn chế và các vấn đề khác có thể ảnh hưởng tới quá trình triển khai. Các cuộc họp này cũng là cơ hội trao đổi kinh nghiệm từ cấp tỉnh và hướng dẫn nhân rộng thành công.

Việc theo dõi quá trình triển khai/tiến độ bao gồm:

- Theo dõi đầu vào/đầu ra căn cứ vào kế hoạch công tác chi tiết (cấp quốc gia và cấp tỉnh). Các chỉ số kết quả đầu ra được trình bày trong Phụ lục 4;
- Việc theo dõi các hoạt động được tiến hành theo kế hoạch, đảm bảo chất lượng các hoạt động;
- Thu thập và lưu lại phản hồi trực tiếp, cả chính thức và không chính thức, của các bên tham gia trong quá trình triển khai các hoạt động (các biểu mẫu báo cáo của nhân viên y tế cộng đồng, cộng tác viên truyền thông, v.v.);
- Biểu mẫu đánh giá hoạt động đào tạo;
- Theo dõi chương trình truyền thông về nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn;
- Phản hồi của người sử dụng về các sản phẩm thông tin;
- Các chỉ số kết quả giám sát và đánh giá phải gắn chặt chẽ với những mục tiêu cụ thể.



PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Chủ đề trong những thông điệp truyền thông

Khu vực ưu tiên	Hành vi	Kiến thức	Nguyên nhân căn bản	Động cơ
Về cấp nước	<p>Giữ gìn nguồn nước sinh hoạt an toàn bằng cách:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lắp đặt các công trình cung cấp, xử lý và tích trữ nước hợp vệ sinh Sử dụng và duy trì nguồn cung cấp nước hợp vệ sinh Sử dụng tiết kiệm và chống thất thoát, thất thu nước sạch 	<ul style="list-style-type: none"> Phương pháp và lựa chọn đối với khả năng tiếp cận nguồn nước hợp vệ sinh (bao gồm việc sử dụng các phương pháp xử lý nước uống?) Những lựa chọn về việc xây dựng/ lắp đặt hệ thống cung cấp nước hợp vệ sinh; Sử dụng và duy trì nguồn nước hợp vệ sinh <p>Tích trữ nước hợp quy cách</p>	<ul style="list-style-type: none"> Những rủi ro về sức khỏe nếu sử dụng nước không hợp vệ sinh 	<ul style="list-style-type: none"> Chất lượng cuộc sống Chăm sóc trẻ em Người mẹ đảm đang Vị thế xã hội Giá trị xã hội, chuẩn mực xã hội Lợi ích kinh tế
Về vệ sinh môi trường	<p>Xây dựng và sử dụng nhà vệ sinh riêng cho mỗi hộ gia đình</p> <p>Sử dụng và bảo quản nhà vệ sinh hợp quy cách</p> <p>Lắp đặt hệ thống chuồng trại vệ sinh, và nếu có thể lắp đặt hầm khí sinh học xử lý chất thải động vật</p>	<ul style="list-style-type: none"> Lợi ích, phương pháp và lựa chọn trong việc xây dựng nhà vệ sinh hợp vệ sinh 	<ul style="list-style-type: none"> Những rủi ro về môi trường và sức khỏe khi đi vệ sinh bừa bãi Đi vệ sinh bừa bãi là thói quen sinh hoạt thiếu vệ sinh trước đây 	<ul style="list-style-type: none"> Xấu hổ và sợ hãi Vị thế xã hội Sự tiện dụng Sự riêng tư, kín đáo Sự tôn trọng
Về hành vi vệ sinh	<p>Rửa tay với xà phòng vào 4 thời điểm quan trọng:</p> <ul style="list-style-type: none"> Trước khi chế biến thức ăn Trước khi ăn Sau khi đi vệ sinh Sau khi vệ sinh cho trẻ <p>Các bước rửa tay đúng cách</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tác hại tới sức khỏe nếu không thực hành rửa tay với nước sạch và xà phòng vào 4 thời điểm quan trọng Cách rửa tay theo 6 bước đúng cách 		<ul style="list-style-type: none"> Người mẹ đảm đang Giữ gìn sách vở sạch sẽ Thoải mái Thơm và mát

Phụ lục 2. Danh mục các loại tài liệu truyền thông chính

1. Sách lật:

- Lựa chọn, sử dụng, bảo quản nguồn nước hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Lựa chọn, sử dụng, bảo quản nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường.

