

Tài liệu

**TUYÊN TRUYỀN VIÊN
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG
(CẤP XÃ)**

TRUNG ƯƠNG ĐOÀN THANH NIÊN CỘNG SẢN HỒ CHÍ MINH
BAN THANH NIÊN NÔNG THÔN

Tài liệu

**TUYÊN TRUYỀN VIÊN
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG
(CẤP XÃ)**

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

CHỈ ĐẠO NỘI DUNG:

Đồng chí Nguyễn Anh Tuấn, Bí thư Thường trực BCH Trung ương Đoàn

BAN BIÊN SOẠN:

- ThS. Ngô Văn Cương, Ủy viên Ban Thường vụ,
Trưởng Ban TN Nông thôn TW Đoàn
- ThS. Đặng Đức Chiến, Phó Trưởng Ban TN Nông thôn TW Đoàn
- ThS. Nguyễn Thanh Hương, Chuyên viên Ban TN Nông thôn TW Đoàn

TỪ VIẾT TẮT

BĐKH	Biến đổi khí hậu
BVMT	Bảo vệ môi trường
BVTV	Bảo vệ thực vật
CCN	Cụm công nghiệp
CTR	Chất thải rắn
CTRSH	Chất thải rắn sinh hoạt
CTNH	Chất thải nguy hại
ĐDSH	Đa dạng sinh học
ĐTM	Đánh giá tác động môi trường
KCN	Khu công nghiệp
KHCN	Khoa học công nghệ
KNK	Khí nhà kính
KT-XH	Kinh tế - xã hội
NTM	Nông thôn mới
PTBV	Phát triển bền vững
TCCP	Tiêu chuẩn cho phép
TN&MT	Tài nguyên và môi trường
NTTS	Nuôi trồng thủy sản
KHQLM	Kế hoạch quản lý môi trường
KHBVMT	Kế hoạch bảo vệ môi trường
UBND	Ủy ban nhân dân
HPN	Hội Phụ nữ
HND	Hội Nông dân

LỜI NÓI ĐẦU

Thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa IX) về đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn và Nghị quyết Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương khóa X về nông nghiệp, nông dân và nông thôn đã làm cho bộ mặt đời sống KT-XH nông thôn ở nước ta đã có nhiều đổi thay. Các hoạt động sản xuất tại các khu vực nông thôn giúp chuyển đổi cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đồng thời cũng góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập và nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân tại các khu vực nông thôn. Tuy nhiên, quá trình này cũng đã tạo ra những mặt trái và hệ lụy, một trong số đó là ô nhiễm môi trường. Các hoạt động nông nghiệp cùng với các hoạt động dịch vụ, sinh hoạt đã gây ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng ở khu vực nông thôn nước ta. Bên cạnh đó, nhiều hoạt động sản xuất nông nghiệp gây ô nhiễm môi trường như chất thải trong chăn nuôi, nước thải trong nuôi trồng thủy sản, thuốc bảo vệ thực vật, phụ phẩm nông nghiệp,... Ô nhiễm môi trường ở khu vực nông thôn ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống và sức khỏe của người dân trên địa bàn, đồng thời ảnh hưởng trở lại đến chất lượng của hoạt động sản xuất nông nghiệp.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng ô nhiễm môi trường nêu trên là do nhận thức của cộng đồng nông thôn về vấn đề BVMT còn chưa cao. Người dân chưa thực sự ý thức được những ảnh hưởng tới môi trường từ các hoạt động sinh hoạt và sản xuất của mình, từ đó chưa thấy được trách nhiệm của bản thân đối với môi trường. Trong thời gian qua, mặc dù công tác tuyên truyền về bảo vệ môi trường đã được các địa

phương quan tâm, tuy nhiên nội dung tuyên truyền còn chưa sâu sắc, thiếu tính hấp dẫn; hình thức tuyên truyền chưa phong phú; việc tổ chức các hoạt động tuyên truyền không thường xuyên, chỉ làm theo phong trào hoặc khi có kinh phí tài trợ nên hiệu quả tuyên truyền bảo vệ môi trường trong cộng đồng chưa đạt hiệu quả như mong đợi và đặc biệt là còn thiếu đội ngũ tuyên truyền viên cấp cơ sở giỏi về kiến thức và thực tiễn.

Đề án “Thí điểm hoàn thiện và nhân rộng mô hình bảo vệ môi trường trong xây dựng nông thôn mới tại các xã khó khăn, biên giới, hải đảo theo hướng xã hội hóa, giai đoạn 2017 - 2020” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 712/QĐ-TTg ngày 26 tháng 5 năm 2017. Đề án nhằm mục tiêu hoàn thiện và nhân rộng các mô hình về bảo vệ môi trường theo hướng xã hội hóa; qua đó, đẩy mạnh thực hiện có hiệu quả và bền vững tiêu chí môi trường trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020. Một trong những nội dung của Đề án là xây dựng và hoàn thiện mô hình tuyên truyền viên BVMT cấp xã nhằm nâng cao nhận thức về BVMT của nhân dân tại khu vực nông thôn, trong đó có nhiệm vụ xây dựng khung nội dung tài liệu tập huấn tuyên truyền viên BVMT cấp xã.

Cuốn tài liệu được xây dựng nhằm cung cấp các kiến thức cơ bản về BVMT, đặc biệt là trong xây dựng nông thôn mới. Từ những kiến thức được trang bị này, các tuyên truyền viên sẽ tích cực tuyên truyền, vận động nhân dân tham gia công tác BVMT bằng nhiều hình thức khác nhau như tập huấn; truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng; đối thoại, tiếp xúc trực tiếp với từng người dân.

Xin trân trọng giới thiệu và mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các đồng chí cán bộ, đoàn viên trong cả nước.

NHÓM BIÊN SOẠN

PHẦN 1

**HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN
TIÊU CHÍ MÔI TRƯỜNG TRONG
XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI**



**1. Hướng dẫn thực hiện Tiêu chí số 17 về môi trường
và an toàn thực phẩm trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã
nông thôn mới giai đoạn 2016-2020**

***1.1. Chỉ tiêu 17.1. Tỷ lệ hộ sử dụng nước hợp vệ sinh
và nước sạch theo quy định***

1.1.1. Quy định

Vấn đề nước sạch và vệ sinh môi trường được Nhà nước quan tâm đặc biệt. Theo Tổng cục thống kê, năm 2016 trên địa bàn nông thôn có 4.498 xã có công trình cấp nước sinh hoạt tập trung, chiếm 50,1% tổng số xã; có gần 5,06 triệu hộ được sử dụng nước từ công trình cấp nước sạch tập trung trên địa bàn nông thôn, chiếm 31,6% tổng số hộ, trong đó 449,7 nghìn hộ miền núi, chiếm 14,9% tổng số hộ các xã miền núi; 549,4 nghìn hộ vùng cao, chiếm 25,4% tổng số hộ các xã vùng cao; 26,2 nghìn hộ hải đảo, chiếm 35,6% tổng số hộ các xã hải đảo. Cho đến thời điểm hiện nay, vẫn còn trên 40% dân số nông thôn chưa có nước sạch để dùng, tức là có khoảng 43.729 hộ (215.720 người) thiếu nước sinh hoạt.

Mặc dù có các chương trình cụ thể nhằm cải thiện vấn đề nước sạch cho người dân đặc biệt là nông thôn, vùng sâu, vùng xa nhưng nguồn nước sạch cung cấp vẫn còn thiếu, người dân phải sử dụng nước sông, nước giếng khoan, giếng khơi cho sinh hoạt.

- Tiêu chuẩn vệ sinh cho nước cấp sinh hoạt:

Theo hướng dẫn của Quyết định số 2570/QĐ-BNN-TCTL ngày 22/10/2012 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn về việc phê duyệt điều chỉnh Bộ chỉ số và tài liệu hướng dẫn triển khai công tác theo dõi - đánh giá nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn thì nước sạch và nước hợp vệ sinh được phân biệt như sau:

Theo quy định của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng nước sinh hoạt - QCVN 02:2009/BYT do Bộ Y tế ban hành ngày 17/6/2009:

Nước sạch là: nước đáp ứng các chỉ tiêu chủ yếu là phải dựa vào thiết bị thí nghiệm để đánh giá. Trong đó, nguồn nước được lấy mẫu xét nghiệm tại cơ quan có đủ tư cách pháp nhân. Thực chất nước sạch có yêu cầu như nước hợp vệ sinh nhưng đảm bảo về vấn đề vi khuẩn, sử dụng cho mục đích sinh hoạt, không dùng ăn uống.

Nước hợp vệ sinh là: nước được sử dụng trực tiếp hoặc sau khi xử lý thỏa mãn các điều kiện: nước trong, không màu, không mùi, không vị lạ và không chứa các thành phần độc hại ảnh hưởng đến sức khỏe của con người. Nước sinh hoạt hợp vệ sinh có thể sử dụng để nấu ăn, uống sau khi đun sôi nước. Chủ yếu là dùng cảm quan để đánh giá.

Theo hướng dẫn như trên thì nước mưa được thu hứng từ mái ngói, mái tôn, trần nhà bằng bê tông (sau khi đã xả nước bụi bẩn trước khi thu hứng), trong bể chứa, lu chứa được rửa

sạch trước khi thu hứng và sử dụng cho sinh hoạt thì được đánh giá là nước hợp vệ sinh. Để đánh giá nước mưa có phải là nước sạch hay không cần phải kết hợp với việc xét nghiệm mẫu nước có thỏa mãn 22 chỉ tiêu theo Quy chuẩn 02:2009/BYT không, sau đó mới kết luận được.

Theo Quyết định 1329/2002/BYT ngày 18/4/2002 về “Tiêu chuẩn vệ sinh nước ăn uống” do Bộ Y tế ban hành:

Nếu: <100 vi khuẩn/ml - nước sạch

<1.000 vi khuẩn/ml - nước dùng được nhưng phải đun kỹ

<10.000 vi khuẩn/ml - nước bẩn không dùng được.

1.1.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện của UBND xã:

- Vận động nhân dân tham gia lắp đặt đồng hồ sử dụng nước sinh hoạt từ trạm cấp nước tập trung nông thôn (nếu có), đóng góp kinh phí để xây dựng công trình cấp nước tập trung nông thôn theo quy định của Nhà nước và mở rộng mạng cấp nước đến hộ gia đình.

- Quyết định thành lập đơn vị quản lý, vận hành, khai thác công trình cấp nước tập trung nông thôn được UBND tỉnh/huyện giao cho UBND xã quản lý, trình UBND huyện xem xét. Phối hợp cùng với đơn vị quản lý tổ chức kiểm tra, bảo vệ công trình và bảo vệ nguồn nước.

- Xử lý các trường hợp vi phạm pháp luật về quản lý, khai thác, bảo vệ công trình và các quy định của Nhà nước có liên quan.

- Phối hợp với các ban, ngành, đoàn thể tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức của nhân dân trong việc sử dụng nguồn nước đảm bảo vệ sinh phục vụ sinh hoạt hàng ngày,

vận động nhân dân sử dụng nước tiết kiệm, hiệu quả và tham gia bảo vệ nguồn nước, các công trình cấp nước.

- Giải quyết các tranh chấp giữa đơn vị cấp nước và khách hàng sử dụng nước trên địa bàn xã theo quy định của Pháp luật.

- Bố trí ngân sách xã để nâng cấp, sửa chữa, cải tạo công trình do xã quản lý.

b) Trách nhiệm thực hiện của cộng đồng dân cư

- Thực hiện các qui định của địa phương quản lý, bảo vệ các công trình cấp nước.

- Đóng góp kinh phí đầu nôi công trình cấp nước theo qui định của địa phương.

- Trả tiền sử dụng nước theo hợp đồng ký kết.

c) Chế độ giám sát

- Thành lập Ban giám sát cộng đồng để giám sát việc xây dựng công trình cấp nước sinh hoạt nông thôn trên địa bàn, nhiệm vụ của Ban giám sát gồm:

- + Yêu cầu nhà thầu phải thực hiện đúng hợp đồng.

- + Giám sát việc triển khai thực hiện các Chương trình, dự án trên địa bàn xã.

- + Xác nhận khối lượng tại mẫu biểu quyết toán đối với các dự án đầu tư có sử dụng vốn ngân sách Nhà nước.

- + Tham gia ký biên bản nghiệm thu (có quyền từ chối ký biên bản nghiệm thu nếu công trình không đạt chất lượng yêu cầu).

- Ban giám sát được cấp kinh phí hoạt động. Kinh phí này được trích từ vốn xây dựng Nông thôn mới cấp xã.

d) Chế độ báo cáo

Hàng năm, UBND xã báo cáo hiện trạng cấp nước theo quy định tại Quyết định số 2570/QĐ-BNN-TCTL ngày 22/10/2012 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Bộ chỉ số theo dõi - đánh giá nước sạch và VSMTNT, cụ thể như sau:

- Xây dựng kế hoạch triển khai theo Quyết định 2570/QĐ-BNN-TCTL.

- Thu thập, tổng hợp và báo cáo kết quả:

+ Cán bộ được phân công theo dõi và đánh giá ở cấp thôn/bản thu thập, tổng hợp và gửi số liệu các chỉ số hộ gia đình theo mẫu hướng dẫn đến cán bộ tổng hợp của xã;

+ Cán bộ tổng hợp xã thu thập, tổng hợp thông tin các chỉ số còn lại, đồng thời tổng hợp báo cáo chung của xã; trình lãnh đạo Ủy ban nhân dân xã xem xét, báo cáo Ủy ban nhân dân huyện (qua Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện).

- Thời gian báo cáo: Hàng năm, từ ngày 01/10 cấp xã bắt đầu thu thập số liệu ở hộ gia đình và chậm nhất ngày 15/12 gửi báo cáo cho cấp huyện, đồng gửi các bộ phận liên quan trong xã.

1.1.3. Mô hình quản lý công trình cấp nước

a) Mô hình cộng đồng quản lý

Mô hình này áp dụng đối với các công trình có quy mô công trình rất nhỏ (công suất < 50 m³/ngđ) và nhỏ (công suất từ 50 - 300 m³/ngđ), công nghệ xử lý và cấp nước đơn giản, phạm vi cấp nước cho một thôn/xóm/bản, quy trình quản lý, vận hành và bảo dưỡng đơn giản.

Tổ quản lý vận hành công trình do công đồng bầu ra, có 2 - 3 thành viên gồm một tổ trưởng (tổ trưởng có thể là trưởng thôn, trưởng bản hoặc già làng) và một đến hai nhân viên vận hành, bảo dưỡng; một nhân viên tài chính.

b) Mô hình Hợp tác xã quản lý

Mô hình này áp dụng đối với các công trình có quy mô công trình nhỏ (công suất từ 50 - 300 m³/ngđ) và trung bình (công suất từ 300 - 500 m³/ngđ); công nghệ xử lý đơn giản hoặc phức tạp; phạm vi cấp nước cho một thôn hoặc liên thôn, xã; quy trình quản lý, vận hành công trình thuộc loại trung bình hoặc cao.

Tổ chức bộ máy HTX đảm bảo theo quy định của luật HTX năm 2012, các thành viên HTX được phân công nhiệm vụ rõ ràng; công nhân, quản lý vận hành hệ thống được đào tạo, tập huấn về công nghệ, kỹ thuật, duy tu bảo dưỡng công trình.

c) Mô hình doanh nghiệp tư nhân quản lý

Mô hình này áp dụng đối với các công trình có quy mô công trình trung bình (công suất từ 300 - 500 m³/ngđ) và lớn (công suất > 500 m³/ngđ); công nghệ đơn giản hoặc phức tạp; phạm vi cấp nước cho một xã hoặc liên thôn/xã; yêu cầu năng lực quản lý, vận hành tốt.

Tổ chức, nhân sự là chủ doanh nghiệp/giám đốc hoặc thuê giám đốc; các bộ phận giúp việc: phó giám đốc, các phòng, ban, trạm cấp nước... và đội ngũ công nhân vận hành, bảo dưỡng được đào tạo về chuyên môn, kỹ thuật.

d) Mô hình Trung tâm nước sạch và VSMT nông thôn quản lý

Mô hình này áp dụng đối với các công trình có quy mô công trình trung bình (công suất từ 300 - 500 m³/ngđ) và lớn

(công suất > 500 m³/ngđ); công nghệ đơn giản hoặc phức tạp; phạm vi cấp nước cho một xã hoặc liên thôn/xã; yêu cầu năng lực quản lý, vận hành tốt.

Trong tương lai nên tách ra bộ phận hoạt động kinh doanh dịch vụ, hạch toán hoạt động theo chế độ độc lập và chuyển sang mô hình doanh nghiệp.

Về tổ chức, nhân sự, mô hình cần có giám đốc, các phó giám đốc và các phòng chuyên môn nghiệp vụ và các trạm cấp nước; mỗi trạm cấp nước thành lập 1 tổ quản lý vận hành có 3 - 5 người (01 tổ trưởng, 2 - 3 cán bộ vận hành bảo dưỡng và 01 kế toán), thuộc phòng quản lý chuyên môn và chịu sự quản lý của trung tâm; cán bộ, công nhân vận hành, bảo dưỡng được tuyển dụng theo nghiệp vụ, chuyên môn kỹ thuật cấp nước; được đào tạo đáp ứng yêu cầu.

đ) Mô hình quản lý đối với công trình cấp nước tự chảy:

- Mô hình ban quản lý do người sử dụng nước bầu theo nhiệm kỳ 2 năm, gồm 3 - 5 thành viên, trong đó, có một thành viên là lãnh đạo UBND xã. Ban quản lý được thành lập trước khi xây dựng công trình cấp nước tự chảy. Ban quản lý có nội quy, quy chế hoạt động rõ ràng, xây dựng cơ chế giá nước và mức lương của các thành viên trong ban... được UBND xã quyết định thành lập và thông qua. Ban quản lý chịu trách nhiệm thực hiện, quản lý, vận hành và bảo dưỡng, nâng cấp, mở rộng và tái đầu tư công trình cấp nước tự chảy.

- Mô hình Tổ cung cấp nước có 3 thành viên, gồm 1 tổ trưởng, 1 nhân viên thu tiền kiêm thủ quỹ và 1 nhân viên kiểm tra đường ống, sửa chữa và bảo dưỡng hệ thống. Chức năng chủ yếu của Tổ cung cấp nước là đơn vị trực tiếp quản lý, vận hành và bảo dưỡng công trình cấp nước. Các cán bộ

của tổ cung cấp nước phải thường xuyên được đào tạo để nâng cao chuyên môn.

Chi tiết về mô hình cấp nước tại hộ gia đình tại Phụ lục 8.1.

1.1.4. Một số lưu ý

Việc cung cấp nước sạch hiện nay chủ yếu ở quy mô hộ gia đình. Nguồn cung cấp nước là nước giếng khơi, giếng khoan hoặc nguồn tự chảy. Khi sử dụng nước cần chú ý:

+ Đối với các nguồn nước ngầm bị nhiễm sắt và nhôm: Nước thường có mùi tanh, bị vẩn đục sau một thời gian ngắn. Cần xây dựng hệ thống lắng, lọc trước khi sử dụng.

+ Nguồn nước ngầm và nước mặt bị nhiễm bản hữu cơ: Nước thường có mùi hôi, khi đun thấy xuất hiện các vẩn mỡ mỏng trên bề mặt và đáy thiết bị đun nước có cặn đen.

+ Bảo đảm vệ sinh xung quanh giếng hoặc nguồn nước (theo hướng dẫn của Chương trình nước sạch nông thôn).

+ Nếu nguồn nước là giếng đào (hoặc khoan tay) phải thường xuyên quan trắc chất lượng nước, nhất là những giếng sử dụng lần đầu. Chú ý giếng khoan tay thường bị ô nhiễm Asen (thạch tín). Giếng đã thôi sử dụng phải được lấp đúng kỹ thuật để tránh ô nhiễm nước ngầm..

Để hoàn thành chỉ tiêu 75% tỷ lệ người dân nông thôn được sử dụng các nguồn nước hợp vệ sinh, trong thời gian tới các địa phương cần tích cực hơn nữa trong việc đầu tư, xây dựng các nhà máy xử lý nước sạch từ nguồn vốn Chương trình mục tiêu quốc gia nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn. Đồng thời chú trọng huy động, khuyến khích các doanh nghiệp tham gia xây dựng, đầu tư cung cấp nước sạch nông thôn nhằm giảm gánh nặng đầu tư của Nhà nước đối với các công trình cung cấp nước sạch tập trung cho người dân

khu vực nông thôn. Mặt khác, cần có kế hoạch lồng ghép đầu tư xây dựng chương trình nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn với các chương trình xây dựng nông thôn mới, chương trình xóa đói, giảm nghèo, thủy lợi. Ngoài ra, cần có chính sách ưu đãi, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư xây dựng công trình cấp nước tập trung. Cần ưu tiên sửa chữa và nâng cao hiệu quả sử dụng các công trình cấp nước tập trung đã được đầu tư xây dựng nhưng chưa đưa vào sử dụng hoặc kém hiệu quả. Hỗ trợ người dân lắp đặt thiết bị xử lý nước quy mô hộ gia đình tại các vùng không có điều kiện xây dựng công trình cấp nước tập trung.

Việc đa dạng hóa loại hình cấp nước, trang bị các phương tiện chứa nước là những việc tưởng chừng rất nhỏ nhưng mang lại nhiều ý nghĩa to lớn. Đa dạng hoá loại hình cấp nước, dùng nước mặt, nước ngầm, nước mưa, đầu tư các bể, lu chứa nước hợp vệ sinh để bà con chủ động nguồn nước là rất cần thiết cho việc thay đổi các tập quán dùng rất ít nước cho nhu cầu vệ sinh cá nhân, tắm giặt, ăn uống vốn đã trở thành căn bệnh thâm căn cố đế của người dân do không được sử dụng nguồn nước sạch.

Hình thức cấp nước phù hợp cho khu vực miền núi: sử dụng giếng đào, giếng khoan, lu, bể chứa... để có thể tận dụng nguồn nước mưa dồi dào, sẵn có tại các vùng khan hiếm nguồn nước ngầm hoặc nguồn nước mặt bị ô nhiễm.

Xây dựng lu chứa nước giá thành rẻ bằng 30 - 40% xây bể. Kỹ thuật làm lu chứa đơn giản, dễ áp dụng, có thể áp dụng cho mọi miền sinh thái trong cả nước.

Mô hình cấp nước tự chảy, phù hợp với vùng núi cao, địa bàn dốc phục vụ cho nhóm hộ gia đình, bản, liên bản. Sử dụng nguồn nước tự nhiên kinh phí thấp, giảm nhẹ sức ép đối

với tài nguyên nước ngầm. Hiện nay, trên cả nước có 500 hệ thống cấp nước tự chảy. Nguồn nước này bảo đảm tiêu chuẩn nước cấp cho sinh hoạt. Trong tương lai với việc tăng độ che phủ của rừng thì các hệ thống cấp nước tự chảy sẽ càng phát huy tác dụng cho các tỉnh miền núi.

Mô hình cung cấp nước tập trung vừa và nhỏ có chú trọng kiểm tra và kiểm soát chất lượng nguồn nước. Sử dụng giếng khoan đã có sẵn, lắp bơm điện, nối mạng phục vụ 20 - 100 hộ. Mô hình này rẻ tiền, phù hợp với Đồng bằng sông Hồng, sông Cửu Long và các vùng dân cư tập trung tại thị trấn nhỏ, làng xã.

Vùng có thể khai thác được nước mặt cần làm mô hình cấp nước tập trung quy mô phù hợp với phát triển dân cư và tiêu dùng. Gắn cung cấp nước sạch với quản lý toàn diện nguồn nước theo lưu vực sông để bảo vệ dòng sông và các nguồn lợi khác.

1.2. Chỉ tiêu 17.2. Tỷ lệ cơ sở sản xuất - kinh doanh, nuôi trồng thủy sản, làng nghề đảm bảo quy định về BVMT

1.2.1. Quy định chung

Các cơ sở sản xuất - kinh doanh, nuôi trồng thủy sản, làng nghề được đánh giá là thực hiện đầy đủ các quy định về BVMT nếu đảm bảo các điều kiện sau:

- Có đầy đủ hồ sơ pháp lý, thủ tục về môi trường, bao gồm:

+ Báo cáo đánh giá tác động môi trường hoặc Đề án BVMT chi tiết hoặc Đề án BVMT đơn giản hoặc Kế hoạch BVMT hoặc hồ sơ tương đương (trừ cơ sở thuộc đối tượng quy định tại Phụ lục IV Nghị định số 18/2015/NĐ-CP ngày 14 tháng 02 năm 2015 của Chính phủ quy định về quy hoạch BVMT, đánh giá môi trường chiến lược, đánh giá tác động

môi trường và kế hoạch BVMT) hoặc Báo cáo về các biện pháp BVMT đối với các cơ sở thuộc Danh mục quy định tại Phụ lục I Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14 tháng 02 năm 2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật BVMT.

+ Sở đăng ký chủ nguồn thải chất thải nguy hại, Giấy xác nhận hoàn thành công trình BVMT, Giấy phép khai thác, Giấy phép xả thải nước thải vào nguồn nước và các giấy phép có liên quan trong trường hợp thuộc các đối tượng quy định tại các văn bản pháp luật.

+ Phương án BVMT đối với cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ theo quy định tại Chương V Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT ngày 14 tháng 10 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

- Thực hiện phân loại, thu gom, xử lý chất thải (nước thải, khí thải và chất thải rắn) và các biện pháp phòng ngừa, giảm thiểu tác động đến môi trường; nộp phí BVMT đối với nước thải... đã cam kết tại các hồ sơ nêu trên.

- Ngoài các điều kiện nêu trên, cơ sở nuôi trồng thủy sản (nếu có) phải đảm bảo:

+ Không sử dụng thuốc thú y thủy sản, hóa chất đã hết hạn sử dụng hoặc ngoài danh mục cho phép trong nuôi trồng thủy sản theo quy định tại Thông tư số 10/2016/TT-BNNPTNT ngày 01 tháng 6 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT ban hành Danh mục thuốc thú y được phép lưu hành, cấm sử dụng ở Việt Nam, công bố mã HS đối với thuốc thú y nhập khẩu được phép lưu hành tại Việt Nam.

+ Không xây dựng khu nuôi trồng thủy sản tập trung trên bãi bồi đang hình thành vùng cửa sông ven biển.

+ Không phá rừng ngập mặn để nuôi trồng thủy sản.

- Làng nghề trên địa bàn quản lý (nếu có) phải đảm bảo:

+ Có phương án BVMT làng nghề theo quy định tại Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT.

+ Có kết cấu hạ tầng bảo đảm thu gom, phân loại, lưu giữ, xử lý, thải bỏ chất thải theo quy định bao gồm:

Hệ thống thu gom nước thải, nước mưa bảo đảm nhu cầu tiêu thoát nước của làng nghề, không để xảy ra hiện tượng tắc nghẽn, tù đọng nước thải và ngập úng;

Hệ thống xử lý nước thải tập trung (nếu có) bảo đảm;

công suất xử lý đạt quy chuẩn kỹ thuật môi trường tương ứng đối với tổng lượng nước thải phát sinh từ làng nghề trước khi thải ra nguồn tiếp nhận;

Điểm tập kết chất thải rắn hợp vệ sinh; khu xử lý chất thải rắn bảo đảm quy định về quản lý chất thải rắn hoặc phương án vận chuyển chất thải rắn đến khu xử lý chất thải rắn nằm ngoài địa bàn.

+ Có tổ chức tự quản về BVMT với các điều kiện sau:

Có quyết định thành lập và quy chế hoạt động do Ủy ban nhân dân cấp xã ban hành;

Được trang bị phương tiện và bảo hộ lao động đầy đủ.

Chi tiết về Công nghệ xử lý chất thải rắn trong các cơ sở sản xuất, kinh doanh, nuôi trồng thủy sản và làng nghề tại Phụ lục 8.2.

Chi tiết về Công nghệ xử lý nước thải trong các cơ sở sản xuất, kinh doanh, nuôi trồng thủy sản và làng nghề tại Phụ lục 8.3.

Chi tiết về Công nghệ xử lý chất thải chăn nuôi tại Phụ lục 8.4.

1.2.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

Theo điều 17, Nghị định 19/2015/NĐ-CP, trách nhiệm BVMT trong các cơ sở sản xuất kinh doanh, nuôi trồng thủy sản, làng nghề như sau:

* UBND xã:

- Lập, trình Ủy ban nhân dân cấp huyện phê duyệt phương án BVMT làng nghề trên địa bàn để tổ chức thực hiện.

- Đôn đốc việc xây dựng nội dung BVMT trong hương ước, quy ước của làng nghề.

- Bố trí cán bộ có kiến thức về pháp luật, quản lý môi trường theo dõi việc thực hiện công tác BVMT làng nghề; hướng dẫn hoạt động của tổ chức tự quản về BVMT làng nghề.

- Ưu tiên bố trí kinh phí sự nghiệp môi trường và các nguồn kinh phí khác cho công tác quản lý môi trường, đầu tư, sửa chữa, cải tạo các công trình hạ tầng kỹ thuật BVMT tại các làng nghề được khuyến khích phát triển trên địa bàn.

- Quản lý, vận hành và duy tu, bảo dưỡng theo đúng quy định khi được bàn giao, tiếp nhận các dự án, công trình hạ tầng kỹ thuật BVMT làng nghề.

- Thường xuyên hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện và xử lý vi phạm pháp luật về BVMT của các cơ sở trên địa bàn.

- Tuyên truyền, phổ biến thông tin, nâng cao nhận thức cho người dân về trách nhiệm BVMT; hướng dẫn các cơ sở tận thu, tái chế, tái sử dụng và xử lý tại chỗ các loại chất thải.

- Công bố thông tin về hiện trạng môi trường, công tác BVMT làng nghề trên các phương tiện thông tin của địa phương, thông qua các đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội tại địa phương và trong các cuộc họp Ủy ban nhân dân, Hội đồng nhân dân cấp xã.

- Báo cáo Ủy ban nhân dân cấp huyện về công tác BVMT, tình hình phát sinh và xử lý chất thải của làng nghề trên địa bàn định kỳ một năm một lần trước ngày 30 tháng 10 hằng năm hoặc đột xuất theo yêu cầu.

* Trách nhiệm của cơ sở sản xuất, kinh doanh, NTTS, làng nghề:

- Thực hiện đầy đủ các cam kết trong báo cáo đánh giá tác động môi trường, kế hoạch BVMT, cam kết BVMT, đề án BVMT đã được phê duyệt, xác nhận

- Thực hiện các biện pháp khắc phục và bồi thường thiệt hại do ô nhiễm môi trường

- Tuân thủ kế hoạch di dời, chuyển đổi ngành nghề sản xuất theo quy định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

* Trách nhiệm của tổ chức tự quản:

- Quản lý, vận hành, duy tu, cải tạo các công trình thuộc hạ tầng BVMT làng nghề theo phân công của Ủy ban nhân dân cấp xã.

- Niêm yết các quy định và theo dõi, đôn đốc việc giữ vệ sinh nơi công cộng.

- Tham gia xây dựng, tổ chức thực hiện phương án BVMT làng nghề; hương ước, quy ước có nội dung BVMT; tuyên truyền, vận động nhân dân xóa bỏ các hủ tục, thói quen mất vệ sinh, có hại cho môi trường.

- Tham gia kiểm tra việc thực hiện quy định về BVMT của cơ sở trong làng nghề theo phân công của Ủy ban nhân dân cấp xã.

- Kịp thời báo cáo Ủy ban nhân dân cấp xã khi phát hiện dấu hiệu về ô nhiễm môi trường, sự cố môi trường hoặc các hành vi vi phạm quy định pháp luật về BVMT trong làng nghề.

- Báo cáo Ủy ban nhân dân cấp xã về hiện trạng hoạt động, tình hình thu gom, vận chuyển và xử lý chất thải theo phân công 01 lần/năm trước ngày 15 tháng 10 hàng năm hoặc đột xuất theo yêu cầu. Mẫu báo cáo quy định tại Phụ lục 5 ban hành kèm theo Thông tư này.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Chế độ giám sát:

- Giám sát việc thực hiện đánh giá tác động môi trường, kế hoạch BVMT, đề án BVMT, cam kết BVMT đã được phê duyệt, xác nhận của các cơ quan chức năng;

- Giám sát việc xây dựng và vận hành hệ thống xử lý nước thải, khí thải, chất thải rắn trước khi xả ra môi trường;

- Đơn vị phê duyệt báo cáo ĐTM, KHQLMT phối hợp với cơ quan chức năng, cảnh sát môi trường, UBND xã kiểm tra định kỳ 1 lần/ năm và kiểm tra đột xuất khi có dấu hiệu vi phạm;

- Trưởng thôn, xóm, ấp, bản kiểm tra định kỳ 6 tháng/lần đối với các cơ sở sản xuất SXKD nhỏ lẻ không thuộc đối tượng lập báo cáo ĐTM, KHQLMT.

- Giám sát của cộng đồng: Mỗi thôn, bản thành lập ban giám sát cộng đồng hoặc ban môi trường thực hiện giám sát việc xả thải và tác động đến môi trường đối với các cơ sở SXKD, làng nghề

* Chế độ báo cáo:

- Đối với cơ sở SXKD, làng nghề thuộc đối tượng lập báo cáo ĐTM, KHBVMT do Sở Tài nguyên và Môi trường xác nhận định kỳ 6 tháng/ lần báo cáo cơ quan chức năng về việc thực hiện các biện pháp BVMT và kết quả quan trắc, giám sát chất lượng môi trường.

- Đối với cơ sở SXKD, làng nghề thuộc đối tượng lập báo cáo ĐTM, KHBVMT do UBND huyện xác nhận định kỳ 1 năm/ lần báo cáo cơ quan chức năng về việc thực hiện các biện pháp BVMT và kết quả quan trắc, giám sát chất lượng môi trường.

- Gửi báo cáo kết quả quan trắc định kỳ chậm nhất sau 30 ngày kể từ ngày kết thúc đợt quan trắc.

- Báo cáo kết quả kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất của cơ quan chức năng.

- Báo cáo kết quả kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất của trường thôn đối với các cơ sở SXKD nhỏ lẻ.

- Báo cáo kết quả giám sát của ban giám sát cộng đồng, ban môi trường.

- Đơn thư phản ánh, khiếu nại của người dân.

1.3. Chỉ tiêu 17.3. Xây dựng cảnh quan, môi trường xanh - sạch - đẹp, an toàn.

1.3.1. Quy định chung

Vệ sinh môi trường nông thôn được chính quyền, đoàn thể và nhân dân quan tâm hơn nên đã cải thiện đáng kể. Tại

thời điểm 01/7/2016 có 66,6% hộ sử dụng điện, gas công nghiệp và bi-ô-ga để đun nấu, tăng 30,2% so với năm 2011. Tỷ lệ hộ sử dụng hố xí tự hoại và bán tự hoại đạt 64,5% và tăng 20%. Tỷ lệ trạm y tế xã có phân loại rác thải rắn y tế để xử lý đạt 91,8%, tăng 27,5%. Tỷ lệ xã có tổ chức thu 17 gom rác thải sinh hoạt đạt 63,5%. Tỷ lệ thôn có tổ chức thu gom rác thải sinh hoạt đạt 47,3%. Tỷ lệ xã có điểm thu gom chai lọ, bao bì thuốc bảo vệ thực vật chiếm 21% tổng số xã. Số thôn có xử lý rác thải sinh hoạt chiếm 47,1% tổng số thôn; trong đó, 17,3% số thôn có xử lý bằng hình thức đốt hoặc chôn lấp; 29,3% số thôn tập trung rác đưa đi nơi khác xử lý. Cần xây dựng chính sách hỗ trợ xây dựng vườn mẫu, khu dân cư kiểu mẫu; hỗ trợ các tổ chức đoàn thể trong triển khai các mô hình cải thiện môi trường trong khu dân cư nông thôn. Hỗ trợ xây dựng và phổ biến nhân rộng các sáng kiến xanh - sạch - đẹp trong khu dân cư nông thôn; giới thiệu các mẫu đường làng, ngõ xóm xanh - sạch - đẹp...

Các vấn đề cần đặc biệt chú ý trong công tác vệ sinh môi trường nông thôn gồm:

- Vệ sinh đường làng, ngõ xóm;
- Vệ sinh cống rãnh thoát nước;
- Xây dựng chuồng trại gia súc hợp vệ sinh;
- Vệ sinh nhà cửa;
- Quản lý chất thải nghiêm ngặt (phân tươi), sử dụng nhà tiêu hợp vệ sinh (kín, khô ráo, không có ruồi và mùi hôi);
- Không dùng phân tươi để bón tưới rau màu;
- Bố trí công trình vệ sinh chuồng trại gia súc ở nơi hợp lý để đảm bảo hạn chế ô nhiễm lây lan;

- Hướng dẫn, quản lý việc sử dụng hóa chất bảo vệ thực vật;

- Trồng thêm cây xanh tại nơi cộng đồng, gia đình;

- Các công tác có sự tham gia của cộng đồng cần có ý nghĩa sát thực với cộng đồng như tổ chức các phong trào vì nước sạch, vệ sinh môi trường trong các cụm dân cư;

- Vận động các tổ chức như Hội phụ nữ, Đoàn Thanh niên, Hội Cựu chiến binh, Hội Người cao tuổi, học sinh, sinh viên tham gia vào công tác BVMT;

- Các phong trào như xây dựng làng văn hóa, khối phố văn hóa, làng sinh thái cần được phổ biến rộng rãi;

Các xã đạt yêu cầu có cảnh quan, môi trường xanh - sạch - đẹp, an toàn khi đáp ứng các điều kiện sau:

- Hệ thống cây xanh trong các xã nông thôn mới đảm bảo các yêu cầu chủ yếu sau:

+ Phù hợp với quy hoạch được phê duyệt.

+ Không gian xanh trong nông thôn mới được gắn kết với nhau bằng dải cây xanh liên tục trên các đường liên xã, liên thôn và nội đồng.

Việc trồng cây không để ảnh hưởng đến an toàn giao thông, không làm hư hại đến các công trình của nhân dân và các công trình công cộng (không trồng cây dễ đổ, gãy); không gây ảnh hưởng đến vệ sinh môi trường (không tiết ra chất độc hại ảnh hưởng đến sức khỏe con người); không trồng các loài cây thuộc danh mục loài ngoại lai xâm hại theo quy định.

+ Diện tích cây xanh phải đảm bảo bằng hoặc lớn hơn $2m^2$ /người, ưu tiên trồng cây xanh ở các địa điểm công cộng

như: trụ sở xã, nhà trẻ, trường học, trạm y tế xã, trung tâm văn hóa thể thao, các chợ, cửa hàng dịch vụ.

- Các khu vực công cộng (chợ, đường giao thông...) không có hiện tượng xả nước thải, chất thải rắn không đúng quy định, gây mất mỹ quan.

- Hồ ao, suối, kênh mương, cống rãnh, bờ đê, đường làng ngõ xóm, khu vực công cộng được vệ sinh sạch sẽ.

1.3.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND xã:

- Tổ chức trồng cây xanh ở nơi công cộng, đường giao thông và các trục giao thông chính nội đồng.

- Vận động, hướng dẫn người dân chỉnh trang hàng rào, cải tạo vườn.

- Vận động, tuyên truyền cán bộ, đảng viên và nhân dân trồng, chăm sóc hoa kiểng, cây xanh tạo cảnh quan, giữ vệ sinh chung.

- Duy trì phong trào vệ sinh đường làng ngõ xóm; tổng vệ sinh định kỳ hàng tuần, hàng tháng.

- Tổ chức xây dựng 01 khu vườn mẫu, 01 khu dân cư kiểu mẫu để phổ biến áp dụng trên toàn xã

* Các tổ chức xã hội:

- Mặt trận Tổ quốc: Tuyên truyền, vận động nhân dân đoàn kết xây dựng môi trường cảnh quan sạch đẹp, khu dân cư đảm bảo môi trường; thực hiện tiêu chí môi trường. Chỉ đạo điễm khu dân cư xã triển khai các mô hình “Khu dân cư

tự quản BVMT”, “Khu dân cư thực hiện hài hòa xóa đói giảm nghèo và BVMT”.

- Hội nông dân: Đẩy mạnh tuyên truyền, vận động nông dân nâng cao nhận thức về BVMT nông thôn. Tích cực huy động các nguồn lực xây dựng các mô hình về BVMT nông thôn để tuyên truyền, phổ biến và nhân rộng; hướng dẫn hội viên, nông dân phát triển sản xuất gắn với BVMT; tham gia giám sát việc thực hiện pháp luật về BVMT; giữ gìn cảnh quan môi trường xanh - sạch - đẹp.

- Hội phụ nữ: Tham gia xây dựng nông thôn mới bằng cuộc vận động “Xây dựng gia đình 5 không, 3 sạch” do trung ương hội phát động.

- Đoàn TNCS Hồ Chí Minh: Triển khai các công việc cụ thể phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của Đoàn, góp phần xây dựng hạ tầng, cảnh quan ở nông thôn như: tham gia làm mới, tu sửa, dặm vá, phát quang đường giao thông nông thôn; vận động nhân dân làm cột cờ, hàng rào, làm đường điện thấp sáng; làm mới, sửa chữa hệ thống kênh mương nội đồng, nhà văn hóa, nhà nhân ái, trường học, cầu giao thông nông thôn, phát triển làng thanh niên lập nghiệp; công trình cầu nông thôn....

- Cộng đồng dân cư:

+ Thực hiện cải tạo vườn tạp, công ngõ, ao hồ sinh thái, hàng rào cây xanh theo qui định của địa phương.

+ Tham gia các hoạt động vệ sinh công cộng, các phong trào cải thiện môi trường trong khu dân cư do địa phương phát động.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Giám sát thực hiện:

- Cán bộ môi trường xã phối hợp với các trưởng thôn, xóm giám sát người dân thực hiện các qui định về cải thiện môi trường trong khu dân cư.

- Các tổ chức xã hội được giao phát động các phong trào có trách nhiệm giám sát thực hiện, hướng dẫn các hộ dân cải tạo vườn tạp, công ngõ, ao hồ sinh thái.

* Chế độ báo cáo:

- Báo cáo định kỳ: Hàng tháng, cán bộ môi trường, các tổ chức xã hội báo cáo kết quả thực hiện, khó khăn tồn tại cần được hỗ trợ để khắc phục thông qua các cuộc họp giao ban cấp xã.

- Báo cáo tổng kết phong trào, mô hình mẫu: Khi kết thúc các hoạt động phong trào, mô hình mẫu, cần phải tổng kết, đánh giá kết quả đạt được, rút kinh nghiệm để phổ biến nhân rộng và xây dựng kế hoạch cho các hoạt động tiếp theo.