2. Poster:

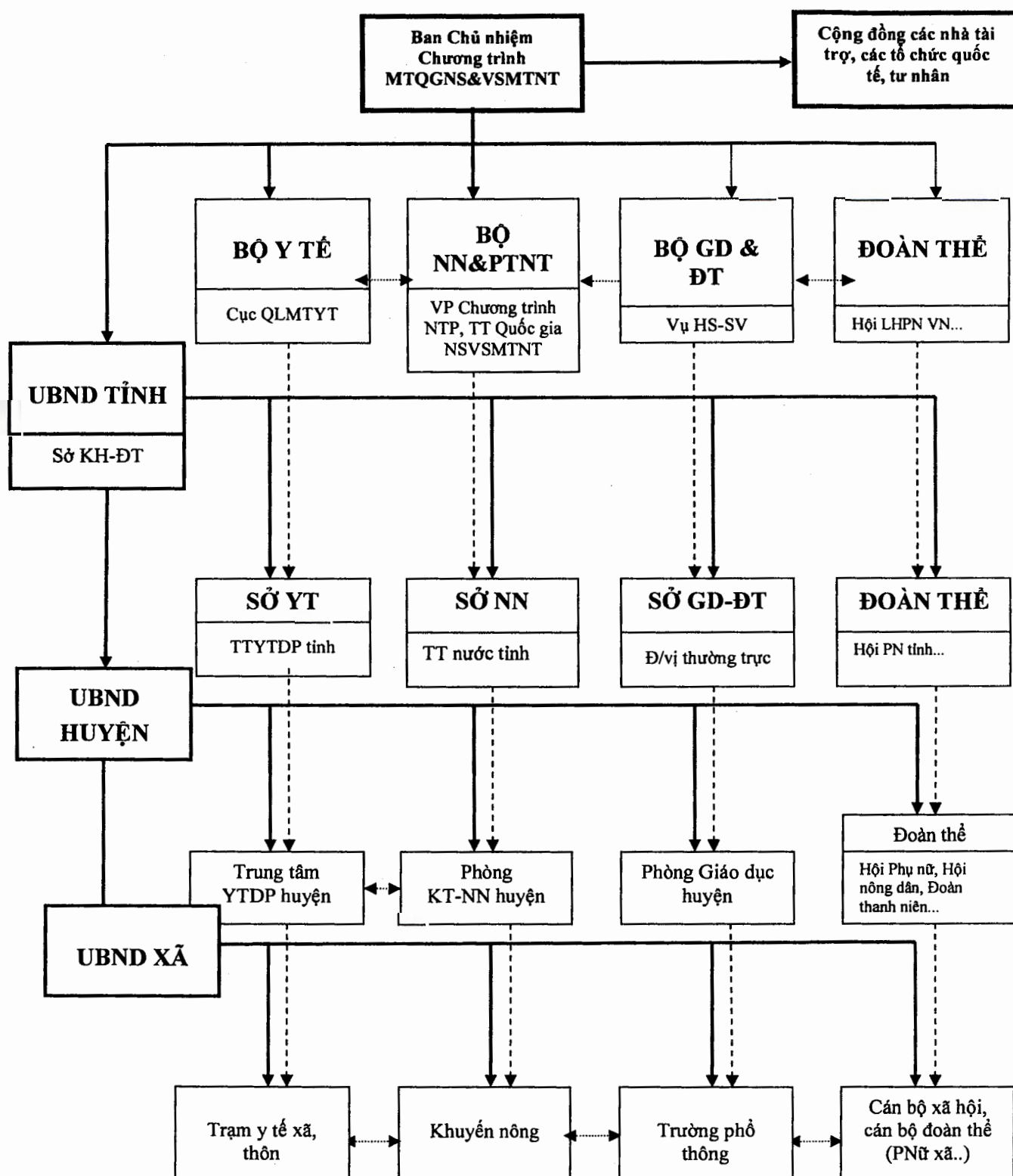
- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, bảo quản, sử dụng nguồn nước sạch, sử dụng tiết kiệm và chống thất thoát, thất thu nước sạch.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, xây dựng, bảo quản, sử dụng các loại nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, rửa tay bằng xà phòng.
- Tuyên truyền về sử dụng, bảo quản công trình cấp nước và vệ sinh trong trường học.
- Tuyên truyền, hướng dẫn đảm bảo nước sạch và vệ sinh môi trường khi xảy ra thiên tai, thảm họa
- Tuyên truyền về vay vốn Ngân hàng chính sách xã hội xây công trình cấp nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình

3. Tờ rơi:

- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các công trình cấp nước tập trung.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các công trình cấp nước tự chảy.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các hình thức cấp nước hộ gia đình (03 loại: giếng khoan, giếng khơi, dụng cụ chứa nước mưa).
- Sử dụng tiết kiệm và chống thất thoát, thất thu nước sạch.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, xây dựng, bảo quản, sử dụng các loại nhà tiêu hộ gia đình.
- Thiết kế các loại nhà tiêu HVS hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, rửa tay bằng xà phòng.
- Tuyên truyền về sử dụng, bảo quản công trình cấp nước và vệ sinh trong trường học.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về vay vốn tín dụng để xây dựng công trình cấp nước sạch và nhà tiêu HVS hộ gia đình.
- Hướng dẫn đảm bảo nước sạch và vệ sinh môi trường khi xảy ra thiên tai, thảm họa.



Phụ lục 3. Sơ đồ tổ chức thực hiện Kế hoạch truyền thông



Phụ lục 4. Các chỉ số kết quả đầu ra

Mục tiêu hành vi	Mục tiêu truyền thông	Chỉ số tác động	Phương pháp xác nhận
1. Các hộ gia đình nông thôn chưa được dung nước hợp vệ sinh lắp đặt các công trình vệ sinh, xử lý và tích trữ nước phù hợp	Đến 2015, 85% hộ gia đình nông thôn nắm được thông tin về các công trình phù hợp để xử lý, tích trữ nước và những lựa chọn tài chính phù hợp cho các công trình này	<p>% hộ gia đình nông thôn trực tiếp tiếp cận thông tin về những lựa chọn khác nhau cho các công trình vệ sinh, xử lý và tích trữ nước phù hợp, và về những lựa chọn tài chính phù hợp cho các công trình này</p> <p>% hộ gia đình nông thôn đưa ra được lựa chọn về nguồn nước, cách tích trữ và xử lý nước.</p> <p>% gia tăng số hộ gia đình nông thôn được sử dụng nước hợp vệ sinh</p>	<p>Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động</p> <p>Về các chỉ số tác động: Khảo sát các hộ gia đình Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa</p>
2. Các hộ gia đình nông thôn đã lắp đặt hệ thống cung cấp nước hợp vệ sinh sử dụng và bảo trì hệ thống đúng quy cách	Đến 2015, 100% các hộ gia đình nông thôn đã được cung cấp nước sạch đều biết sử dụng và bảo trì các công trình cung cấp nước đúng quy cách.	<p>% hộ gia đình nông thôn biết cách sử dụng, bảo trì và bảo vệ các công trình cung cấp nước đúng quy cách</p> <p>% gia tăng số hộ gia đình sử dụng, bảo trì và bảo vệ các công trình cung cấp nước đúng quy cách.</p>	<p>Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động</p> <p>Về các chỉ số tác động: Khảo sát các hộ gia đình Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa</p>
3. Các hộ gia đình nông thôn chưa có tiêu hợp vệ sinh xây dựng và sử dụng nhà tiêu riêng.	Đến 2015, 65% hộ gia đình nông thôn nắm được thông tin về những lựa chọn hợp lý cho việc xây dựng nhà tiêu hợp vệ sinh, chú trọng tới công nghệ xây dựng giá thành thấp.	<p>% hộ gia đình nông thôn trực tiếp tiếp cận thông tin về những lựa chọn phù hợp về việc xây nhà tiêu hợp vệ sinh, chú trọng tới những công nghệ giá thành thấp.</p> <p>% hộ gia đình nông thôn đưa ra được lựa chọn về việc xây dựng nhà tiêu hợp vệ sinh.</p> <p>% gia tăng số hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu hợp vệ sinh</p>	<p>Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động</p> <p>Về các chỉ số tác động: Khảo sát các hộ gia đình Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa</p>
4. Các hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu sử dụng và bảo trì nhà tiêu đúng quy cách	Đến 2015, 100% hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu hợp vệ sinh đều biết sử dụng và bảo trì nhà tiêu đúng quy cách.	<p>% hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu hợp chuẩn biết cách sử dụng và bảo trì nhà tiêu đúng quy cách</p> <p>% gia tăng số hộ gia đình nông thôn có nhà tiêu hợp chuẩn sử dụng và bảo trì nhà tiêu đúng quy cách.</p>	<p>Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động</p> <p>Về các chỉ số tác động: Khảo sát các hộ gia đình</p>