1.3.3. Các mô hình cải thiện môi trường trong khu dân cư nông thôn

a) Mô hình “Ngày chủ nhật xanh”

Vào ngày chủ nhật hằng tuần, các hội viên tập trung dọn vệ sinh môi trường với các biện pháp như thu dọn rác thải, xà bần, nạo vét cống rãnh, trồng và chăm sóc cây xanh, bồn hoa, xóa quảng cáo rao vặt tại các tuyến đường và khu dân cư... Mô hình “Ngày chủ nhật xanh” là một hoạt động có ý nghĩa thực tiễn, vừa là một biện pháp tuyên truyền có tác dụng mạnh mẽ vừa mang lại hiệu quả thiết thực một cách rõ nét nhất, góp phần gìn giữ môi trường khu vực nông thôn ngày càng sạch đẹp hơn.

b) Mô hình “Ngày thứ 7 tình nguyện”

Mô hình do Đoàn Thanh niên thực hiện, tập trung vào các hoạt động thiết thực, cụ thể như: vệ sinh đường làng, ngõ xóm, các đoạn đường thanh niên tự quản, thu gom rác thải, tuyên truyền vệ sinh an toàn thực phẩm... đồng thời vận động nhân dân bỏ rác đúng nơi quy định và phân loại rác thải tại nguồn, không đổ nước thải ra khu vực công cộng; xây dựng, giữ gìn cảnh quan xanh, sạch đẹp, không lấn chiếm lòng, lề đường; không để xe sai quy định...

Tuyên truyền, vận động đoàn viên thanh niên, nhân dân về ý thức BVMT. Hoạt động tình nguyện đã góp phần nâng cao nhận thức của đoàn viên thanh niên trong việc giữ gìn vệ sinh môi trường, đồng thời phát huy vai trò xung kích, tình nguyện của đoàn viên thanh niên.

c) Mô hình “Xây dựng gia đình 5 không 3 sạch”

Do Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam phát động với nội dung bao gồm:

- “5 không” là không đói nghèo, không vi phạm pháp luật, tệ nạn xã hội, không có bạo lực gia đình, không sinh con thứ ba trở lên, không có trẻ suy dinh dưỡng và bỏ học;

- “3 sạch” là sạch nhà, sạch bếp, sạch ngõ”. Tiêu chí sạch ngõ (giữ gìn vệ sinh chung, tham gia quét dọn vệ sinh đường làng, ngõ xóm, ngõ phố. Trồng cây xanh và bảo vệ cây xanh. Không để cây dại mọc bên đường. Không vứt rác thải, không để nước thải chảy ra đường, không để phân động vật ở đường) phù hợp với nội dung “Đường làng ngõ xóm xanh - sạch - đẹp”.

d) Mô hình “Đoạn đường tự quản”:

Tùy từng địa phương, tùy từng khu vực mà việc quản lý “Đoạn đường tự quản” được giao cho Hội Phụ nữ, Đoàn Thanh niên, Hội Cựu chiến binh... Định kỳ mỗi tháng 1-2 lần, các chi hội sẽ tập trung hội viên để thực hiện tổng vệ sinh, quét dọn đường làng, ngõ xóm do tổ chức nhận quản lý.

Mô hình “Đoạn đường tự quản” đã huy động được lượng lớn các hội viên tham gia của các tổ chức đoàn thể tham gia vào công tác vệ sinh đường làng, ngõ xóm và đang được nhân rộng ở nhiều nơi.

đ) Mô hình “Câu lạc bộ Phụ nữ tham gia BVMT”

Trong mô hình này, hội viên câu lạc bộ thường xuyên tổ chức và tham gia các hoạt động như: định kỳ tổng vệ sinh đường làng, ngõ xóm, các hồ nước công cộng ở thôn, tham gia sinh hoạt với các nội dung như tuyên truyền về nước sạch - vệ sinh môi trường, ảnh hưởng của môi trường đối với sức khỏe và cuộc sống.

Mô hình “Câu lạc bộ Phụ nữ tham gia BVMT” cần được nhân rộng do sinh hoạt và hoạt động thường xuyên nên đã nâng cao nhận thức của chị em phụ nữ nói riêng và người dân nói chung về tầm quan trọng của môi trường đối với đời sống và sức khỏe của con người.

e) Mô hình “Chi hội xanh - sạch - đẹp”

Do Hội Phụ nữ hoặc Hội Nông dân huy động hội viên đảm nhận phần việc vệ sinh môi trường trên địa bàn. Tại mỗi chi hội được phân ra thành nhiều nhóm để từ đó mỗi nhóm được giao ở các tuyến đường, khu vực để quản lý vấn đề Vệ sinh môi trường riêng.

Ngoài việc thực hiện phân loại rác và xử lý rác tại nhà, mỗi tháng các hội viên ra quân làm vệ sinh môi trường đường làng, ngõ xóm, các điểm công cộng 1 lần.

Bên cạnh đó, HPN và HND thường xuyên tuyên truyền về vấn đề vệ sinh môi trường, nói chuyện chuyên đề về thực trạng ô nhiễm môi trường ảnh hưởng đến cuộc sống của cộng đồng để từ đó nâng cao nhận thức cho chị em trong việc bảo vệ gia đình và cộng đồng, đặc biệt là góp phần vào việc phát triển kinh tế xã hội và xây dựng nông thôn mới ở địa phương.

g) Mô hình “Làng xã xanh - sạch - đẹp”

Vào thứ 7 hoặc chủ nhật hàng tuần, các thành viên trong Đội tình nguyện có nhiệm vụ dọn vệ sinh, phát quang đường làng ngõ xóm, khơi thông cống rãnh, thu gom rác thải, tuyên truyền nhắc nhở, người dân nâng cao ý thức BVMT, nguồn nước, trồng và chăm sóc cây xanh tạo môi trường xanh - sạch - đẹp.

Điểm khác biệt của mô hình này với mô hình “Đoạn đường thanh niên tự quản” là tất cả các tuyến đường trong khu vực triển khai mô hình đều được các thành viên trong Đội tình nguyện quét dọn vệ sinh.

h) Mô hình “Vườn, nhà xanh - sạch - đẹp”

Do hội nông dân hoặc Hội Phụ nữ tổ chức để vận động người dân trồng cây xanh BVMT, phát động thực hiện mô hình gia đình “3 sạch”, chiều thứ bảy hàng tuần thực hiện quét dọn sân ngõ, làm cỏ trước sân nhà, trồng hoa, cây cảnh, góp phần tạo cảnh quan môi trường xanh - sạch - đẹp.



Các thành viên mô hình
“Làng xã Xanh - Sạch - Đẹp” của
huyện Đồng Hỷ, tỉnh Thái Nguyên tham
gia quét dọn vệ sinh tại
khu công cộng



Các thành viên mô hình
“Làng xã Xanh - Sạch - Đẹp” của
huyện Văn Quan, tỉnh Lạng Sơn
tham gia quét dọn vệ sinh tại
khu công cộng

i) Mô hình “Đẹp nhà, sạch đường, xanh đồng ruộng”

- Lòng đường sạch sẽ; không có nước đọng, rác thải, nước thải trên lòng đường.

- Bố trí đầy đủ và hợp lý các thùng rác công cộng trên tuyến đường có dân cư ở tập trung, rác thải được thu gom hàng ngày và được chuyển về nơi tập trung xử lý.

- Không thả rông súc vật trên đường. Phân gia súc, gia cầm được thu gom, xử lý đảm bảo vệ sinh môi trường.

- Có hệ thống công thoát nước hoặc rãnh thoát nước ở những tuyến đường chưa cứng hóa.

- Tổ chức trồng, chăm sóc và bảo vệ cây xanh trên vỉa hè đường làng, khu phố và khuôn viên các nhà văn hóa thôn, khu phố.

- Không viết, vẽ bừa bãi trên tường; sơn, treo, dán quảng cáo không đúng quy định.

k) Mô hình “Khu dân cư tự quản BVMT”

Tại các khu dân cư thành lập các tổ tự quản, định kỳ hàng tháng, tổ tự quản cùng nhân dân tổng vệ sinh và duy trì liên tục việc này thành nề nếp, tạo thành thói quen, nâng cao nhận thức nhân dân đối với việc BVMT.

l) Các mô hình cải tạo vườn tạp

Do đặc điểm tự nhiên khác nhau mỗi vùng áp dụng một mô hình cải tạo riêng, tuy nhiên có thể tổng hợp thành các mô hình chính sau đây:

- Mô hình vườn chuyên canh: Mỗi một vụ trong vườn chỉ trồng 1 loại cây hoặc chỉ trồng cây lâu năm giá trị kinh tế cao như vườn hoa cải ở Mộc Châu, Sơn La.

- Mô hình xen canh: Trong vườn trồng nhiều loại cây, thu hoạch vào nhiều thời điểm.



Khu vườn mẫu trồng cam
thôn Nam Trà, xã Hương Trà,
huyện Hương Khê, tỉnh Hà Tĩnh



Khu vườn mẫu trồng rau
tại thôn Yên Mỹ, xã Cẩm Yên,
huyện Cẩm Xuyên, tỉnh Hà Tĩnh

- Mô hình vườn - ao - chuồng (VAC): Kết hợp giữa trồng trọt, chăn nuôi và nuôi trồng thủy sản tạo nên một hệ sinh thái khép kín. Hiện nay, có nhiều biến thể của mô hình VAC điển hình vừa có tác dụng cải thiện môi trường vừa tăng hiệu quả sản xuất.

1.3.4. Các mẫu đường làng, ngõ xóm xanh - sạch - đẹp

- Đường bê tông có rãnh thoát nước và hàng cây bụi 2 bên đường.



Đường làng sạch sẽ ở khu dân cư kiểu mẫu thôn Nam Trà, xã Hương Trà (Hà Tĩnh)



Đường bê tông, rãnh thoát nước 2 bên đường có nắp đậy kín

- Đường bê tông có trồng hoa ở 2 bên đường



Tuyến đường ở xã Xuân Bắc, huyện Xuân Lộc, tỉnh Đồng Nai



Tuyến đường xã Xuân Phú, huyện Xuân Lộc, tỉnh Đồng Nai



Trồng hoa ven đường ở Diên Khánh,
tỉnh Khánh Hòa



Đường hoa ở xã Hải Quang,
huyện Hải Hậu, tỉnh Nam Định

- Đường rải nhựa với hàng rào cây xanh ven đường



Hàng rào cây xanh ven đường rải nhựa

Hướng dẫn về các loại hàng rào tạo cảnh quan tại Phú lục 9.

1.4. Tiêu chí 1.4. Mai táng phù hợp với quy định và theo quy hoạch

1.4.1. Quy định chung

Hiện nay hoạt động mai táng, hỏa táng ở nhiều địa phương có những tập tục khác nhau nhưng nhìn chung cần bảo đảm vấn đề vệ sinh để phòng ngừa tác động xấu có thể ảnh hưởng đến sức khỏe của những người ở chung quanh và môi trường sinh sống. Việc bảo đảm vệ sinh trong mai táng,

hỏa táng phải được thực hiện đúng quy định về vệ sinh của Bộ Y tế và pháp luật về BVMT.

- Quy hoạch mai táng:

Căn cứ theo quy định tại Điều 84 Luật BVMT quy định Khu mai táng, hỏa táng phải đảm bảo các yêu cầu:

- Phù hợp với quy hoạch;

- Có vị trí, khoảng cách đáp ứng yêu cầu về vệ sinh môi trường;

- Không gây ô nhiễm nguồn nước và môi trường xung quanh. Việc mai táng, hỏa táng phải bảo đảm yêu cầu về vệ sinh môi trường.

- Vệ sinh trong mai táng, hỏa táng

Khi mai táng phải được thực hiện trong các nghĩa trang theo đúng quy định của pháp luật. Trường hợp mai táng người do mắc các bệnh truyền nhiễm, bắt buộc phải cách ly theo quy định của Bộ Y tế và phải được xử lý đúng quy trình: Trước khi mai táng phải phun dung dịch hoá chất diệt khuẩn thuộc danh mục các hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế đã được đăng ký lưu hành như dung dịch chloramin B nồng độ 5% hoặc rắc một lớp vôi bột xung quanh nơi chôn trước khi lấp đất, phải phun dung dịch hoá chất diệt khuẩn thuộc danh mục các hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế đã được đăng ký lưu hành như dung dịch chloramin B nồng độ 5% hoặc rắc một lớp vôi bột ở xung quanh.

- Trường hợp mai táng trong khi ngập lụt phải chọn nơi mai táng cao không có nguy cơ ngập nước.

- Trường hợp mai táng với số lượng lớn mà không có điều kiện mai táng theo từng phần mộ riêng biệt, có thể tiến hành mai táng tập thể nhưng phải đảm bảo các yêu cầu như: Chỉ được tiến hành mai táng tập thể tại các nghĩa trang hoặc những vị trí đáp ứng được các quy định trong quy chuẩn kỹ thuật về quy hoạch xây dựng nghĩa trang được ban hành. Phải có hệ thống thông khí, hệ thống thu gom và xử lý nước rỉ thoát ra từ mộ tập thể.

- Đối với những trường hợp hỏa táng thì khi hỏa táng phải được hỏa táng tại các nhà hỏa táng đáp ứng đủ các điều kiện quy định cần thiết.

- Vệ sinh đối với người tham gia hoạt động mai táng, hỏa táng

Người trực tiếp tham gia mai táng, hỏa táng người chết do mắc các bệnh truyền nhiễm phải cách ly theo quy định của Bộ Y tế và phải sử dụng các trang bị bảo hộ cá nhân như mũ, kính mắt, khẩu trang, quần áo, ủng, găng tay trong suốt quá trình thực hiện công việc; khử khuẩn tay bằng dung dịch chloramin B 2% hoặc bằng các hoá chất diệt khuẩn thuộc danh mục các hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế đã được đăng ký lưu hành và thực hiện các hoạt động vệ sinh cá nhân khác sau khi công việc kết thúc.

Người làm nghề mai táng, hỏa táng chuyên nghiệp phải được khám sức khỏe định kỳ ít nhất 6 tháng 1 lần.

Người trực tiếp cải táng phải sử dụng trang bị bảo hộ cá nhân như khẩu trang, găng tay trong suốt quá trình thực hiện công việc.

Người trực tiếp tham gia mai táng, hỏa táng người chết do các nguyên nhân thông thường phải khuyến khích sử

dụng các trang bị bảo hộ cá nhân như khẩu trang, găng tay trong suốt quá trình thực hiện công việc; sau khi công việc kết thúc phải rửa tay bằng xà phòng hoặc khử khuẩn tay bằng chloramin B hoặc bằng các hoá chất diệt khuẩn thuộc danh mục các hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế đã được đăng ký lưu hành.

Việc vệ sinh trong mai táng đã được Bộ Y tế hướng dẫn một cách cụ thể và vệ sinh đối với người tham gia các hoạt động mai táng, hỏa táng với mục đích là bảo đảm những yêu cầu cần thiết, không ảnh hưởng đến sức khỏe của những người tham gia hoạt động này cũng như những người ở chung quanh và không làm ô nhiễm môi trường. Mặc dù việc mai táng và hỏa táng người chết được thực hiện trên tinh thần tôn trọng các quyền tự do tín ngưỡng, phong tục tập quán của người dân ở địa phương nhưng bên cạnh đó người dân cũng phải nghiêm túc thực hiện đúng những quy định về vấn đề bảo đảm vệ sinh theo yêu cầu vì sức khỏe cộng đồng và môi trường sống, góp phần thực hiện nếp sống văn minh trong xã hội hiện đại.

- Văn hoá và các giải pháp hài hoà mục tiêu môi trường và văn hoá địa phương trong hoạt động mai táng.

Tại một số địa phương, hủ tục mai táng ngay “tại vườn nhà” không chỉ ảnh hưởng đến cuộc sống của những hộ dân sinh sống xung quanh mà còn làm mất đi mỹ quan đô thị và đây là hành vi vi phạm pháp luật về vệ sinh môi trường. Vấn đề này khiến những nhà quản lý gặp nhiều khó khăn và lúng túng trong việc xử lý.

Nguyên nhân của tình trạng này trước hết là do nhận thức chưa đúng về khoa học môi trường, về pháp luật và cả

về văn hóa, đạo đức xã hội của người vi phạm. Cũng có khi xuất phát từ sự háo danh hoặc từ những tranh chấp dân sự trong nội bộ gia đình, dòng họ... Nhưng những nguyên nhân thuộc về khách quan như tình trạng quá tải hoặc chính quyền địa phương chưa dành quỹ đất chung; chưa làm tốt công tác tuyên truyền, giáo dục, thậm chí nhiều nơi cơ quan chức năng của Nhà nước còn ngại va chạm, sợ “vi phạm đạo đức” vì “nghĩa tử là nghĩa tận”... nên có biết cũng làm ngơ không xử lý, làm cho cư dân xung quanh rất bức xúc dẫn đến khiếu nại, mà khiếu nại không được giải quyết, đành phải chấp nhận sống chung với mồ mả, làm ảnh hưởng đến sức khỏe và sự sợ hãi thường trực về tâm lý, làm đảo lộn cuộc sống thường ngày.

Về mặt vệ sinh môi trường, ai cũng có thể biết, nếu mai táng trong khu dân cư thì sẽ dẫn đến ô nhiễm môi trường, đặc biệt là ô nhiễm môi trường đất, ô nhiễm nguồn nước... Trong thực tế, vấn đề này đã và đang gây ra nhiều hệ lụy.

Pháp luật đã quy định rất rõ vấn đề này. Tại khoản 1 Điều 84 Luật BVMT 2014 quy định khu mai táng, hỏa táng phải bảo đảm các yêu cầu: Phù hợp với quy hoạch; có vị trí, khoảng cách đáp ứng yêu cầu về vệ sinh môi trường, cảnh quan khu dân cư; không gây ô nhiễm nguồn nước và môi trường xung quanh. Tại khoản 3 Điều 12, khoản 3 Điều 162 Luật Đất đai năm 2013), Nhà nước nghiêm cấm “sử dụng đất không đúng mục đích” và “Nghiêm cấm việc lập nghĩa trang, nghĩa địa trái với quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt”.

Cũng tại Nghị định 35/2008 NĐ-CP ngày 25/3/2008; Thông tư 02/2009 của Bộ Y tế hướng dẫn vệ sinh trong hoạt động mai táng, hỏa táng và Nghị định số 23/2015/NĐ - CP ngày 5/4/2016, có hiệu lực từ ngày 27/5/2016 hoạt động mai

táng phải thực hiện trong nghĩa trang và phải tuân thủ các quy trình chặt chẽ về vệ sinh.

1.4.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND xã:

- Quản lý đối với nghĩa trang cấp xã (diện tích < 10ha), nghĩa trang thôn bản dòng họ, các phần mộ riêng lẻ.

- Xây dựng và ban hành quy chế quản lý nghĩa trang trên địa bàn quản lý, vận động người dân thực hiện chôn cất tập trung trong khu nghĩa trang theo quy hoạch.

- Tổ chức tuyên truyền, vận động các hộ gia đình ký cam kết thực hiện táng người chết trong nghĩa trang. Trường hợp cố tình vi phạm phải lập biên bản hiện trạng thông báo tình hình vi phạm trên hệ thống thông tin đại chúng và xử lý theo quy định của pháp luật hiện hành.

- Hướng dẫn các tổ chức, hộ gia đình thực hiện nội dung 17.4.

* Đơn vị quản lý nghĩa trang:

- Thực hiện quản lý nghĩa trang theo quy định tại Điều 19 Nghị định số 23/2016/NĐ-CP ngày 05 tháng 4 năm 2016 của Chính phủ về xây dựng, quản lý, sử dụng nghĩa trang và cơ sở hỏa táng;

- Lập, trình quy chế quản lý nghĩa trang và thực hiện quản lý nghĩa trang theo quy chế đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt hoặc thỏa thuận theo quy định;

- Lập giá dịch vụ nghĩa trang trình cơ quan có thẩm quyền thẩm định, phê duyệt theo quy định;

- Cung cấp các dịch vụ nghĩa trang cho người sử dụng, bảo đảm chất lượng dịch vụ theo quy định;

- Xử lý nước thải trong nghĩa trang đảm bảo quy chuẩn môi trường theo quy định, ký hợp đồng với đơn vị thu gom, vận chuyển, xử lý chất thải rắn hoặc tự xử lý chất thải rắn phát sinh từ nghĩa trang tuân thủ theo các quy định của pháp luật về quản lý chất thải.

- Báo cáo về tình hình quản lý, sử dụng nghĩa trang hàng năm với UBND xã;

- Thực hiện trách nhiệm khác theo quy định của pháp luật.

* Trách nhiệm của người sử dụng dịch vụ nghĩa trang:

- Tuân thủ các quy định của nghĩa trang và các quy định của pháp luật;

- Thực hiện các trách nhiệm theo thỏa thuận với đơn vị quản lý Nghĩa trang;

- Cung cấp lý lịch mộ, tro cốt để đơn vị quản lý Nghĩa trang lập hồ sơ lưu trữ, quản lý;

- Tham gia, đóng góp ý kiến với cơ quan quản lý Nhà nước về các vấn đề liên quan đến nghĩa trang;

- Chi trả kinh phí dịch vụ nghĩa trang.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Chế độ giám sát:

- UBND xã thực hiện thanh tra, kiểm tra, xử lý theo thẩm quyền hoặc kiến nghị cấp trên xử lý các hành vi vi phạm trong việc thực hiện các qui định xây dựng nghĩa trang thuộc địa bàn quản lý;

- Tổ chức kiểm tra, xử lý theo thẩm quyền các hành vi vi phạm về quản lý sử dụng nghĩa trang trên địa bàn xã.

* Chế độ báo cáo:

- Đơn vị, cá nhân quản lý nghĩa trang thực hiện báo cáo với UBND xã định kỳ 2 lần/năm (vào thời điểm ngày 30/6 và 31/12 hằng năm);

- Thực hiện báo cáo đột xuất theo yêu cầu của các cơ quan quản lý Nhà nước;

- Báo cáo đột xuất trình cấp có thẩm quyền về tình hình vi phạm các qui định về xây dựng, quản lý nghĩa trang trên địa bàn quản lý;

- Báo cáo gửi về UBND xã để tổng hợp đánh giá khi công nhận xã đạt chuẩn nông thôn mới.

1.4.3. Quy chế quản lý nghĩa trang

Các nghĩa trang phải có quy chế quản lý. Nội dung cơ bản của quy chế quản lý nghĩa trang bao gồm:

a) Qui định chung:

- Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng;
- Giải thích từ ngữ;
- Nguyên tắc quản lý và sử dụng nghĩa trang;
- Chính sách áp dụng đối với các đối tượng đặc biệt;
- Các hành vi bị cấm.

b) Qui định về quản lý nghĩa trang:

- Nội dung quản lý trực tiếp nghĩa trang;
- Bảo vệ, chăm sóc, tu bổ nghĩa trang;

- Vệ sinh trong các hoạt động táng và vệ sinh môi trường trong nghĩa trang;

- Lập và lưu trữ hồ sơ nghĩa trang;

- Xác định các vị trí các phần mộ trong nghĩa trang ;

- Sử dụng đất trong nghĩa trang ;

- Xây mới, tu bổ phần mộ nghĩa trang ;

- Kinh phí quản lý nghĩa trang và giá dịch vụ nghĩa trang.

c) Qui định về sử dụng dịch vụ nghĩa trang

- Quyền lợi của người sử dụng dịch vụ nghĩa trang

- Trách nhiệm của người sử dụng dịch vụ nghĩa trang

d) Tổ chức thực hiện:

- Trách nhiệm của UBND xã;

- Trách nhiệm của đơn vị quản lý nghĩa tra;

- Trách nhiệm của người sử dụng dịch vụ nghĩa trang.

1.4.4. Các hình thức mai táng

a) Tiêu chí lựa chọn hình thức mai táng ở nông thôn:

Việc lựa chọn công nghệ mai táng người chết phải dựa vào các tiêu chí phù hợp với các điều kiện của khu vực nông thôn như sau:

- Về vệ sinh môi trường: Phải đảm bảo vệ sinh môi trường, không ảnh hưởng đến môi trường đất, nước mặt, nước ngầm; không phát tán các mầm bệnh ra môi trường xung quanh.

- Việc mai táng phải phù hợp với tín ngưỡng, phong tục, tập quán tốt, truyền thống văn hóa và nếp sống văn minh hiện đại.

- Vệ sinh trong mai táng, hỏa táng và vệ sinh trong xây dựng, quản lý, sử dụng nghĩa trang, cơ sở hỏa táng thực hiện theo quy định của Bộ Y tế.

b) Các hình thức mai táng:

* Hung táng: Hung táng là hình thức địa táng lần đầu thi hài trong một khoảng thời gian nhất định (3 - 5 năm) để quá trình phân hủy các tổ chức tế bào phần mềm cơ thể người chết xảy ra hoàn toàn, sau đó sẽ được cải táng sang hình thức khác.

- Cấu tạo mộ, huyệt:

+ Kích thước mộ (dài x rộng x cao): 2,4m x 1,4m x 0,8m.

+ Kích thước huyệt mộ (dài x rộng x sâu): 2,2m x 0,9m x 1,5m.

- Điều kiện áp dụng: Chỉ phù hợp với khu vực đất cao, thuộc loại nhóm hạt cát có kích thước hạt từ 0,6 - 2 mm, độ ẩm của đất từ 50 - 70%.

* Chôn cất một lần (sử dụng quách hoặc mộ huyệt bằng bê tông): Chôn cất một lần là hình thức chôn cất vĩnh viễn người chết trong đất, không tiến hành cải táng.

- Cấu tạo mộ, huyệt:

+ Kích thước mộ (dài x rộng): 2,4m x 1,4m.

+ Kích thước huyệt mộ (dài x rộng x sâu): 2,2m x 0,9m x 1,5m

+ Thành và đáy huyệt mộ được đổ bằng bê tông, quan tài sau khi đã được hạ huyệt sẽ được tiếp tục đổ vữa bê tông lấp kín mộ. Phần nổi được xây kiên cố bằng gạch, đá...

- Điều kiện áp dụng: Phù hợp với mọi khu vực, đặc biệt là khu vực thường xuyên bị ngập lụt, khu vực đất cát.

* Hỏa táng: Hỏa táng là hình thức thiêu xác người chết hoặc hài cốt sau cải táng ở nhiệt độ cao. Áp dụng được với mọi vùng miền.

* Cát táng: Là hình thức địa táng hài cốt sau khi được hung táng.

- Cấu tạo mộ, huyệt:

+ Kích thước mộ (dài x rộng x cao): 1,5m x 1m x 0,8m.

+ Kích thước huyệt mộ (dài x rộng x sâu): 1,2 x 0,9m x 0,8m.

+ Thành và đáy huyệt mộ được đổ bằng bê tông hoặc gạch xây; tiểu sành sau khi được hạ huyệt sẽ được đổ cát hoặc vữa bê tông. Phần nổi được xây kiên cố bằng gạch, đá...

- Điều kiện áp dụng: Phù hợp với mọi khu vực.

* Địa hỏa táng:

Là hình thức chôn tro thi hài, hài cốt sau khi đã hỏa táng thi hài, hài cốt.

- Cấu tạo mộ, huyệt:

+ Kích thước mộ (dài x rộng x cao): 1,5m x 1m x 0,8m.

+ Kích thước huyệt mộ (dài x rộng x sâu): 1,2 x 0,9m x 0,8m.

+ Thành và đáy huyệt mộ được đổ bằng bê tông hoặc gạch xây; tiểu sành sau khi được hạ huyệt sẽ được đổ cát hoặc vữa bê tông. Phần nổi được xây kiên cố bằng gạch, đá...

- Điều kiện áp dụng: Phù hợp với mọi khu vực.

1.4.5. Các hạng mục công trình trong nghĩa trang cấp xã

a) Yêu cầu chung về các ngôi mộ:

Diện tích đất xây dựng cho mỗi mộ hung táng tối đa không quá $10,64\text{m}^2$, mộ chôn cất một lần tối đa không quá $9,36\text{m}^2$ và mộ cát táng tối đa không quá $4,48\text{m}^2$ (bao gồm cả đường đi và khoảng cách giữa các ngôi mộ).

b) Thu gom và xử lý chất thải rắn:

Trong nghĩa trang phải đặt các thùng rác công cộng. Khu tập kết và xử lý chất thải rắn được xây dựng tại nơi hung táng, diện tích tối đa 15m^2 , sàn đổ bê tông, tường lửng bao xung quanh cao 60cm xây bằng gạch chỉ đặc, có rãnh thoát nước và hố ga lắng nước thải.

c) Cổng nghĩa trang:

Cổng nghĩa trang được xây dựng với kích thước phù hợp với điều kiện thực tế và phía trên có gắn biển tên nghĩa trang.

d) Hàng rào xung quanh:

Hàng rào bằng tường xây kiên cố hoặc bằng cây xanh. Sử dụng các loại cây phù hợp như bằng lăng, keo, bạch đàn. Xen kẽ giữa các cây thân gỗ trồng các loại cây bụi như hoa râm bụt, thanh táo, cúc tần, chuối ngọc...

e) Đường nội bộ:

Đường nội bộ được đổ bê tông có hệ thống thoát nước

f) Nhà tưởng niệm:

Được xây dựng theo dạng nhà cấp 4, diện tích tối thiểu 15m^2 , mái đổ bê tông hoặc lợp ngói, trong nhà có xây bệ thờ để thấp hương, phía trước và hai bên để thoáng.

g) Hệ thống rãnh thoát nước mặt:

Hệ thống rãnh thoát nước mặt được xây dựng dọc theo các tuyến đường chính, đường nhánh và xung quanh nghĩa trang.

h) Hệ thống xử lý nước thải:

Trong khu nghĩa trang, cần thiết kế xây dựng hệ thống thoát nước riêng bao gồm tuyến thoát nước mưa chảy tràn và tuyến thoát nước thải sinh hoạt.

1.4.6. Giải pháp cho các nghĩa trang cấp xã

a) Cải tạo và mở rộng các nghĩa trang hiện có

Cải tạo và mở rộng nghĩa trang là thực hiện việc chỉnh trang, nâng cấp các công trình trong nghĩa trang hiện đang sử dụng và xây dựng theo tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật hiện hành đối với diện tích mở rộng nhằm bảo đảm về cảnh quan, môi trường. Đối với nghĩa trang cải tạo, cần thực hiện các công tác sau:

- Xác lập ranh giới nghĩa trang theo quy hoạch đã được phê duyệt (nếu chưa có);

- Trồng cây xanh hoặc hàng rào bao quanh, cây xanh trong nghĩa trang;

- Cải tạo, chỉnh trang, nâng cấp các công trình hạ tầng kỹ thuật trong nghĩa trang;

- Đối với diện tích đất chưa sử dụng phải phân khu vực táng rõ ràng, phân lô mộ, nhóm mộ, hàng mộ, quy định về diện tích, kích thước và kiến trúc mộ.

b) Xây dựng mới nghĩa trang

Xây dựng mới nghĩa trang là việc tổ chức không gian kiến trúc, phân khu chức năng và hệ thống hạ tầng kỹ thuật

trong nghĩa trang theo quy hoạch nhằm khai thác, sử dụng có hiệu quả về đất đai và đáp ứng yêu cầu về cảnh quan, BVMT. Đối với nghĩa trang xây dựng mới, cần thực hiện các công tác sau:

- Phân chia thành nghĩa trang thành các khu 02 khu là khu chôn cất (chôn cất 1 lần hoặc hung táng) và khu cải táng;
- Xây dựng hệ thống hạ tầng kỹ thuật trong nghĩa trang;
- Các ngôi mộ chôn cất phải đúng theo hàng lối; đảm bảo quy cách, kích thước theo quy định.

c) Đóng cửa nghĩa trang

Đóng cửa đối với các nghĩa trang không còn diện tích sử dụng, không có điều kiện mở rộng hoặc gây ô nhiễm môi trường vượt quá TCCP mà không có khả năng khắc phục. Đối với nghĩa trang đóng cửa, cần thực hiện các công tác sau:

- Khắc phục ô nhiễm môi trường trước khi đóng cửa nghĩa trang (nếu có);
- Cải tạo, chỉnh trang lại hệ thống hạ tầng kỹ thuật, mộ chí và các công trình trong nghĩa trang, trồng cây xanh, thảm cỏ trong và xung quanh nghĩa trang;
- Các nghĩa trang trong đô thị hoặc trong khu dân cư nông thôn phải có tường rào hoặc hàng rào cây xanh bao quanh với chiều cao đủ bảo đảm cho dân cư xung quanh không bị ảnh hưởng;
- Đối với nghĩa trang nằm bên đường quốc lộ phải trồng cây xanh ngăn cách bảo đảm không ảnh hưởng tới mỹ quan, người tham gia giao thông.

d) Di chuyển nghĩa trang và các phần mộ riêng lẻ

Di chuyển nghĩa trang và các phần mộ riêng lẻ là thực hiện việc chuyển thi hài, hài cốt trong nghĩa trang hoặc ngoài nghĩa trang không nằm trong quy hoạch (hoặc gây ô nhiễm môi trường) đến một nghĩa trang khác được xây dựng theo quy hoạch. Đối với di chuyển nghĩa trang và các phần mộ riêng lẻ, cần thực hiện các công tác sau:

- Thông báo về việc di chuyển nghĩa trang và các phần mộ riêng lẻ;

- Khi vận chuyển hài cốt phải đựng hài cốt trong các vật dụng kín, không thấm nước.



Cổng nghĩa trang
được xây dựng kiên cố



Nhà tưởng niệm nghĩa trang
làng Đại Tự



Đường nội bộ trong nghĩa trang
được bê tông hóa và rãnh thoát nước



Các ngôi mộ được xây dựng đúng
qui cách và sắp đặt theo hàng lối



Khu vực hung táng và cát táng
được phân khu rõ rệt



Các ngôi mộ khu vực hung táng
được sắp xếp gọn gàng,
đảm bảo vệ sinh môi trường

*Một số hình ảnh nghĩa trang miền Đại Tự,
xã Đại Tự, huyện Yên Lạc*

1.5. Chỉ tiêu 17.5: Chất thải rắn trên địa bàn và nước thải khu dân cư tập trung, cơ sở sản xuất - kinh doanh được thu gom, xử lý theo quy định

1.5.1. Quy định chung

a) Về nước thải

* Yêu cầu về hệ thống tiêu thoát nước:

Các điểm dân cư tập trung của thôn, xã phải có hệ thống tiêu thoát nước mưa và nước thải sinh hoạt (sau đây gọi là hệ thống thoát nước). Hệ thống thoát nước phải đảm bảo quy định tại QCVN 14:2009/BXD - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về Quy hoạch xây dựng nông thôn, cụ thể:

- Mỗi khu dân cư tập trung của thôn, xã phải có hệ thống tiêu thoát nước mưa, nước thải bảo đảm nhu cầu tiêu thoát nước của khu vực, không có hiện tượng tắc nghẽn, tù đọng nước thải và ngập úng.

- Tối thiểu phải thu gom đạt 80% lượng nước cấp; đối với các khu vực trung du, miền núi, khu vực dân cư không tập trung cho phép giảm chỉ tiêu thu gom nước thải sinh hoạt đạt 60% lượng nước cấp;

- Đối với khu vực không thể xây dựng hệ thống tiêu thoát nước tập trung (do địa hình khó khăn), hộ gia đình phải có công trình thu gom và xử lý nước thải như bể tự hoại hoặc hố ga lắng cặn trước khi thải ra môi trường. Nước thải hộ gia đình không chảy tràn, đổ thải bừa bãi ra đường làng, ngõ xóm, không tạo thành các vũng, ao tù nước đọng.

* Về xử lý nước thải:

- Đối với nước thải khu dân cư tập trung: có điểm thu gom nước thải và áp dụng biện pháp xử lý phù hợp nước thải trước khi đổ vào các kênh, mương, sông, suối, ao, hồ (công nghệ đơn giản; chi phí đầu tư, chi phí vận hành và bảo dưỡng thấp; quản lý vận hành đơn giản, dễ thực hiện).

- Đối với nước thải của cơ sở sản xuất, kinh doanh: thực hiện theo quy định tại chỉ tiêu 17.2 và 17.7.

b) Về chất thải rắn

- Không để xảy ra tình trạng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y, sản phẩm xử lý môi trường nông nghiệp hết hạn hoặc các vỏ bao bì, dụng cụ đựng các sản phẩm này sau khi sử dụng hoặc phụ phẩm nông nghiệp bị vứt, đổ bừa bãi ra môi trường; thu gom, vận chuyển và xử lý toàn bộ lượng bao bì thuốc bảo vệ thực vật sau khi sử dụng phát sinh trên địa bàn theo quy định tại Thông tư liên tịch số 05/2016/TTLT-

BNNPTNT-BTNMT ngày 16 tháng 5 năm 2016 về hướng dẫn việc thu gom, vận chuyển và xử lý bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng.

- Phân loại, thu gom, vận chuyển, xử lý chất thải rắn y tế theo quy định tại Thông tư liên tịch số 58/2015/TTLT-BYT-BTNMT ngày 31 tháng 12 năm 2015 quy định về quản lý chất thải y tế.

- Phân loại, phân định, thu gom riêng, cách ly phù hợp trong quá trình vận chuyển và chuyển giao cho đơn vị có chức năng xử lý theo quy định của pháp luật về quản lý chất thải nguy hại đối với toàn bộ các loại chất thải rắn nguy hại phát sinh trên địa bàn.

- Đối với chất thải rắn sinh hoạt:

+ Chất thải rắn từ hộ gia đình phải được phân loại, thu gom và xử lý:

Chất thải hữu cơ: dùng cho chăn nuôi gia súc; xử lý bằng cách chôn lấp cùng với phân gia súc trong đất ruộng, vườn để làm phân bón cho nông nghiệp;

Chất thải vô cơ: xử lý tập trung (tái chế, chôn lấp...).

+ Có phương án phù hợp để thu gom, vận chuyển chất thải rắn sinh hoạt đến khu xử lý chất thải rắn hợp vệ sinh, trong đó nêu rõ:

- Đơn vị phụ trách thu gom, vận chuyển;
- Chung loại, số lượng phương tiện vận chuyển;
- Cách thức phân loại (nếu có);

- Phương án chôn lấp chất thải rắn hữu cơ tại các hộ gia đình (nếu có);

- Tần suất, lịch trình thu gom đối với từng cụm dân cư;

- Vị trí các điểm trung chuyển (nếu có).

- Điểm tập kết chất thải rắn trong khu dân cư (nếu có) phải đáp ứng yêu cầu:

- + Ở khu vực đồng bằng: mỗi thôn có một điểm tập kết/trạm trung chuyển; khu vực miền núi: mỗi thôn có 2 - 3 điểm tập kết/trạm trung chuyển.

- + Trạm trung chuyển và các phương tiện vận chuyển chất thải rắn phải đảm bảo yêu cầu vệ sinh môi trường; .khoảng cách ly vệ sinh đạt $\geq 20m$.

Các hộ gia đình tại vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa chưa có hệ thống thu gom phải thực hiện xử lý chất thải theo hướng dẫn của chính quyền địa phương, không được đổ chất thải ra đường, ao hồ, sông suối, kênh rạch.

c) Có Hương ước, quy ước đối với từng khu dân cư với sự tham gia của tất cả các hộ gia đình, cơ sở cam kết thực hiện đúng các quy định về BVMT trong đó có quy định quản lý, xử lý chất thải rắn, nước thải.

1.5.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND xã:

- Xây dựng và ban hành các văn bản qui định, mức thu phí và mức xử phạt hành chính trong quản lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung trên địa bàn xã.

- Thường xuyên tổ chức kiểm tra việc thực hiện các qui định về quản lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung, xử lý kịp thời các hành vi vi phạm trên địa bàn xã.

- Duy trì sự hoạt động của HTX dịch vụ vệ sinh môi trường thu gom, xử lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung theo đúng qui trình kỹ thuật.

- Là chủ đầu tư các công trình xử lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung trên địa bàn xã.

* Các tổ chức đoàn thể:

Mặt trận Tổ quốc, Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Cựu chiến binh... phối hợp với UBND xã, trường thôn tuyên truyền vận động nhân dân thực hiện các qui định về vệ sinh môi trường và quản lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung.

* Trường thôn/khu phố:

- Phổ biến các qui định về quản lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung đến các tổ chức, hộ gia đình và cá nhân trên địa bàn quản lý.

- Tham gia giám sát việc thực hiện qui định quản lý, thông báo kịp thời với cơ quan chức năng các vi phạm hành chính về quản lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung trên địa bàn quản lý.

- Đôn đốc các tổ chức, hộ gia đình nộp phí VSMT theo qui định

- Tổ chức cho cộng đồng làm vệ sinh công cộng, quét dọn đường làng, ngõ xóm.

* Tổ chức dịch vụ vệ sinh môi trường:

- Hướng dẫn và giám sát các tổ chức, cơ quan, hộ gia đình thực hiện phân loại và đổ rác đúng nơi qui định.

- Quét dọn các trục đường chính, khơi thông cống rãnh.

- Thu gom, vận chuyển toàn bộ CTR phát sinh trong khu dân cư đến khu xử lý.

- Quản lý, vận hành khu xử lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung theo qui trình qui định.

- Tổ chức thu tiền dịch vụ VSMT đối với các tổ chức, cá nhân và nước thải của các khu dân cư tập trung trên địa bàn xã.

* Các hộ gia đình, tổ chức:

- Đối với nơi đã có tổ chức dịch vụ thu gom, xử lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung:

+ Phân loại rác và chứa rác trong các dụng cụ: xô, thùng, bao, túi do gia đình tự mua sắm và để trong khuôn viên gia đình, cơ quan.

+ Đổ rác vào các thời gian qui định, không đổ rác bừa bãi ra vỉa hè, đường làng, kênh mương.

+ Tổ chức quét dọn các ngõ nhỏ, nhánh nhỏ.

+ Bao gói thuốc bảo vệ thực vật phải bỏ vào các điểm tập kết qui định, không vất bừa bãi ra bờ ruộng, lòng kênh.

+ Xác súc vật chết do dịch bệnh phải được để riêng và báo cơ quan thú y và HTX dịch vụ vệ sinh môi trường thu gom riêng.

+ Chấp hành các qui định về nộp tiền dịch vụ thu gom, xử lý rác thải.

+ Tuân thủ các qui định quản lý chất thải do UBND xã ban hành.

+ Xử lý sơ bộ nước thải tại hộ gia đình và đầu nối vào hệ thống thoát nước và xử lý nước thải.

- Đối với vùng sâu, vùng xa chưa có dịch vụ thu gom, xử lý CTR và nước thải của các khu dân cư tập trung.

+ Tự thu gom, xử lý rác thải trong khuôn viên theo hướng dẫn của địa phương.

+ Không đổ rác thải ra đường, nơi công cộng, sông suối...

+ Thu gom, xử lý nước thải tại hộ gia đình bằng các giếng thấm, bãi lọc trồng cây trước khi thải vào môi trường.

* Các hộ bị ảnh hưởng:

- Giám sát việc thực hiện qui chế quản lý chất thải nông thôn trên địa bàn xã.

- Phản ánh kịp thời với chính quyền địa phương các trường hợp vi phạm, gây ô nhiễm môi trường.

- Đấu tranh với các hành vi xả chất thải chưa qua xử lý gây ô nhiễm môi trường

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Giám sát cộng đồng:

Thành lập ban giám sát cộng đồng, bao gồm cán bộ môi trường, trưởng thôn, các tổ chức đoàn thể. Nhiệm vụ của Ban giám sát cộng đồng gồm:

- Giám sát việc thực hiện các qui chế quản lý chất thải nông thôn, phân loại rác tại hộ gia đình, đổ rác đúng thời gian và địa điểm qui định.

- Giám sát việc nộp phí VSMT.

- Giám sát tổ chức dịch vụ thu gom, xử lý chất thải theo đúng qui trình qui định.

- Giám sát ô nhiễm môi trường tại các điểm tập kết và khu xử lý rác thải.

- Tuyên truyền về tác hại của đồ rác bừa bãi và xử lý rác không hợp vệ sinh.