Mục tiêu hành vi	Mục tiêu truyền thông	Chỉ số tác động	Phương pháp xác nhận
			Định Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa
5. Hộ gia đình nông dân xây dựng hệ thống chuồng trại hợp vệ sinh	Đến 2015, 100% hộ nông dân đều nắm được thông tin về những lựa chọn khả thi và hợp lý về xây dựng hệ thống chuồng trại hợp vệ sinh xử lý chất thải động vật.	% hộ gia đình nông thôn trực tiếp nắm thông tin về những lựa chọn khả thi, để áp dụng cho việc xây dựng chuồng trại hợp vệ sinh và hầm khí biogas xử lý chất thải gia súc % hộ nông dân xây dựng chuồng trại hợp vệ sinh (và hầm khí biogas xử lý chất thải động vật)	Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động Về các chỉ số tác động: Khảo sát các hộ gia đình Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa
6. Người dân nông thôn hình thành thói quen rửa tay vào 4 thời điểm quan trọng: - Trước khi chế biến thức ăn - Trước khi ăn - Sau khi đi vệ sinh - Sau khi vệ sinh cho trẻ.	Năm 2015 95% dân số nông thôn nhận thức được tầm quan trọng của việc rửa tay với xà phòng Năm 2015 80% dân số nông thôn có thể nắm vững 4 thời điểm quan trọng cần rửa tay với xà phòng Năm 2015, 80% số bà mẹ có con dưới 5 tuổi và trẻ em ở độ tuổi đi học sống ở khu vực nông thôn hiểu được tầm quan trọng của việc rửa tay với xà phòng vào 4 thời điểm quan trọng	% dân số ở khu vực nông thôn nhận thức được tầm quan trọng của việc rửa tay với xà phòng % dân số nông thôn có thể nắm vững 4 thời điểm quan trọng cần rửa tay với xà phòng % số bà mẹ có con dưới 5 tuổi và trẻ em ở độ tuổi đi học sống ở khu vực nông thôn hiểu được tầm quan trọng của việc rửa tay với xà phòng vào 4 thời điểm quan trọng % số bà mẹ có con dưới 5 tuổi có thói quen rửa tay vào 4 thời điểm quan trọng % số bà mẹ có con dưới 5 tuổi khuyến khích các thành viên khác trong gia đình rửa tay % hộ gia đình nông thôn có khu vực tắm rửa được cung cấp nước và xà phòng	Khảo sát các hộ gia đình Phỏng vấn và thảo luận nhóm Quan sát thực địa
7. Cán bộ quản lý, cán bộ chuyên trách, giáo viên cốt cán làm tốt công tác nước sạch, vệ sinh môi trường trong trường học.	Đến hết năm 2015: 95% Cán bộ quản lý, cán bộ chuyên trách, giáo viên cốt cán được tập huấn và nâng cao năng lực về công tác nước sạch, vệ sinh môi trường trong trường học.	% số cán bộ quản lý, giáo viên được tập huấn, tham gia tập huấn. % Số cán bộ quản lý, giáo viên nắm được kiến thức về công tác NS-VSMT trong trường học % Số giáo viên nắm được các cách sử dụng và bảo quản	Về các chỉ số đầu ra: Thẩm định lại các kế hoạch chi tiết Các báo cáo hoạt động Về các chỉ số tác động: Phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm Quan sát thực địa