- Giám sát vận hành hệ thống thoát nước và xử lý nước thải của các khu dân cư tập trung.

* Chế độ báo cáo:

- Báo cáo thường xuyên các trường hợp không thực hiện đúng các qui định về thu gom, xử lý CTR nông thôn.

- Báo cáo kết quả hoạt động của tổ chức dịch vụ môi trường định 6 tháng và báo cáo cuối năm.

- Báo cáo của các đơn vị quản lý vận hành về hiện trạng môi trường của khu xử lý cho các cơ quan quản lý môi trường cấp huyện.

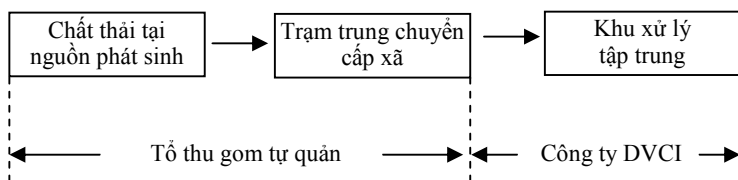
- Báo cáo kiểm tra định kỳ và đột xuất của các cơ quan chức năng về tình hình thu gom, xử lý CTR và trên địa bàn xã.

1.5.3. Tổ chức dịch vụ thu gom, xử lý chất thải rắn nông thôn

Dưới đây giới thiệu một số hình thức tổ chức dịch vụ môi trường nông thôn để các địa phương có thể tham khảo:

a) Công ty dịch vụ công ích (DVCI) phối hợp với tổ thu gom tự quản cấp xã

Đây là hình thức kết hợp giữa doanh nghiệp dịch vụ công ích với tổ thu gom cấp xã. Tổ thu gom do xã quản lý và tổ chức thu gom CTR từ nguồn phát sinh và vận chuyển đến bãi trung chuyển của xã.



Sơ đồ Công ty DVCI phối hợp với tổ thu gom tự quản cấp xã

Công ty DVCI có trách nhiệm vận chuyển CTR từ các bãi trung chuyển của xã đến khu xử lý chất thải tập trung của huyện và quản lý vận hành khu xử lý rác thải.

Hình thức này áp dụng đối với các địa phương tổ chức thu gom, xử lý rác thải liên xã hoặc thu gom, xử lý rác thải tại khu xử lý tập trung của huyện huyện. Địa phương đã được đầu tư cơ sở hạ tầng, khu xử lý CTR tập trung cấp huyện.

b) Công ty tư nhân làm dịch vụ thu gom, xử lý CTR nông thôn

- Là loại hình dịch vụ có tư cách pháp nhân nên đảm bảo quyền lợi của người thu gom, có cơ hội nhận được hỗ trợ và chính sách ưu đãi của Nhà nước.

- Tổ chức gọn nhẹ, hoạt động hiệu quả.

- Áp dụng được với tất cả các loại qui mô thu gom cấp xã, liên xã, thôn...

Tuy nhiên, trong điều kiện hiện nay, các doanh nghiệp tư nhân thực hiện thu gom, xử lý CTR nông thôn gặp nhiều khó khăn hầu hết các địa phương chưa có đơn giá dịch vụ công ích đối với thu gom, vận chuyển và xử lý CTR nông thôn. Ở một số địa phương, công ty tư nhân chủ yếu được thành lập để thu gom CTR công nghiệp.

c) HTX dịch vụ VSMT hoặc HTX dịch vụ Nông nghiệp kiêm dịch vụ môi trường

- Là đơn vị kinh tế tự chủ và hoạt động theo luật HTX.

- HTX dịch vụ môi trường có thể thực hiện toàn bộ quá trình thu gom, vận chuyển, xử lý CTR sinh hoạt hoặc thực hiện một hay nhiều khâu trong qui trình quản lý.

- Áp dụng đối với các mô hình tổ chức thu gom rác thải cụm xã hoặc tập trung 1 xã hoặc cụm xã.

d) Tổ thu gom tự quản

- Áp dụng được với tất cả các vùng nông thôn.

- Có thể kết hợp với các hình thức tổ chức dịch vụ khác như Công ty Môi trường đô thị, HTX dịch vụ môi trường...

- Qui mô nhỏ, gọn, dễ quản lý, phù hợp vùng dân cư thưa, ở phân tán.

Hướng dẫn cụ thể về thu gom, xử lý chất thải rắn sinh hoạt tại Phụ lục 10.1.

Hướng dẫn cụ thể về xử lý phụ phẩm nông nghiệp tại Phụ lục 10.2.

1.5.4. Phân loại, thu gom, xử lý chất thải rắn sinh hoạt

a) Phân loại chất thải rắn sinh hoạt:

* Phân loại chất thải rắn sinh hoạt:

Phân loại CTRSH tại nguồn phát sinh: Tùy theo hình thức xử lý, CTRSH cần được phân loại tại hộ gia đình thành các loại:

- Rác hữu cơ (hay còn gọi là rác ướt): Chất thải thực phẩm từ nhà bếp, hoa, quả thối, phụ phẩm nông nghiệp... gạn hết nước và đựng trong các thùng nhựa có nắp đậy. Loại rác này được xử lý bằng phương pháp ủ compost để thu hồi chất hữu cơ hoặc làm khô và xử lý bằng phương pháp đốt.

- Rác vô cơ (hay còn gọi là rác khô): Là những chất thải không có khả năng phân hủy sinh học, không phát sinh nước rác, có thể chứa trong các bao tải, thùng, sọt. Rác vô cơ được phân thành 2 loại:

+ Rác cháy được: Giấy, vải, nilon, gỗ... xử lý bằng lò đốt.

+ Rác không cháy được (hay còn gọi là chất trơ): đất cát, xỉ than, sành sứ, gạch vỡ, chất thải xây dựng... được xử lý bằng biện pháp chôn lấp. Trong rác không cháy được có thể để riêng đất, cát, xỉ than, chất thải xây dựng.. để làm chất phủ cho bãi chôn lấp hoặc san nền, lấp ao hồ. Xi than nếu được tách riêng có thể sử dụng để đóng gạch bi.

- Rác có thể tái chế (giấy loại, kim loại, nhựa, nilon, thủy tinh, đồ điện tử...) do người thu nhặt đồng nát thu gom và cung cấp nguyên liệu cho các cơ sở tái chế.

- Rác thải nguy hại trong sinh hoạt có số lượng không đáng kể, bao gồm các loại: pin, ắc qui, thuốc tây, mỹ phẩm quá hạn, bao gói thuốc BVTV sau sử dụng...

Chỉ thực hiện phân loại CTRSH tại nguồn phát sinh khi đã có đủ điều kiện để đảm bảo rằng rác thải sau khi phân loại sẽ được thu gom, vận chuyển và xử lý riêng từng loại rác.



Rác hữu cơ



Rác có thể tái chế



Phân loại rác tại hộ gia đình

* Phân loại CTRSH tại khu xử lý tập trung: Rác thải sau khi tập kết tại khu xử lý tập trung cần tiếp tục được phân loại để xử lý riêng từng loại rác. Có 2 hình thức loại CTRSH tại khu xử lý tập trung:



Máy sàng phân loại rác



Phân loại rác trên băng tải

- Phân loại thủ công: Công nhân sẽ xé bao rác bằng dao, liềm hoặc máy xé bao rác và sử dụng các dụng cụ như cuốc, xẻng, cào để phân loại rác thải. Phân loại rác bằng thủ công đang áp dụng phổ biến ở các khu xử lý CTRSH qui mô cấp xã, cụm xã và ảnh hưởng rất nhiều đến năng suất lao động và sức khỏe của người dân do công nhân trực tiếp tiếp xúc với mùi hôi thối và ruồi, bọ. Để hạn chế tác động này, có thể sử

dụng chế phẩm vi sinh EM, ENMUNIV trước khi phân loại 2-3 giờ để khử mùi hôi và ruồi bọ.

- Phân loại CTRSH rác bằng thiết bị cơ giới: Sử dụng thiết bị cơ giới như máy sàng phân loại rác hoặc băng tải, tang quay... và chủ yếu mới chỉ áp dụng ở các rác qui mô lớn cấp huyện, liên huyện, bãi rác do tỉnh, huyện quản lý.

b) Thu gom chất thải rắn sinh hoạt

* Các hình thức thu gom:

- Thu gom di động: Người thu gom rác sử dụng xe thu gom đến thu gom rác tại các hộ gia đình theo thời gian qui định. Hình thức này đang được áp dụng phổ biến ở các vùng nông thôn có mật độ dân số cao và giao thông thuận lợi.

- Thu gom rác cố định: Có thể thực hiện theo 2 hình thức: Mỗi thôn, xóm qui định các điểm tập kết rác và ở đó đặt sẵn các dụng cụ chứa rác như công tơ nơ, thùng đựng rác, nhà chứa rác... Người dân tự mang rác đến các điểm tập kết và định kỳ người thu gom sẽ thu gom từ các điểm tập kết đến khu xử lý tập trung. Với hình thức này, nếu không thu gom kịp thời, rác thải sẽ tồn lưu hoặc đổ tràn ra ngoài gây ô nhiễm môi trường và mất mỹ quan. Hình thức thứ hai là tại điểm tập kết của các thôn không đặt dụng cụ chứa rác và người dân chỉ mang rác ra điểm tập kết vào thời gian qui định và rác thải sẽ được vận chuyển ngay đến khu xử lý. Hình thức này không tốn kinh phí mua thiết bị chứa rác, không tồn lưu rác tại các điểm tập kết, đồng thời rèn luyện ý thức của người dân đổ rác đúng nơi qui định.

* Thiết kế tuyến thu gom:

Bố trí tuyến thu gom theo các nguyên tắc sau:

- Tuyến thu gom có thể được bố trí sao cho tuyến bắt đầu và kết thúc gần những đường chính.

- Ở khu vực miền núi, tuyến thu gom nên bắt đầu từ đỉnh dốc và dần đi xuống chân dốc.

- Tuyến thu gom nên bố trí để thùng rác cuối cùng trên tuyến được đặt ở địa gần nhất với khu tập kết rác.

- Những khu vực có nhiều rác thải cần phải thu dọn trước.

* Thời gian thu gom:

- Người thu gom rác phải ước lượng được khối lượng rác phải thu gom trong ngày qui định, thời gian vận chuyển để định ra thời gian thu gom trên từng tuyến đường.

- Thảo luận với trưởng thôn và người dân để thống nhất thời gian thu gom rác:

+ Rác hữu cơ cần được thu gom hàng ngày.

+ Rác vô cơ thu gom 2-3 lần/ tuần tùy theo khối lượng rác.

- Bố trí thời gian thu gom vào những thời gian người dân ở nhà nhiều nhất (sáng sớm hoặc chiều tối).

- Thông báo rộng rãi về thời gian, địa điểm và tuyến thu gom rác thải đến cộng đồng dân cư.

- Gõ keng, loa khi thu gom đến từng tuyến phố.

c) Công nghệ xử lý rác hữu cơ

- Xử lý tại hộ gia đình bằng các hố rác di động.

Đối với các hộ gia đình có vườn đất rộng thuộc khu vực nông thôn thuần nông, vùng ven biển, miền núi có địa hình phức tạp, trang trại, khu vực chưa có dịch vụ thu gom rác thải. Hình thức này áp dụng cho rác hữu cơ để phân hủy như

rau, củ, quả hư hỏng, thức ăn thừa, phụ phẩm nung nghiệp trong vườn nhà, có thể sử dụng làm chất độn chuồng hoặc ủ trong các hố rác di động.



Hố rác di động tại hộ gia đình ở Thừa Thiên - Huế

- Xử lý bằng phương pháp ủ compost tại hộ gia đình
- Xử lý theo phương pháp chôn lấp luân chuyển

d) Công nghệ xử lý rác vô cơ

- Xử lý bằng phương pháp chôn lấp hợp vệ sinh: Là phương pháp đang được áp dụng phổ biến ở nước ta và có thể áp dụng được trong tất cả các mô hình.

- Xử lý bằng phương pháp lò đốt:

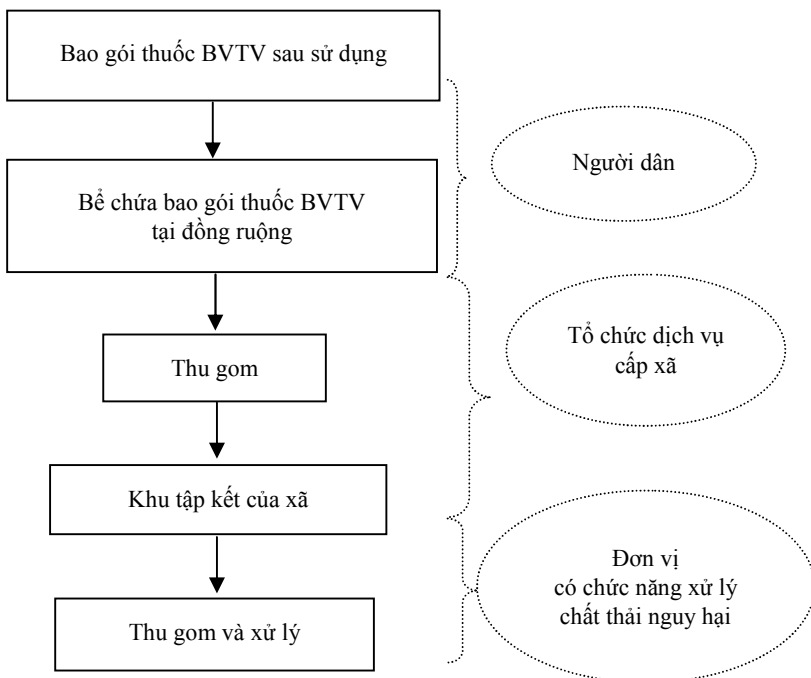
- Đốt rác tại hộ gia đình: Các hộ gia đình xây dựng lò đốt thủ công để đốt các loại rác dễ cháy như: cỏ, giấy, củi...

1.5.5. Thu gom bao gói thuốc BVTV sau sử dụng tại đồng ruộng

a) Tổ chức thực hiện

Bao gói thuốc BVTV sau sử dụng sau khi sử dụng xong, người dân tập kết tại các bể chứa trên cánh đồng. Sau 1 vụ

sản xuất hoặc khi các bể chứa đầy, bao gói thuốc BVTV sau sử dụng sẽ được thu gom, vận chuyển về khu tập kết của xã. Việc xử lý bao gói thuốc BVTV sẽ được cơ quan có chức năng thực hiện theo quy định đối với chất thải nguy hại.



Mô hình thu gom bao gói thuốc BVTV tại đồng ruộng

b) Xác định khối lượng bao gói thuốc BVTV sau sử dụng phát sinh trong từng vụ và trong 1 năm được tính dựa trên khối lượng thuốc BVTV đã sử dụng x 10%.

c) Xây dựng bể chứa bao gói thuốc BVTV sau sử dụng trên đồng ruộng.

Bể chứa bao gói thuốc BVTV sau sử dụng đảm bảo các yêu cầu sau:

- Đặt tại các vị trí thích hợp, dễ nhận biết, không bị ngập lụt, gần điểm pha chế thuốc, không làm ảnh hưởng đến nguồn nước sinh hoạt, khu dân cư, giao thông và mỹ quan nông thôn;

- Làm bằng vật liệu bền chắc, có khả năng chống ăn mòn, không bị rò rỉ, không phản ứng hóa học với chất thải chứa bên trong; có khả năng chống thấm, không thấm thấu chất thải ra bên ngoài; đảm bảo không bị gió, nước làm xô dịch;

- Có hình ống hoặc hình khối chữ nhật phù hợp với địa điểm đặt bể chứa, thuận tiện cho việc di chuyển. Dung tích bể chứa khoảng 0,5 - 01 m³, có nắp đậy kín. Nắp bể chắc chắn, không bị gió, mưa làm xô dịch và rộng hơn thành bể tối thiểu 05 cm để tránh nước mưa chảy vào; bên thành đứng của bể chứa có ô cửa nhỏ gần nắp đậy có thể đóng mở dễ dàng; bể có chiều cao thích hợp để phòng ngừa nước lũ tràn vào bên trong;



Bể chứa bao gói bảo vệ thuốc BVTV trên cánh đồng



Nhà lưu chứa bao gói thuốc BVTV sau sử dụng ở La Bằng (Thái Nguyên)

- Bên ngoài bể chứa có ghi dòng chữ “Bể chứa bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng” và biểu tượng cảnh báo nguy hiểm theo Tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 6707:2009 về Chất thải nguy hại - Dấu hiệu cảnh báo;

- Tùy thuộc vào đặc điểm cây trồng và mức độ sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, số lượng bể chứa phải đảm bảo chứa đựng hết bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng trong vùng đất canh tác. Nhưng tối thiểu phải có 01 bể chứa trên diện tích 03 ha đất canh tác cây trồng hàng năm hoặc 10 ha đất canh tác cây trồng lâu năm có sử dụng thuốc bảo vệ thực vật.

d) Xây dựng khu vực lưu chứa bao gói thuốc BVTV sau sử dụng

Khu vực lưu chứa dùng để tập kết bao gói thuốc BVTV từ bể chứa khi chưa có điều kiện vận chuyển đến khu xử lý cần đảm bảo các yêu cầu sau:

- Bố trí xa khu dân cư, nguồn nước, chợ, bệnh viện, trường học và đảm bảo các yêu cầu khác về BVMT. Khu vực lưu chứa phải kín, không bị khuyếch tán mùi ra bên ngoài, có độ cao nền đảm bảo không bị ngập lụt, thiết kế tránh nước mưa chảy tràn từ bên ngoài vào, có mái che kín nắng, mưa cho toàn bộ khu vực lưu chứa bằng vật liệu không cháy, hạn chế gió trực tiếp vào bên trong, có rãnh thu chất lỏng về một hố ga thấp hơn sàn để đảm bảo không chảy tràn chất lỏng ra bên ngoài khi vệ sinh, chữa cháy hoặc sự cố rò rỉ. Mặt sàn, hố ga trong khu vực lưu chứa được làm bằng vật liệu chống thấm;

- Bên ngoài khu vực lưu chứa có ghi dòng chữ “Khu vực lưu chứa bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng (tên địa phương)” và biểu tượng cảnh báo nguy hiểm theo Tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 6707:2009 về Chất thải nguy hại - Dấu hiệu cảnh báo;

- Bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng tại khu vực lưu chứa được đóng gói cẩn thận trong bao bì chuyên dụng

có khả năng chịu được va chạm, chống được sự ăn mòn, không bị gỉ, không phản ứng hóa học với thuốc bảo vệ thực vật chứa bên trong, có khả năng chống thấm hoặc thấm thấu, rò rỉ; phải được xếp cách tường bao quanh của khu vực lưu chứa ít nhất 50 cm, không cao quá 300 cm, có lối đi chính thẳng hàng và rộng ít nhất 150 cm;

- Đảm bảo không để rơi vãi, phát tán bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng trong quá trình tập kết từ các bể chứa đến khu vực lưu chứa.

e) Vận chuyển, xử lý bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng

- Bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng được thu gom từ bể chứa hoặc khu vực lưu chứa được vận chuyển đến nơi xử lý theo quy định tại Thông tư số 36/2015/TT-BTNMT về quản lý chất thải nguy hại.

- Bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng lưu chứa ở bể chứa hoặc khu vực lưu chứa phải được chuyển đi xử lý trong vòng 12 tháng.

- Bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng ở bể chứa hoặc khu vực lưu chứa phải được chuyển giao cho đơn vị có chức năng, năng lực phù hợp để xử lý theo quy định về quản lý chất thải nguy hại.

1.5.6. Thu gom, xử lý nước thải sinh hoạt ở các khu dân cư tập trung

a) Qui hoạch thoát nước thải nông thôn

Theo Thông tư số 31/2009/TT-BXD ngày 10/9/2009 của Bộ Xây dựng về tiêu qui hoạch xây dựng nông thôn, nội dung qui hoạch thoát nước thải nông thôn như sau:

- Tỷ lệ thu gom nước thải và lựa chọn hệ thống thoát nước các điểm dân cư cần phù hợp với khu vực nông thôn ở các vùng, miền khác nhau:

+ Đối với vùng đồng bằng: Tối thiểu thu gom được 80% lượng nước cấp;

+ Đối với vùng trung du: Tối thiểu thu gom được 60% lượng nước cấp;

+ Đối với khu vực miền núi: Tối thiểu thu gom được 40% lượng nước cấp;

- Lựa chọn hệ thống thoát nước phải đáp ứng yêu cầu thoát nước và đảm bảo vệ sinh. Sử dụng bể tự hoại hoặc hố xí 2 ngăn hợp vệ sinh. Xây dựng hệ thống cống, mương có tấm đan hoặc mương hở để thoát nước chung;

- Tiêu chuẩn nước thải sinh hoạt phải phù hợp với qui định trong QCVN 14:2008/BTNMT- Qui chuẩn kỹ thuật Quốc gia về nước thải sinh hoạt.

b) Quản lý vận hành hệ thống thoát nước và xử lý nước thải tập trung nông thôn

Đơn vị được giao quản lý vận hành hệ thống thoát nước và xử lý nước thải cần phải thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thiết lập quy trình quản lý, vận hành hệ thống thoát nước thải bảo đảm yêu cầu về kỹ thuật quản lý, vận hành theo quy định;

- Định kỳ kiểm tra hệ thống kênh, mương thoát nước, hố ga, bể lắng, công trình xử lý nước thải;

- Định kỳ và trước mùa mưa phải nạo vét kênh, mương, lấy cặn lắng trong hố gas lắng cát và bể lắng cặn;

- Lập kế hoạch và sửa chữa bảo dưỡng định kỳ, sửa chữa hư hỏng đột xuất để đảm bảo hệ thống thoát nước và xử lý nước thải ổn định.

c) Quản lý hệ thống xử lý nước thải phân tán

Giải pháp xử lý nước thải phân tán được áp dụng đối với các khu hoặc cụm dân cư, hộ gia đình, cơ sở sản xuất kinh doanh, dịch vụ, sản xuất tiểu thủ công nghiệp, làng nghề, chợ, trường học, khu nghỉ dưỡng hoặc các khu vực bị hạn chế bởi đất đai, địa hình... không có khả năng hoặc chưa thể kết nối với hệ thống thoát nước tập trung.

- Việc áp dụng giải pháp xử lý nước thải phi tập trung phải đạt được hiệu quả về kinh tế và BVMT, hạn chế được nguồn nước thải gây ô nhiễm và giảm thiểu các tác động trực tiếp của nước thải với môi trường.

- Khi áp dụng giải pháp xử lý phi tập trung phải tính đến khả năng đầu nối vào hệ thống xử lý nước thải tập trung trong tương lai và phù hợp với quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

d) Quản lý, sử dụng nước thải sau xử lý

Sử dụng nước thải sau xử lý phải đảm bảo yêu cầu:

- Chất lượng nước thải sau xử lý phải tuân thủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật được quy định cho việc sử dụng nước vào các mục đích khác nhau, không ảnh hưởng đến sức khỏe của người dân và đảm bảo an toàn vệ sinh môi trường;

- Trường hợp sử dụng nước thải sau xử lý thì nước thải đó phải được phân phối đến điểm tiêu thụ theo hệ thống riêng biệt, đảm bảo không xâm nhập và ảnh hưởng đến hệ thống cấp nước sạch trên cùng địa bàn, khu vực.

1.6. Chỉ tiêu 17.6. Tỷ lệ hộ có nhà tiêu, nhà tắm, bể chứa nước sinh hoạt hợp vệ sinh và đảm bảo 3 sạch

1.6.1. Quy định chung

Tỷ lệ hộ có nhà tiêu, nhà tắm, bể chứa nước sinh hoạt hợp vệ sinh theo quy định đạt mức quy định của vùng:

- Nhà tiêu hợp vệ sinh phải đảm bảo quy định về kỹ thuật theo QCVN 01:2011/BYT (Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về nhà tiêu - Điều kiện đảm bảo hợp vệ sinh) với các nội dung chính sau:

+ Được xây dựng khép kín với diện tích tối thiểu 0,6m²;

+ Chất thải nhà vệ sinh không thải trực tiếp ra môi trường;

+ Có biện pháp cô lập được phân người, làm cho phân tươi hoặc chưa an toàn không thể tiếp xúc với người và động vật, tiêu diệt được các tác nhân gây bệnh có trong phân (virut, vi khuẩn);

+ Không tạo môi trường cho ruồi, muỗi và các côn trùng khác sinh nở;

+ Không gây mùi hôi, khó chịu.

- Nhà tắm hợp vệ sinh đảm bảo các điều kiện sau:

+ Nhà tắm kín đáo có sàn cứng, tường bao, có mái che;

+ Có hệ thống thoát nước, thu gom và biện pháp xử lý nước thải phù hợp, không để chảy tràn ra môi trường

(UBND cấp tỉnh quy định cụ thể để phù hợp với điều kiện thực tế và đặc điểm của từng vùng miền).

- Bể chứa nước sinh hoạt hợp vệ sinh phải đảm bảo các điều kiện sau:

+ Có dung tích đủ lớn để đáp ứng nhu cầu sử dụng của các thành viên trong gia đình tối thiểu từ 03 ngày trở lên;

+ Được làm từ vật liệu không có thành phần độc hại làm ảnh hưởng đến sức khỏe của người sử dụng và phù hợp với đặc điểm của từng vùng miền:

- Bể chứa nước được xây dựng bằng gạch hoặc bê tông;
- Lu trữ nước xi măng công nghệ Thái Lan;
- Lu sành, khạp, chum, vại <200 lít;
- Dụng cụ trữ nước sinh hoạt bằng inox, nhựa.

+ Có nắp đậy kín để ngăn ngừa các chất bẩn xâm nhập hoặc muối vào để trứng; đối với lu, bể lớn cần có van lấy nước, van xả cặn và van xả tràn.

- Vệ sinh bể trữ, lu vại trước khi chứa nước và định kỳ 01 lần/3 tháng; nếu dụng cụ chứa nước bị nhiễm bẩn, cần thau rửa ngay sau khi nước rút bằng Cloramin B, hoặc clorua vôi.

- Các hộ phải đảm bảo 3 sạch: sạch nhà, sạch bếp, sạch ngõ theo nội dung cuộc vận động “Xây dựng gia đình 5 không, 3 sạch” do Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam phát động.

- Tỷ lệ hộ có nhà tiêu, nhà tắm, bể chứa nước hợp vệ sinh và đảm bảo 3 sạch theo vùng quy định như sau:

+ Trung du miền núi phía Bắc, Tây Nguyên, Đồng bằng sông Cửu Long: 70% số hộ;

+ Bắc Trung Bộ và Duyên hải Nam Trung Bộ: 85% số hộ;

+ Đồng bằng sông Hồng và Đông Nam Bộ: 90% số hộ.

1.6.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND xã:

- Phối hợp với các ban, ngành, đoàn thể tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức của nhân dân trong việc sử dụng nhà tiêu hợp vệ sinh.

- Xử lý các trường hợp vi phạm pháp luật về vệ sinh nông thôn.

* Cộng đồng dân cư:

- Thực hiện các qui định của địa phương về xây dựng nhà tiêu, nhà tắm. Bể chứa nước sinh hoạt đảm bảo hợp vệ sinh và 3 sạch.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Giám sát cộng đồng:

- Giám sát tỷ lệ hộ gia đình nông thôn có công trình vệ sinh đạt yêu cầu.

- Giám sát tỷ lệ các trường học mầm non và phổ thông, trạm y tế xã ở nông thôn có nhà tiêu hợp vệ sinh.

- Giám sát, đánh giá tiêu chuẩn nhà tiêu hợp vệ sinh.

* Chế độ báo cáo:

- Định kỳ 6 tháng/ lần cấp xã tổng hợp tình hình thực hiện nội dung 17.6, gửi cấp huyện tổng hợp.

- Báo cáo kiểm tra đột xuất các sự cố phát sinh, kiến nghị của người dân về thực hiện nội dung 17.6.

1.6.3. Tổ chức quản lý công trình nhà tắm, nhà tiêu, bể chứa nước hộ gia đình (gọi chung là công trình vệ sinh).

a) Công trình hộ gia đình

- Hộ gia đình tự quản lý.

- Trong gia đình cần có người hiểu biết về các quy trình sử dụng, vận hành, bảo quản nhà tiêu.

- Có bảng hướng dẫn sử dụng treo ngay trong nhà tiêu, nhà tắm và bể chứa nước.

- Phổ biến, hướng dẫn cho các thành viên trong gia đình các quy trình sử dụng, vận hành, bảo quản để thực hiện.

b) Công trình vệ sinh dùng cho trường học, trạm y tế, chợ, UBND xã

* Công trình vệ sinh trong trường học:

Nhiệm vụ của nhà trường

- Chịu trách nhiệm xây dựng nội quy bảo quản, sử dụng, tổ chức việc học tập và giám sát việc thực hiện của người trực tiếp quản lý công trình vệ sinh.

- Chịu trách nhiệm tổ chức lực lượng quản lý và điều hành việc giữ gìn vệ sinh (có thể giao cho một giáo viên hoặc lao công, bảo vệ quản lý).

- Hàng năm cần có một khoản kinh phí để sửa chữa các hỏng hóc và mua sắm xà phòng, chổi, xô, gáo múc nước...

Nhiệm vụ của người trực tiếp quản lý vận hành công trình vệ sinh

- Phân công các đội học sinh trực nhật, tham gia làm vệ sinh để giáo dục ý thức và gắn việc học với thực hành.

- Nhắc nhở mọi người phải chấp hành và có ý thức bảo quản và sử dụng công trình vệ sinh sạch sẽ.

- Thường xuyên kiểm tra, phát hiện những hỏng hóc để kịp thời sửa chữa khắc phục.

- Có kế hoạch kinh phí sửa chữa, mua sắm các vật dụng phục vụ cho vận hành và bảo dưỡng công trình vệ sinh.

* Công trình vệ sinh trạm y tế xã, chợ, UBND xã:

Nhiệm vụ của Trạm y tế, Ban quản lý chợ, Chính quyền xã

- Chịu trách nhiệm xây dựng nội quy bảo quản, sử dụng công trình vệ sinh.

- Phân công lực lượng quản lý và điều hành việc giữ gìn vệ sinh (có thể giao cho một người hoặc tổ môi trường của xã quản lý).

- Giám sát việc thực hiện của người hoặc tổ trực tiếp quản lý công trình vệ sinh.

- Hàng năm cần có một khoản kinh phí để sửa chữa hư hỏng và mua sắm xà phòng, chổi, xô, gáo múc nước...

Nhiệm vụ của người hoặc tổ trực tiếp quản lý vận hành công trình vệ sinh

- Quản lý vận hành đảm bảo luôn sạch sẽ, vệ sinh.

- Nhắc nhở, tuyên truyền mọi người phải chấp hành và có ý thức bảo quản và sử dụng sạch sẽ.

- Thường xuyên kiểm tra, phát hiện những hỏng hóc để kịp thời sửa chữa khắc phục.

- Có kế hoạch kinh phí sửa chữa, mua sắm các vật dụng phục vụ cho vận hành và bảo dưỡng công trình vệ sinh.

1.6.4. Một số loại hình nhà vệ sinh tiêu hợp vệ sinh phù hợp với vùng nông thôn.

* *Nhà tiêu tự hoại (có thể thực hiện hầu hết ở mọi nơi vùng nông thôn).*

Thể tích của bể tự hoại (bể phốt) cho một gia đình từ 5 đến 7 người khoảng $2m^3$, chia làm 2 - 3 ngăn (có thể xây gạch, đổ ống buy tròn bằng bê tông...), trong đó, 1 ngăn chứa, 1 ngăn lắng. Phần nổi trên mặt đất cao 40cm và hơi nghiêng về phía sau.

Ngăn chứa có 1 ống thông hơi đường kính sử dụng từ 27mm hoặc 34mm, phía trên ống nên gắn nút chữ T, cao hơn mái nhà khoảng 30 - 40cm.

Hai đầu ngăn chứa có 2 hố ga (nắp kiểm tra) dành để lấy phân nhưng luôn được trát kín. Giữa ngăn chứa và ngăn lắng thông với nhau bằng nút chữ L đặt ngược, đường kính 90mm hoặc 114mm. Nhà tiêu có mái che, có cửa đóng kín.

Cách sử dụng: Khi mới xây xong phải đổ đầy nước vào bể tự hoại mới được sử dụng. Sử dụng giấy mềm tự tiêu, nếu sử dụng các loại giấy khác thì phải có sọt đựng và thường xuyên được đốt bỏ. Sau khi đi tiêu xong phải dội nước đủ để phân trôi hết. Tuyệt đối không đổ nước có xà phòng, chất tẩy rửa vào bể tự hoại.

- Ưu điểm:

+ Sử dụng thuận tiện.

+ Nước từ bể xử lý chảy vào cống không thấm ra xung quanh.

+ Sạch sẽ, hợp vệ sinh.

- Nhược điểm:

+ Chỉ sử dụng được ở nơi có nhiều nước.

+ Dễ bị nghẹt do thiếu ý thức về việc hay vứt giấy vệ sinh loại không tự tiêu hủy vào bồn cầu.

+ Giá thành cao hơn so với các loại nhà tiêu khác.

* *Nhà tiêu tiêu thắm dội nước (có thể thực hiện ở vùng đất giồng cát)*

Nhà tiêu thắm dội nước phải đặt ở vị trí cách nguồn nước (như giếng, kênh, rạch, mương,...) ít nhất 10m, có thể xây 1 hoặc 2 bể chứa phân tùy từng gia đình, mỗi bể có thể tích khoảng 1m^3 . Đào hố sâu 1,2m, chiều rộng và chiều dài khi xây thành còn để cách vách đất từ 5-10cm để chèn một lớp cát xung quanh làm tăng khả năng lọc cho bể. Đáy bể chứa không xây. Các thành bể xây bỏ trống nhiều lỗ thắm, nếu là 2 bể thì vách ngăn giữa hai bể không để lỗ thắm mà để một rãnh hở bằng 1/2 viên gạch sát ngay dưới tấm đan nắp bể. Thành bể xây cao hơn mặt đất khoảng 20 cm để ngăn nước mưa tràn vào bể. Bệ xí và nhà che mưa nắng có thể đặt trực tiếp trên hố chứa phân hoặc đặt trên nền đất. Bệ xí có ống xi phông để tạo nút nước và ống dẫn phân đổ vào bể. Hố phân có 1 ống thông hơi đường kính sử dụng từ 27mm hoặc 34mm, phía trên ống nên gắn nút chữ T, cao hơn mái nhà khoảng 30-40cm.

Cách sử dụng: Sau mỗi lần đi tiêu phải dội nước để tạo nút nước chống mùi hôi. Không bỏ giấy que, vật cứng xuống lỗ xí mà phải có thùng đựng giấy thải và thường xuyên đốt bỏ. Nếu tắc phải dùng nước dội mạnh để thông, không được dùng que cứng để thông dễ làm vỡ xi phông. Khi bể đầy phải cậy nắp, đổ vôi cục vào bể chứa (khoảng 1/10 lượng chất thải có trong bể), sau 6 giờ có thể lấy chất thải ra đập nắp trát kín và tiếp tục sử dụng. Nếu có 2 bể thì khi đầy bể 1, bịt kín ống dẫn chất thải vào bể 1, sử dụng bể 2, khi bể hai đầy, lấy mùn chất thải ở bể 1 ra và sử dụng lại bể 1.

- Ưu điểm:

+ Ít có mùi hôi.

+ Tốn ít nước dội.

+ Nước dội không thấm ra sàn.

+ Dễ sử dụng.

Nhược điểm:

+ Chỉ sử dụng được ở nơi đất có khả năng thấm nước tốt.

+ Dễ bị tắc do thiếu ý thức (vứt giấy vệ sinh không tự hủy vào bồn cầu).

+ Có thể gây ô nhiễm nguồn nước ngầm nông.

Hướng dẫn về một số loại nhà tiêu hợp vệ sinh ở nông thôn tại Phụ lục 11.

** Nhà vệ sinh công cộng tiêu đào có ống thông hơi (có thể thực hiện ở vùng đất giồng cát; vùng đất thịt có gò cao).*

Hố chứa đào sâu 1,5-2m, đường kính hố từ 0,8-1,2m. Miệng hố xây cao hơn mặt đất 30-40cm để tránh nước mưa tràn vào. Mặt bệ bằng bê tông cốt sắt dày 5cm có rãnh thoát nước tiểu riêng (chôn lấp hoặc đổ đúng nơi quy định). Máng dẫn nước tiểu ra ngoài có độ dốc vừa phải. Lỗ tiêu có đường kính 16cm, có nắp đậy kín với tay cầm an toàn, thuận tiện. Có thùng đựng tro hoặc đất bột. Có ống thông hơi đường kính 60-90mm, đặt cao hơn mái nhà 40cm, đầu trên có cút chữ T và lưới chắn ruồi.

Sử dụng: Sau khi đi tiêu phải bỏ giấy chùi vào hố chứa, đổ tro và đậy nắp lại. Quét dọn mỗi ngày. Không đổ nước vào hố chứa. Khi đầy lấp kín và đào chỗ khác. Mặt bệ có thể

đổi sang chỗ nhà vệ sinh công cộng di động tiêu mới (mặt bê tốt nhất làm tấm đan bằng bê tông).

- Ưu điểm:

- + Không cần nước dội.
- + Chi phí rất ít, dễ sử dụng.

- Nhược điểm:

- + Không sử dụng được nơi ngập nước.
- + Còn mùi hôi.
- + Khi hố tiêu đầy phải đổi đi chỗ khác.
- + Có thể làm ô nhiễm nguồn nước.

1.7. Chỉ tiêu 17.7. Hộ chăn nuôi có chuồng trại chăn nuôi đảm bảo vệ sinh môi trường

1.7.1. Quy định chung

Tại nông thôn, chuồng trại chăn nuôi là nguồn có nguy cơ gây ô nhiễm môi trường rất lớn do không gian hẹp, rác thải, nước thải chăn nuôi ở các hộ gia đình thường được đổ chung vào hệ thống nước thải chung. Vì vậy, không nên khuyến khích chăn nuôi trong các hộ gia đình mà nên tập trung chăn nuôi trong các trang trại ven đô để tiện quản lý nguồn chất thải.

Đối với rác thải chăn nuôi:

* Rác thải chăn nuôi: cần thu gom rác thải của động vật chăn thả một cách tối đa, quản lý tốt chuồng trại gia súc;

* Rác thải do chăn nuôi chứa nhiều chất hữu cơ dễ phân hủy nên có thể thu gom để sử dụng làm phân bón sau khi ủ;

* Không sử dụng phân rác tươi bón trực tiếp cho cây trồng vì hiệu quả sử dụng không cao, gây ảnh hưởng đến sức khỏe người sử dụng;

* Nước thải chăn nuôi: cần thu gom nước thải và tưới vào các đồng phân ủ. Thu gom xử lý để tưới cây trồng;

* Vệ sinh chuồng trại: chú ý vệ sinh chuồng trại khô ráo, hạn chế sự phát sinh mùi trong chuồng trại bằng cách: bố trí chuồng trại hợp lý, hệ thống nước rửa đầy đủ, vệ sinh chuồng trại thường xuyên,

* Các hộ chăn nuôi lớn nên xây bể biogas, cần bổ sung chính sách hỗ trợ đối với các công trình xử lý chất thải chăn nuôi khác như: máy ép phân, sử dụng chế phẩm vi sinh trong xử lý chất thải chăn nuôi, xử lý chất thải sau biogas...

* Kiểm soát chặt hoạt động chăn thả gia súc tự do nhằm kiểm soát được dịch bệnh gia súc. Những vùng có đàn gia súc lớn có thể làm suy thoái đồng cỏ, gây xói mòn đất, tàn phá rừng non và hệ thống kênh mương thủy lợi;

* Kiểm soát chặt thị trường thuốc thú y nhằm hạn chế tối đa thuốc giả, thuốc quá hạn trong chăn nuôi. Tăng cường năng lực cán bộ thú y nhất là mạng lưới thú y cộng đồng;

* Thiết lập mô hình trang trại chăn nuôi tập trung.

Đối với nước thải:

Cùng với việc xây dựng công trình cấp nước, các địa phương còn chú trọng xây dựng hệ thống thoát nước thải sinh hoạt chung. Theo số liệu của Tổng cục thống kê, năm 2016 đã có 3.210 xã và 19,5 nghìn thôn có hệ thống thoát nước thải sinh hoạt chung, chiếm 35,8% tổng số xã và 24,4% tổng số thôn. So với năm 2011, tỷ trọng xã có hệ thống thoát nước thải sinh hoạt chung tăng 17% phần trăm; tỷ trọng thôn tăng

15,9 % phần trăm. Tỷ lệ số xã và số thôn chưa có hệ thống thoát nước thải sinh hoạt chung lần lượt là 64,2% tổng số xã và 75,6% tổng số thôn.

Tùy theo đặc thù của từng địa phương trong thoát nước và xử lý nước thải mà có quy định cụ thể về hệ thống thoát nước, xử lý nước thải (kỹ thuật cơ bản, vận hành...).

Nước thải tại các khu vực nông thôn phát sinh từ nhiều nguồn khác nhau: Nước thải sinh hoạt, nước thải y tế, nước thải từ hoạt động sản xuất nông nghiệp (nước thải làng nghề, làng nghề sản xuất công nghiệp và chăn nuôi) và nước thải từ các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, các cơ sở sản xuất, kinh doanh phân tán trong khu dân cư. Để thực hiện tốt công tác quản lý, xử lý nước thải nông thôn, mỗi xã, thị trấn cần lập và thực hiện kế hoạch quản lý nước thải theo các bước sau:

** Xác định nguồn phát sinh, lượng, loại nước thải phát sinh*

Nguồn phát sinh nước thải: Hộ gia đình, chợ, cơ quan, trường học, cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ nằm phân tán và trong các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp làng nghề.

** Đầu tư xây dựng đồng bộ hệ thống thu gom, xử lý nước thải với việc xây dựng cơ sở hạ tầng khu vực nông thôn.*

Chọn cách thu gom, xử lý nước thải:

Đối với nước thải sinh hoạt tại các hộ gia đình: Nước thải sinh hoạt được xử lý tại hộ gia đình trước khi thải vào hệ thống thoát nước chung (nếu có).

Đối với nước thải của các làng nghề : Các hộ gia đình làm nghề và các cơ sở sản xuất phải đầu tư hệ thống xử lý nước thải trước khi thải ra hệ thống thoát nước chung thu

gom về trạm xử lý nước thải tập trung. Các làng nghề đều phải đầu tư hệ thống xử lý nước thải tập trung.

Đối với các chợ: Đầu tư xây dựng hệ thống thu gom nước mưa, nước thải đồng bộ với đầu tư cơ sở hạ tầng chợ. Bố trí diện tích xây dựng hệ thống xử lý nước thải trước khi thoát vào hệ thống thoát nước chung của khu vực.

Đối với các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp làng nghề: Trong quy hoạch đều phải đầu tư hệ thống thu gom và xây dựng khu xử lý nước thải chung cho toàn khu. Các doanh nghiệp trong khu vực phải xử lý nước thải đảm bảo quy chuẩn Việt Nam trước khi thải ra hệ thống thoát nước chung thu gom về khu vực xử lý nước thải tập trung.