Mục tiêu hành vi	Mục tiêu truyền thông	Chỉ số tác động	Phương pháp xác nhận
		công trình NS, VS trong trường học.	
8. Các em học sinh thực hiện tốt công tác bảo vệ nguồn nước, giữ gìn vệ sinh môi trường	Đến hết năm 2015: 90% các em học sinh ở các trường mầm non và tiểu học được thông tin, giáo dục về việc giữ gìn và bảo vệ nguồn nước, giữ gìn vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường.	% Các trường tổ chức các lễ phát động, hưởng ứng % Các em học sinh có nhận thức, kiến thức về nước sạch, nhà tiêu hợp vệ sinh, giữ gìn vệ sinh môi trường, phòng tránh các bệnh truyền nhiễm do mất vệ sinh % Các em học sinh nắm được các cách sử dụng và bảo quản công trình NS, VS trong trường học. % Các em học sinh tham gia làm vệ sinh tại trường và gia đình, tần suất.	Khảo sát bằng phiếu điều tra Thảo luận nhóm
9. Giáo viên và các em học sinh thực hiện tốt các hành vi vệ sinh cá nhân	Đến hết năm 2015: 90% các em học sinh ở các trường mầm non và tiểu học được thông tin, giáo dục về việc giữ gìn và bảo vệ nguồn nước, giữ gìn vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường	% Các em học sinh có hiểu biết về các thời điểm quan trọng cần rửa tay, các bước rửa tay đúng cách. % các em học sinh thực hiện các hành vi rửa tay đúng cách, một cách thường xuyên cả ở trường và ở nhà.	Khảo sát bằng phiếu điều tra Thảo luận nhóm

tu

Phụ lục 2. Danh mục các loại tài liệu truyền thông chính

1. Sách lật:

- Lựa chọn, sử dụng, bảo quản nguồn nước hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Lựa chọn, sử dụng, bảo quản nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, vệ sinh môi trường.

2. Poster:

- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, bảo quản, sử dụng nguồn nước sạch, sử dụng tiết kiệm và chống thất thoát, thất thu nước sạch.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, xây dựng, bảo quản, sử dụng các loại nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, rửa tay bằng xà phòng.
- Tuyên truyền về sử dụng, bảo quản công trình cấp nước và vệ sinh trong trường học.
- Tuyên truyền, hướng dẫn đảm bảo nước sạch và vệ sinh môi trường khi xảy ra thiên tai, thảm họa
- Tuyên truyền về vay vốn Ngân hàng chính sách xã hội xây công trình cấp nước sạch và nhà tiêu hợp vệ sinh hộ gia đình

3. Tờ rơi:

- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các công trình cấp nước tập trung.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các công trình cấp nước tự chảy.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về sử dụng, bảo quản các hình thức cấp nước hộ gia đình (03 loại: giếng khoan, giếng khơi, dụng cụ chứa nước mưa).
- Sử dụng tiết kiệm và chống thất thoát, thất thu nước sạch.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về lựa chọn, xây dựng, bảo quản, sử dụng các loại nhà tiêu hộ gia đình.
- Thiết kế các loại nhà tiêu HVS hộ gia đình.
- Tuyên truyền về vệ sinh cá nhân, rửa tay bằng xà phòng.
- Tuyên truyền về sử dụng, bảo quản công trình cấp nước và vệ sinh trong trường học.
- Tuyên truyền, hướng dẫn về vay vốn tín dụng để xây dựng công trình cấp nước sạch và nhà tiêu HVS hộ gia đình.
- Hướng dẫn đảm bảo nước sạch và vệ sinh môi trường khi xảy ra thiên tai, thảm họa.