** Chọn địa điểm xây dựng khu xử lý nước thải tập trung đối với cum dân cư (theo quy hoạch tổng thể phát triển hệ thống đô thị và khu dân cư nông thôn).*

** Lập kế hoạch và tiến độ xây dựng khu xử lý nước thải.*

- Xác định các nguồn tài chính để xây dựng hệ thống quản lý nước thải.

- Lập kế hoạch xây dựng hệ thống quản lý nước thải của từng đơn vị.

** Xây dựng phương án huy động vốn để duy trì vận hành các hệ thống xử lý ô nhiễm và BVMT của từng địa phương.*

- Huy động từ ngân sách địa phương (xã, phường) và ngân sách sự nghiệp môi trường (tỉnh, huyện).

- Huy động từ nhân dân địa phương (phí thu gom, vận chuyển, quản lý và xử lý chất thải rắn, nước thải).

- Huy động từ các doanh nghiệp trên địa bàn xã.

1.7.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND xã:

- Tổ chức thực hiện nhiệm vụ giữ gìn VSMT trên địa bàn; tổ chức để cộng đồng tham gia xây dựng quy ước về BVMT trong chăn nuôi; hướng dẫn việc đưa ra tiêu chí về BVMT vào trong việc đánh giá thôn, đội và gia đình văn hóa;

- Kiểm tra việc chấp hành qui chế BVMT của các hộ chăn nuôi;

- Phát hiện và xử lý theo thẩm quyền các vi phạm qui ước BVMT trong chăn nuôi;

- Quản lý hoạt động của thôn, đội về BVMT trong chăn nuôi.

* Trưởng thôn, xóm:

- Phối hợp với cán bộ chuyên trách môi trường tổ chức cho các hộ chăn nuôi ký cam kết BVMT trong chăn nuôi.

- Cùng với ban chỉ đạo thực hiện công tác vệ sinh môi trường của xã tuyên truyền, vận động các hộ chăn nuôi thực hiện các biện pháp xử lý ô nhiễm môi trường trong chăn nuôi.

- Phổ biến các qui định về quản lý môi trường chăn nuôi đến các hộ gia đình trên địa bàn quản lý.

- Thường xuyên nhắc nhở các hộ chăn nuôi có ý thức giữ gìn và BVMT chung, không xả chất thải chăn nuôi ra ngoài môi trường.

- Chịu trách nhiệm trước UBND xã về thực hiện các qui định quản lý môi trường trong chăn nuôi, thông báo kịp thời

với UBND xã các trường hợp vi phạm hành chính về quản lý môi trường trong chăn nuôi trên địa bàn.

* Tổ chức toàn thể:

- Tuyên truyền, vận động và giám sát các hộ chăn nuôi làm tốt công tác xử lý chất thải chăn nuôi.

- Xây dựng các nội dung tuyên truyền và kế hoạch truyền thông trình UBND xã phê duyệt và tổ chức thực hiện.

* Hộ/ chủ trang trại chăn nuôi:

- Thực hiện đầy đủ các hồ sơ, thủ tục môi trường trình cấp có thẩm quyền phê duyệt/xác nhận.

- Khi có thực hiện chăn nuôi hoặc mở rộng qui mô chăn nuôi, chủ dự án phải đăng ký và thực hiện đầy đủ các thủ tục theo hướng dẫn của chính quyền địa phương trước khi tiến hành xây dựng và đưa vào hoạt động.

- Ký và thực hiện cam kết về BVMT trong chăn nuôi.

- Phải có biện pháp xử lý chất thải chăn nuôi đạt tiêu chuẩn trước khi thải ra môi trường.

- Tận dụng tối đa nguồn chất thải chăn nuôi đã xử lý làm phân bón để giảm thiểu khối lượng chất thải.

- Thực hiện các quy định về vệ sinh phòng dịch, tiêu hủy xác gia súc gia cầm theo hướng dẫn của địa phương, không vứt xác gia súc, gia cầm bừa bãi.

* Các hộ bị ảnh hưởng:

- Giám sát việc thực hiện qui ước về BVMT của các hộ chăn nuôi.

- Phản ánh kịp thời với chính quyền địa phương các trường hợp vi phạm qui ước gây ô nhiễm môi trường.

- Đấu tranh với các hành vi xả nước thải, chất thải chăn nuôi chưa xử lý vào môi trường.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Chế độ giám sát:

- Các cơ quan chuyên môn giám sát việc thực hiện báo cáo đánh giá ĐTM hoặc Kế hoạch BVMT đã được phê duyệt đối với các cơ sở chăn nuôi thuộc đối tượng quản lý theo Nghị định 18/NĐ-CP ngày 14/02/2015 của Chính phủ:

- Đối với các cơ sở chăn nuôi nhỏ lẻ, hộ gia đình trong khu dân cư: Chính quyền địa phương thực hiện kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất đối với các nội dung:

- Xây dựng chuồng trại chăn nuôi hợp vệ sinh.

- Xây dựng hệ thống thu gom, xử lý chất thải chăn nuôi.

- Giám sát việc sử dụng chất cấm, chất tạo nạc trong chăn nuôi.

- Xử lý xác vật nuôi bị chết do dịch bệnh theo quy định về quản lý chất thải nguy hại và vệ sinh phòng bệnh.

* Chế độ báo cáo:

- Đối với các cơ sở chăn nuôi thuộc đối tượng phải đánh giá ĐTM hoặc kế hoạch quản lý môi trường theo Nghị định 18/NĐ-CP ngày 14/02/2015 của Chính phủ, định kỳ 6 tháng/lần phải gửi báo cáo về cơ quan quản về lý tình hình thực hiện báo cáo ĐTM, Kế hoạch quản lý môi trường và các sự cố phát sinh.

- Báo cáo của Ban môi trường xã về tình hình xây dựng chuồng trại hợp vệ sinh và xử lý chất thải chăn nuôi đối với các hộ chăn nuôi gia đình.

1.7.3. Tổ chức quản lý chất thải chăn nuôi

a) Quản lý chất thải gia súc cho một cụm dân cư

- Chất thải chăn nuôi từ các hộ gia đình được xử lý bằng biogas hoặc tách phân rắn ủ khô, nước thải sau xử lý bằng biogas theo hệ thống thoát nước chung của thôn, xóm về hệ thống xử lý nước thải tập trung.

- Trách nhiệm xử lý bằng biogas tại nguồn do hộ chăn nuôi thực hiện.

- Kinh phí đầu tư xây dựng hệ thống xử lý chất thải tập trung do ngân sách Nhà nước (tỉnh, huyện) cấp, chính quyền cấp xã tổ chức quản lý và vận hành.

- Mô hình này đã được Tổng Cục môi trường xây dựng thí điểm tại xã Ngọc Lũ, huyện Bình Lục tỉnh Hà Nam với công suất 300 m³/ngđ để xử lý nước thải chăn nuôi cho hơn 100 hộ chăn nuôi sau khi đã xử lý bằng biogas.

b). Quản lý chất thải chăn nuôi gia súc hộ gia đình (trường hợp tách phân và nước tiểu)

Trong mô hình này phân gia súc được tách riêng để xử lý theo phương pháp ủ khô kết hợp với chế phẩm vi sinh để tăng cường quá trình phân hủy. Sau 20-25 ngày phân hoại mục được sử dụng làm phân bón. Nước thải bao gồm nước tiểu, nước vệ sinh chuồng trại sẽ được xử lý bằng ao hồ có sẵn hoặc bãi lọc trồng cây.

Mô hình này áp dụng được tất cả cho các vùng sinh thái, qui mô chăn nuôi hộ gia đình, gia trại với điều kiện bố trí được diện tích đất để làm ao sinh học và bãi lọc trồng cây.

c) Quản lý chất thải gia súc hộ gia đình (trường hợp xử lý hỗn hợp nước thải và phân gia súc)

Phân và nước tiêu của lợn cùng được xử lý bằng biogas, nước thải sau xử lý bằng biogas tiếp tục được xử lý bằng bãi lọc trồng cây kết hợp hồ sinh học sau đó được sử dụng để tưới ruộng. Bã thải (cặn bã) của bể biogas được sử dụng làm phân bón. Khí sinh học được sử dụng để đun nấu trong gia đình.

Vấn đề cần lưu ý và thực hiện nghiêm ngặt là dung tích các bể biogas phải đảm bảo công suất xử lý theo tiêu chuẩn 1m^3 biogas/ đầu lợn.

d) Quản lý chất thải chăn nuôi gia súc trang trại (trường hợp xử lý hỗn hợp nước thải và phân gia súc).

Về nguyên tắc xử lý, tương tự như mô hình xử lý hỗn hợp chất thải chăn nuôi hộ gia đình nhưng do tải lượng chất thải lớn hơn nên sau khi xử lý bằng biogas cần kết hợp cả xử lý bằng hồ sinh học hoặc bãi lọc trồng cây hoặc hồ sinh học nhiều bậc.

e) Quản lý chất thải chăn nuôi gia súc trang trại (trường hợp tách phân và nước thải)

Do khối lượng chất thải lớn, tải lượng chất ô nhiễm cao nên tuy phân rắn đã được tách riêng để ủ compost nhưng nước thải vẫn cần được xử lý qua biogas trước khi xử lý bằng hồ sinh học và bãi lọc trồng cây.

Trong trường hợp này, việc tách phân rắn còn có ý nghĩa trong việc giảm tải lượng chất ô nhiễm và tiết kiệm chi phí xây dựng bể biogas. Đối với qui mô hộ gia đình, nước thải chỉ cần xử lý tiếp bằng bãi lọc trồng cây hoặc học sinh học thì qui mô trang trại cần phải áp dụng cả 2 hình thức trên hoặc hồ sinh học nhiều bậc.

Tùy theo điều kiện của từng hộ và chủ trang trại có thể lựa chọn các hình thức xử lý cho phù hợp để đảm bảo không gây ô nhiễm môi trường.

1.7.4. Xây dựng chuồng trại hợp vệ sinh

a) Về nguyên tắc

- Chuồng nuôi phải được xây dựng đảm bảo mỹ quan, tách biệt với nơi sinh hoạt của con người, thuận tiện cho quá trình chăm sóc, nuôi dưỡng.

- Chuồng đặt ở cuối hướng gió chính để tránh sự phát tán mùi hôi sang các vùng dân cư xung quanh.

- Chuồng trại phải được xây xa đường giao thông chính, tránh được tiếng ồn và những hoạt động qua lại của con người.

- Trong khu chăn nuôi cần bố trí khu xử lý chất thải: phân, nước tiểu, chất độn chuồng, nước rửa chuồng trại, xác gia súc, gia cầm ốm, bệnh, chết... Khu xử lý chất thải nằm ở cuối hướng gió.

- Đối với chất thải lỏng cần có đường dẫn có độ dốc thích hợp để đảm bảo tiêu thoát nhanh, không bị ứ đọng và được thu gom về 1 - 2 điểm để xử lý trong khu chăn nuôi.

b) Về khoảng cách

Khoảng cách tối thiểu từ chuồng nuôi, hố chứa phân đến nhà ở như sau:

- Đối với hộ chăn nuôi nhỏ (quy mô gia đình): 5m.
- Cơ sở chăn nuôi trang trại nhỏ: 10m
- Cơ sở chăn nuôi trang trại vừa: 15m

Như vậy, không được chăn nuôi trong những khu vực có khoảng cách đến nhà ở < 5 m. Tuyệt đối không nuôi gia súc, gia cầm trong khu vực nhà ở của con người, dưới gầm nhà sàn.

c) Tạo yếu tố tiêu khí hậu chuồng nuôi thích hợp

- Sử dụng các kỹ thuật thông gió tự nhiên, sử dụng các vật liệu xây dựng chuồng có khả năng cách nhiệt, làm mát không khí chuồng nuôi hoặc đơn giản là trồng nhiều cây xanh trong khu vực chuồng nuôi.

- Chuồng được thiết kế sao đảm bảo chuồng khô ráo, tránh nước đọng làm tăng độ ẩm chuồng nuôi mà tạo điều kiện cho các vi sinh vật phát triển, phân giải chất thải hay lan truyền mầm bệnh.

- Hạn chế và tiết kiệm tối đa việc dùng nước tắm gia súc hay rửa chuồng để giảm lượng nước thải và tránh làm tăng độ ẩm chuồng nuôi.

- Hạn chế thấp nhất sự phát sinh và phát tán các khí ô nhiễm và bụi trong khu vực chuồng nuôi.

1.8. Chỉ tiêu 17.8. Tỷ lệ hộ gia đình và cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm tuân thủ các quy định về đảm bảo an toàn thực phẩm

1.8.1. Quy định chung

Luật An toàn thực phẩm được Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 7 thông

qua ngày 17 tháng 6 năm 2010 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011.

Nhà nước, Chính phủ rất quan tâm đến vấn đề ATTP, thể hiện qua nhiều chủ trương, chính sách lớn, các văn bản chỉ đạo. Hệ thống quy phạm pháp luật về quản lý ATTP đã hoàn thiện, hệ thống tổ chức về công tác bảo đảm ATTP bước đầu hình thành. Luật an toàn thực phẩm đã có hiệu lực và được triển khai. Tuy nhiên, vấn đề ATTP đang đứng trước những thách thức lớn, tình hình vệ sinh an toàn thực phẩm trên cả nước trong thời gian qua đang tạo nhiều lo lắng cho người dân. Các vụ ngộ độc thực phẩm và bệnh truyền qua thực phẩm ở các khu công nghiệp, các bếp ăn tập thể ở bệnh viện, trường học diễn biến phức tạp. Các hóa chất trong chế biến thực phẩm được dùng quá hàm lượng cho phép. Các hóa chất không được phép sử dụng vẫn được người sản xuất, kinh doanh sử dụng trong chăn nuôi, bảo quản, chế biến thực phẩm; thực phẩm hỏng, không bảo đảm chất lượng vẫn được các cơ sở kinh doanh tìm mọi cách lưu thông trên thị trường vì lợi nhuận mà bất chấp nguy hiểm đến sức khỏe người tiêu dùng. Vì vậy, các vụ vi phạm quy định về an toàn thực phẩm ngày càng nhiều và có xu hướng gia tăng.

Các chợ truyền thống, chợ cóc, chợ tạm cung cấp hàng trăm tấn thực phẩm tươi sống mỗi ngày như: rau xanh, thịt gia súc, gia cầm, thủy hải sản, các thực phẩm khô hoặc các thực phẩm đã chế biến cho người dân. Tuy nhiên, thực phẩm ở đây đều chưa được giám sát về chất lượng, tình trạng vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm vẫn diễn ra tràn lan. Vệ sinh ATTP ở cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, nhất là cơ sở có quy mô gia đình, sản xuất theo mùa vụ chưa bảo đảm. Thực phẩm nhập

lậu qua biên giới còn khó kiểm soát. Tình trạng vi phạm luật an toàn thực phẩm rất nhiều, khó ngăn chặn. Công tác quản lý, kiểm tra bảo đảm an toàn thực phẩm còn gặp nhiều khó khăn, thách thức. Từ đó cho thấy ý thức, trách nhiệm và việc tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm của người sản xuất, kinh doanh thực phẩm còn chưa tốt.

Để thực hiện được Tiêu chí 17 về môi trường và an toàn vệ sinh thực phẩm: Tiêu chí 17.8: 100% các hộ gia đình, cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm tuân thủ các quy định về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020, các địa phương cần:

Tăng cường, phổ biến kiến thức về an toàn thực phẩm, truyền thông nâng cao nhận thức và tuân thủ quy định pháp luật về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với các cá nhân, cơ sở sản xuất và kinh doanh các mặt hàng thực phẩm.

Hướng dẫn các cơ sở sản xuất áp dụng sản xuất theo hướng an toàn, không sử dụng chất cấm, chất bảo quản, phụ gia...

Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra đột xuất, xử lý nghiêm những cơ sở tham gia quá trình sản xuất, kinh doanh thực phẩm vi phạm pháp luật nhằm kịp thời phát hiện, xử lý các trường hợp vi phạm, công khai nêu tên trên các phương tiện thông tin đại chúng bên cạnh việc phạt tiền.

Tập huấn đào tạo lực lượng cán bộ làm công tác quản lý chất lượng an toàn thực phẩm tại địa phương

Bố trí nguồn lực (nhân lực, kinh phí, trang thiết bị...) đảm bảo đủ điều kiện thực hiện nhiệm vụ quản lý chất lượng an toàn thực phẩm tại địa phương.

Tại Điều 19, Luật An toàn thực phẩm quy định điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm (ATTP) đối với cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm như sau:

Cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm phải bảo đảm các điều kiện sau đây:

- Có địa điểm, diện tích thích hợp, có khoảng cách an toàn đối với nguồn gây độc hại, nguồn gây ô nhiễm và các yếu tố gây hại khác;

- Có đủ nước đạt quy chuẩn kỹ thuật phục vụ sản xuất, kinh doanh thực phẩm;

- Có đủ trang thiết bị phù hợp để xử lý nguyên liệu, chế biến, đóng gói, bảo quản và vận chuyển các loại thực phẩm khác nhau; có đủ trang thiết bị, dụng cụ, phương tiện rửa và khử trùng, nước sát trùng, thiết bị phòng, chống côn trùng và động vật gây hại;

- Có hệ thống xử lý chất thải và được vận hành thường xuyên theo quy định của pháp luật về BVMT;

- Duy trì các điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm và lưu giữ hồ sơ về nguồn gốc, xuất xứ nguyên liệu thực phẩm và các tài liệu khác về toàn bộ quá trình sản xuất, kinh doanh thực phẩm;

- Tuân thủ quy định về sức khỏe, kiến thức và thực hành của người trực tiếp sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

1.8.2. Tổ chức thực hiện

a) Trách nhiệm thực hiện

* UBND cấp xã:

- Chịu trách nhiệm quản lý an toàn thực phẩm trên địa bàn xã; quản lý điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm đối với cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm nhỏ lẻ, thức ăn đường phố, cơ sở kinh doanh, dịch vụ ăn uống, an toàn thực phẩm tại các chợ trên địa bàn và các đối tượng theo phân cấp quản lý.

- Báo cáo định kỳ, đột xuất về công tác quản lý an toàn thực phẩm trên địa bàn.

- Bố trí nguồn lực, tổ chức bồi dưỡng nâng cao chất lượng nhân lực cho công tác bảo đảm an toàn thực phẩm trên địa bàn.

- Phối hợp với cơ quan chuyên môn tổ chức tuyên truyền, giáo dục, truyền thông, nâng cao nhận thức về an toàn thực phẩm, ý thức chấp hành pháp luật về quản lý an toàn thực phẩm, ý thức trách nhiệm của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh thực phẩm đối với cộng đồng, ý thức của người tiêu dùng thực phẩm.

- Phối hợp với cơ quan chuyên môn thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật về an toàn thực phẩm trên địa bàn quản lý.

* Trách nhiệm của cộng đồng:

Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân sản xuất thực phẩm

- Tuân thủ các điều kiện bảo đảm an toàn đối với thực phẩm, bảo đảm an toàn thực phẩm trong quá trình sản xuất và chịu trách nhiệm về an toàn thực phẩm do mình sản xuất;

- Tuân thủ quy định của Chính phủ về tăng cường vi chất dinh dưỡng mà thiếu hụt sẽ ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng;

- Thông tin đầy đủ, chính xác về sản phẩm trên nhãn, bao bì, trong tài liệu kèm theo thực phẩm theo quy định của pháp luật về nhãn hàng hóa;

- Thiết lập quy trình tự kiểm tra trong quá trình sản xuất thực phẩm;

- Thông tin trung thực về an toàn thực phẩm; cảnh báo kịp thời, đầy đủ, chính xác về nguy cơ gây mất an toàn của thực phẩm, cách phòng ngừa cho người bán hàng và người tiêu dùng; thông báo yêu cầu về vận chuyển, lưu giữ, bảo quản, sử dụng thực phẩm;

- Kịp thời ngừng sản xuất, thông báo cho các bên liên quan và có biện pháp khắc phục hậu quả khi phát hiện thực phẩm không an toàn hoặc không phù hợp tiêu chuẩn đã công bố áp dụng, quy chuẩn kỹ thuật tương ứng;

- Lưu giữ hồ sơ, mẫu thực phẩm, các thông tin cần thiết theo quy định về truy xuất nguồn gốc thực phẩm; thực hiện quy định về truy xuất nguồn gốc thực phẩm không bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm;

- Thu hồi, xử lý thực phẩm quá thời hạn sử dụng, không bảo đảm an toàn. Trong trường hợp xử lý bằng hình thức tiêu hủy thì việc tiêu hủy thực phẩm phải tuân theo quy định của pháp luật về BVMT, quy định khác của pháp luật có liên quan và phải chịu toàn bộ chi phí cho việc tiêu hủy đó;

- Tuân thủ quy định pháp luật, quyết định về thanh tra, kiểm tra của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

- Chi trả chi phí lấy mẫu và kiểm nghiệm vệ sinh an toàn thực phẩm;

- Bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật khi thực phẩm không an toàn do mình sản xuất gây ra.

* Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh thực phẩm:

- Tuân thủ các điều kiện bảo đảm an toàn đối với thực phẩm trong quá trình kinh doanh và chịu trách nhiệm về an toàn thực phẩm do mình kinh doanh;

- Kiểm tra nguồn gốc, xuất xứ thực phẩm, nhãn thực phẩm và các tài liệu liên quan đến an toàn thực phẩm; lưu giữ hồ sơ về thực phẩm; thực hiện quy định về truy xuất nguồn gốc thực phẩm không bảo đảm an toàn;

- Thông tin trung thực về an toàn thực phẩm; thông báo cho người tiêu dùng điều kiện bảo đảm an toàn khi vận chuyển, lưu giữ, bảo quản và sử dụng thực phẩm;

- Kịp thời cung cấp thông tin về nguy cơ gây mất an toàn của thực phẩm và cách phòng ngừa cho người tiêu dùng khi nhận được thông tin cảnh báo của tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu;

- Kịp thời ngừng kinh doanh, thông tin cho tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu và người tiêu dùng khi phát hiện thực phẩm không bảo đảm an toàn;

- Báo cáo ngay với cơ quan có thẩm quyền và khắc phục ngay hậu quả khi phát hiện ngộ độc thực phẩm hoặc bệnh truyền qua thực phẩm do mình kinh doanh gây ra;

- Hợp tác với tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu, cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong việc điều tra ngộ độc thực phẩm để khắc phục hậu quả, thu hồi hoặc xử lý thực phẩm không bảo đảm an toàn;

- Tuân thủ quy định của pháp luật, quyết định về thanh tra, kiểm tra của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

- Chi trả chi phí lấy mẫu và kiểm nghiệm vệ sinh an toàn thực phẩm;

- Bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật khi thực phẩm mất an toàn do mình kinh doanh gây ra.

* Trách nhiệm của người tiêu dùng thực phẩm:

- Tuân thủ đầy đủ các quy định, hướng dẫn về an toàn thực phẩm của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh trong vận chuyển, lưu giữ, bảo quản và sử dụng thực phẩm;

- Kịp thời cung cấp thông tin khi phát hiện nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm, khai báo ngộ độc thực phẩm, bệnh truyền qua thực phẩm với Ủy ban nhân dân nơi gần nhất, cơ sở khám bệnh, chữa bệnh, cơ quan nhà nước có thẩm quyền, tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh thực phẩm;

- Tuân thủ quy định của pháp luật về BVMT trong quá trình sử dụng thực phẩm.

b) Chế độ giám sát và báo cáo

* Chế độ giám sát:

- Giám sát của UBND xã và cơ quan chuyên môn

- UBND xã phối hợp với cơ quan chuyên môn thực hiện các nội dung giám sát sản xuất và kinh doanh thực phẩm như sau:

- Giám sát các cơ sở kinh doanh hóa chất bảo vệ thực vật và các vật tư nông nghiệp, bảo đảm sử dụng đúng chất lượng, chủng loại, liều lượng, thời gian cách ly của các loại vật tư nông nghiệp trong trồng trọt, chăn nuôi, bảo quản, chế biến nông sản thực phẩm.

- Giám sát các cơ sở giết mổ và vệ sinh thú y, vệ sinh thủy sản; kiểm tra việc thực hiện các quy định bảo đảm điều kiện an toàn thực phẩm trong toàn bộ chuỗi sản xuất.

- Giám sát việc kinh doanh hàng thực phẩm giả, kém chất lượng, quá hạn sử dụng, vi phạm quy định ghi nhãn hàng hóa, có nguồn gốc nhập lậu và gian lận thương mại, hàng thực phẩm vi phạm pháp luật về an toàn thực phẩm.

- Giám sát, thanh tra các cơ sở dịch vụ ăn uống, giám sát các mối nguy an toàn thực phẩm.

* Giám sát cộng đồng:

UBND xã lập đường dây nóng tiếp nhận thông tin và tuyên truyền, vận động người tiêu dùng giám sát và phản ánh về UBND xã các thông tin về các cơ sở sản xuất, kinh doanh không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Các nội dung phản ánh bao gồm:

- Điều kiện vệ sinh của các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

- Việc sử dụng hóa chất BVTV, thuốc kháng sinh, thuốc kích thích sinh trưởng trong trồng trọt, chăn nuôi, NTTS.

- Kinh doanh thực phẩm quá hạn sử dụng, thực phẩm không rõ nguồn gốc, thực phẩm không đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm.

- Các vấn đề khác liên quan đến vệ sinh, an toàn thực phẩm.

* Chế độ báo cáo:

- Báo cáo của các cơ sở sản xuất kinh doanh thực phẩm về thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm: 3 tháng/lần.

- Báo cáo của UBND xã về vệ sinh an toàn thực phẩm của các cơ sở SXKD thực phẩm trên địa bàn xã: 6 tháng/1 lần.

- Báo cáo của các đợt kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm: 5 ngày sau mỗi đợt kiểm tra.

1.8.3. Quản lý cơ sở sản xuất kinh doanh thực phẩm

a) Thống kê các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm

- UBND xã phối hợp với các cơ quan chuyên môn thống kê các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm và phân loại các cơ sở cần phải được cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm và thông báo đến từng cơ sở.

- Thông báo đến các cơ sở SXKD thực phẩm về trình tự, thủ tục cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đối với các cơ sở phải được cấp sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

b) Quản lý đối với các cơ sở thuộc diện phải cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm

* Cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

Thủ tục cấp giấy chứng nhận như sau:

- Đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm thuộc quản lý của Bộ Y tế thực hiện theo hướng dẫn trong thông tư số 26/2012/TT-BYT ngày 30/11/2012 quy định cấp Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm chức năng, thực phẩm tăng cường vi chất dinh dưỡng, phụ gia thực phẩm, chất hỗ trợ chế biến thực phẩm; nước khoáng thiên nhiên, nước uống đóng chai; dụng cụ, vật liệu bao gói, chứa

đựng thực phẩm thuộc phạm vi quản lý của bộ Y tế và Thông tư số 47/2014/TT-BYT ngày 11/12/2014 về hướng dẫn quản lý an toàn thực phẩm đối với cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống.

- Đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm thuộc quản lý của Bộ Nông nghiệp và PTNT thực hiện theo hướng dẫn trong thông tư số 45/2014/TT-BNNPTNT ngày 03 tháng 12 năm 2014 qui định việc kiểm tra cơ sở SXKD vật tư nông nghiệp và kiểm tra, chứng nhận cơ sở SXKD nông lâm thủy sản đủ điều kiện an toàn thực phẩm.

- Đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm thuộc quản lý của Bộ Công thương thực hiện theo hướng dẫn trong thông tư số 57/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công thương về quy định điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm trong sản xuất thực phẩm nhỏ lẻ thuộc trách nhiệm quản lý Nhà nước của Bộ Công thương.

* Kiểm tra sau cấp giấy nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đối với các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm

- UBND xã phối hợp với cơ quan cấp giấy chứng nhận sẽ thực hiện kiểm tra định kỳ việc thực hiện các qui định vệ sinh an toàn thực phẩm theo giấy chứng nhận.

- Phối hợp với cơ quan chuyên môn kiểm tra đột xuất nếu phát hiện các các vi phạm theo phản ánh của cộng đồng, người tiêu dùng.

* Quản lý đối với các cơ sở không thuộc diện phải cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm.

- Cơ sở thuộc diện không phải cấp Giấy chứng nhận phải tự xây dựng kế hoạch kiểm tra, giám sát nội bộ về điều kiện an toàn thực phẩm của cơ sở ít nhất 1 lần/năm.

- UBND xã và cơ quan có thẩm quyền thực hiện việc kiểm tra các cơ sở thuộc diện không phải cấp Giấy chứng nhận trên địa bàn.

- Tần suất kiểm tra không quá bốn lần/năm đối với các cơ sở không thuộc diện phải cấp Giấy chứng nhận.

- Tổ chức ký cam kết sản xuất thực phẩm an toàn đối với các cơ sở sản xuất ban đầu nhỏ lẻ theo quy định tại Thông tư 51/2014/TT-BNNPTNT ngày 27/12/2014 của Bộ NNPTNT”.

* Những hành vi bị cấm đối với các cơ sở SXKD thực phẩm:

UBND xã phổ biến những hành vi bị cấm đối với các cơ sở SXKD thực phẩm như sau:

- Sử dụng nguyên liệu không thuộc loại dùng cho thực phẩm để chế biến thực phẩm.

- Sử dụng nguyên liệu thực phẩm đã quá thời hạn sử dụng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ hoặc không bảo đảm an toàn để sản xuất, chế biến thực phẩm.

- Sử dụng phụ gia thực phẩm, chất hỗ trợ chế biến thực phẩm đã quá thời hạn sử dụng, ngoài danh mục được phép sử dụng hoặc trong danh mục được phép sử dụng nhưng vượt quá giới hạn cho phép; sử dụng hóa chất không rõ nguồn gốc, hóa chất bị cấm sử dụng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

- Sử dụng động vật chết do bệnh, dịch bệnh hoặc chết không rõ nguyên nhân, bị tiêu hủy để sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

- Vi phạm quy định của pháp luật về nhãn hàng hóa; thực phẩm không phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật tương ứng; thực phẩm bị biến chất;

- Thực phẩm có chứa chất độc hại hoặc nhiễm chất độc, tác nhân gây ô nhiễm vượt quá giới hạn cho phép;

- Thực phẩm có bao gói, đồ chứa đựng không bảo đảm an toàn hoặc bị vỡ, rách, biến dạng trong quá trình vận chuyển gây ô nhiễm thực phẩm;

- Thịt hoặc sản phẩm được chế biến từ thịt chưa qua kiểm tra thú y hoặc đã qua kiểm tra nhưng không đạt yêu cầu;

- Thực phẩm không được phép sản xuất, kinh doanh để phòng, chống dịch bệnh;

- Thực phẩm chưa được đăng ký bản công bố hợp quy tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong trường hợp thực phẩm đó thuộc diện phải được đăng ký bản công bố hợp quy;

- Thực phẩm không rõ nguồn gốc, xuất xứ hoặc quá thời hạn sử dụng;

- Sử dụng phương tiện gây ô nhiễm thực phẩm, phương tiện đã vận chuyển chất độc hại chưa được tẩy rửa sạch để vận chuyển nguyên liệu thực phẩm, thực phẩm;

- Cung cấp sai hoặc giả mạo kết quả kiểm nghiệm thực phẩm;

- Che giấu, làm sai lệch, xóa bỏ hiện trường, bằng chứng về sự cố an toàn thực phẩm hoặc các hành vi cố ý khác cản trở việc phát hiện, khắc phục sự cố về an toàn thực phẩm;

- Người mắc bệnh truyền nhiễm tham gia sản xuất, kinh doanh thực phẩm;

- Sản xuất, kinh doanh thực phẩm tại cơ sở không có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật;

- Quảng cáo thực phẩm sai sự thật, gây nhầm lẫn đối với người tiêu dùng;

- Đăng tải, công bố thông tin sai lệch về an toàn thực phẩm gây bức xúc cho xã hội hoặc thiệt hại cho sản xuất, kinh doanh;

- Sử dụng trái phép lòng đường, vỉa hè, hành lang, sân chung, lối đi chung, diện tích phụ chung để chế biến, sản xuất, kinh doanh thức ăn đường phố.

* Tập huấn kiến thức an toàn thực phẩm đối với người trực tiếp sản xuất, kinh doanh thực phẩm:

UBND cấp xã phối hợp với các cơ quan chuyên môn (Chi cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, chi cục An toàn vệ sinh thực phẩm, các Phòng chuyên môn cấp huyện, các Trung tâm, cơ sở chuyên ngành về ATTP, Trung tâm y tế dự phòng,...) tổ chức các lớp tập huấn kiến thức về an toàn thực phẩm đối với chủ cơ sở và người trực tiếp sản xuất kinh doanh thực phẩm. Nội dung tập huấn bao gồm:

- Các mối nguy vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Phương pháp bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm (trong sản xuất, chế biến, bảo quản, lưu trữ, vận chuyển, tiêu dùng ...).

- Thực hành tốt vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Các quy định pháp luật về vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Các kiến thức: thực hành sản xuất tốt (GMP - Good Manufacture Practice), thực hành vệ sinh tốt (GHP - Good Hygiene Practice), phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn (HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Point).

- Các kiến thức chuyên ngành, cụ thể cho từng ngành nghề sản xuất, kinh doanh thực phẩm.

2. Hướng dẫn thực hiện tiêu chí về môi trường trong Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới giai đoạn 2016-2020

Thông tư số 35/2016/TT-BNNPTNT ngày 26/12/2017 đã hướng dẫn chi tiết việc thực hiện tiêu chí về môi trường trong Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới giai đoạn 2016 - 2020. Cụ thể:

Huyện đạt chuẩn tiêu chí về môi trường khi đáp ứng các yêu cầu sau:

1. Hệ thống thu gom, xử lý CTR trên địa bàn huyện đạt tiêu chuẩn khi:

a) Có đề án hoặc kế hoạch hoặc phương án quản lý (giảm thiểu, phân loại, thu gom, vận chuyển, tái sử dụng, tái chế, xử lý) chất thải rắn trên địa bàn huyện được phê duyệt và triển khai thực hiện, bao gồm các hạng mục công trình, biện pháp, nhân lực, trang thiết bị, phương tiện đảm bảo yêu cầu:

Thu gom, vận chuyển, lưu giữ và xử lý đúng quy định đối với toàn bộ lượng chất thải rắn công nghiệp và sinh hoạt thông thường phát sinh trên địa bàn nếu không tái sử dụng, tái chế hoặc xử lý tại chỗ bằng phương pháp chế biến phân hữu cơ (composting);

Phân loại, phân định, thu gom riêng, cách ly phù hợp trong quá trình vận chuyển và chuyên giao cho đơn vị có chức năng xử lý theo quy định của pháp luật về quản lý chất thải nguy hại đối với toàn bộ các loại CTR nguy hại phát sinh trên địa bàn;

Thu gom, vận chuyển và xử lý toàn bộ lượng bao bì thuốc bảo vệ thực vật sau khi sử dụng phát sinh trên địa bàn theo quy định tại Thông tư liên tịch số 05/2016/TTLT-BNNPTNT-BTNMT ngày 16/5/2016 về hướng dẫn việc thu gom, vận chuyển và xử lý bao gói thuốc bảo vệ thực vật sau sử dụng;

Phân loại, thu gom, vận chuyển, xử lý chất thải rắn y tế theo quy định tại Thông tư liên tịch số 58/2015/TTLT-BYT-BTNMT ngày 31/12/2015 quy định về quản lý chất thải y tế.

b) Khu xử lý CTR trên địa bàn huyện (nếu có) phải có đầy đủ hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định tại điểm a khoản 2 Điều này và phải đảm bảo:

Bãi chôn lấp CTR (nếu có) phải tuân thủ tiêu chuẩn xây dựng Việt Nam về bãi chôn lấp CTR (TCXDVN 261:2001); nước thải từ bãi chôn lấp phải đảm bảo đạt quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về nước thải bãi chôn lấp (QCVN 25:2009/BTNMT);

Lò đốt CTR công nghiệp (nếu có) phải tuân thủ quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về lò đốt CTR công nghiệp (QCVN 30:2012/BTNMT);

Lò đốt CTR y tế (nếu có) phải tuân thủ quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về lò đốt CTR y tế (QCVN 02:2012/BTNMT), không sử dụng để đốt CTR công nghiệp và sinh hoạt;

Lò đốt CTR sinh hoạt (nếu có) phải tuân thủ quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về lò đốt CTR sinh hoạt (QCVN 61-MT:2016/BTNMT), không sử dụng để đốt CTR công nghiệp và y tế.

2. Cơ sở sản xuất, chế biến, dịch vụ (công nghiệp, làng nghề, chăn nuôi, chế biến lương thực - thực phẩm) thực hiện đúng các quy định về BVMT khi:

a) Có đầy đủ hồ sơ, thủ tục về môi trường, bao gồm:

Báo cáo đánh giá tác động môi trường, hoặc đề án BVMT chi tiết, hoặc đề án BVMT đơn giản, hoặc kế hoạch BVMT, hoặc hồ sơ tương đương theo quy định của pháp luật về BVMT. Đối với các cơ sở thuộc danh mục quy định tại Phụ lục I Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật BVMT, nếu chưa có các hồ sơ nêu trên phải lập báo cáo về các biện pháp BVMT;

Sổ đăng ký chủ nguồn thải chất thải nguy hại, Giấy xác nhận hoàn thành công trình BVMT, Giấy phép khai thác, xả nước thải vào nguồn nước theo quy định (nếu có);

Phương án BVMT đối với các đối tượng theo quy định tại Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT ngày 14/10/2016 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

b) Có công trình, biện pháp, hạ tầng kỹ thuật BVMT để thu gom, phân loại, lưu giữ, tái chế, thu hồi hoặc xử lý chất thải (nước thải, khí thải, CTR) đúng quy định; thực hiện đầy đủ và đúng các nội dung về BVMT đã cam kết trong các hồ sơ nêu trên.

c) Cơ sở nuôi trồng thủy sản ngoài các yêu cầu tại điểm a và điểm b khoản này phải tuân thủ quy hoạch nuôi trồng thủy sản của địa phương và các quy định về BVMT trong nuôi trồng thủy sản tại Điều 71 Luật BVMT.

d) Cơ sở chăn nuôi, khu chăn nuôi tập trung ngoài các yêu cầu tại điểm a và điểm b khoản này phải đảm bảo các điều kiện vệ sinh thú y trong chăn nuôi theo quy định tại Luật Thú y, Điều 69 Luật BVMT, Điều 11 Nghị định số

66/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ quy định điều kiện đầu tư kinh doanh về bảo vệ và kiểm dịch thực vật; giống cây trồng; nuôi động vật rừng thông thường; chăn nuôi; thủy sản; thực phẩm.

đ) Làng nghề trên địa bàn, cơ sở sản xuất tại làng nghề phải tuân thủ các quy định về BVMT làng nghề theo quy định tại Điều 70 Luật BVMT, Chương IV Nghị định số 19/2015/NĐ-CP ngày 14/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật BVMT và Chương III Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT ngày 14/10/2016 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

e) Chủ đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng cụm công nghiệp, Ban quản lý khu kinh doanh, dịch vụ tập trung trên địa bàn, cơ sở trong cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung (trừ cơ sở nuôi trồng thủy sản, cơ sở chăn nuôi, khu chăn nuôi tập trung) phải có đầy đủ hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định tại điểm a khoản này; đồng thời, phải đảm bảo thực hiện đầy đủ các quy định về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung theo quy định tại Điều 67 Luật BVMT và Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT ngày 14/10/2016 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ;

Cơ sở nuôi trồng thủy sản; cơ sở chăn nuôi, khu chăn nuôi tập trung trong cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung phải thực hiện theo quy định tại điểm c hoặc điểm d khoản này; đồng thời, phải đảm bảo thực hiện đầy đủ các quy định về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung theo quy định tại Điều 67 Luật BVMT và

Thông tư số 31/2016/TT-BTNMT ngày 14/10/2016 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT cụm công nghiệp, khu kinh doanh, dịch vụ tập trung, làng nghề và cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

g) Chủ đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng khu công nghiệp trên địa bàn, cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ trong khu công nghiệp (trừ cơ sở nuôi trồng thủy sản, cơ sở chăn nuôi, khu chăn nuôi tập trung) phải có đầy đủ hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định tại điểm a khoản này; đồng thời, phải đảm bảo thực hiện đầy đủ các quy định về BVMT khu công nghiệp theo quy định tại Điều 66 Luật BVMT và Chương III, Chương IV Thông tư số 35/2015/TT-BTNMT ngày 30/6/2015 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT khu kinh tế, khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao;

Cơ sở nuôi trồng thủy sản; cơ sở chăn nuôi, khu chăn nuôi tập trung trong khu công nghiệp phải thực hiện theo quy định tại điểm c hoặc điểm d khoản này; đồng thời, phải đảm bảo thực hiện đầy đủ các quy định về BVMT khu công nghiệp theo quy định tại Điều 66 Luật BVMT và Chương III, Chương IV Thông tư số 35/2015/TT-BTNMT ngày 30/6/2015 của Bộ Tài nguyên và Môi trường về BVMT khu kinh tế, khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao.

PHẦN 2

KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG VÀ LÀM VIỆC VỚI CỘNG ĐỒNG



1. Những vấn đề cơ bản trong công tác truyền thông và truyền thông môi trường

1.1. Truyền thông

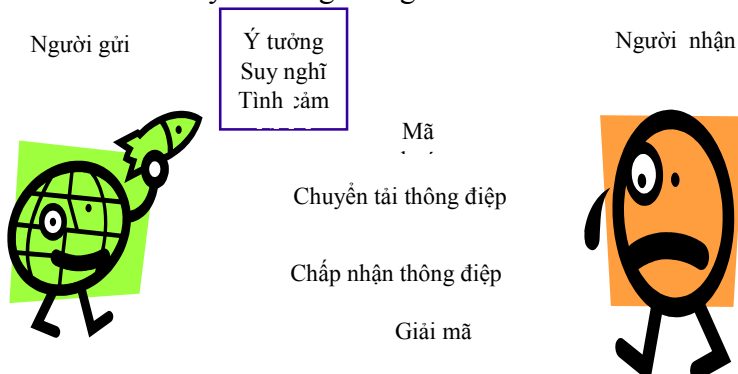
1.1.1. Khái niệm

Truyền thông là quá trình trong đó người gửi, truyền các thông điệp tới người nhận hoặc trực tiếp hoặc thông qua các kênh, nhằm mục đích thay đổi nhận thức, kiến thức, thái độ, kỹ năng thực hành của người nhận thông điệp.

- Truyền thông có thể phổ biến các tri thức, trình bày các giá trị, các chuẩn mực xã hội.

- Các tri thức bao gồm kiến thức, nhận thức và ý thức trách nhiệm về bất cứ hành vi nào vì lợi ích tốt đẹp, vì mục tiêu chính đáng của phát triển bền vững.

- Mô hình truyền thông đơn giản:



1.1.2. Các yếu tố của hệ thống truyền thông

Với mô hình truyền thông như trên thì một hệ thống truyền thông bao gồm các yếu tố sau:

- Người gửi
- Thông điệp
- Kênh truyền thông
- Người nhận

Mô hình truyền thông có thể được diễn giải đơn giản như sau:

Người gửi có một thông điệp (thông tin, ý tưởng, tình cảm, suy nghĩ, thái độ) muốn được gửi đi.

Người gửi phải mã hoá thông điệp đó, nghĩa là phải chuyển thông điệp đó thành âm thanh, từ ngữ, ký tự (thể hiện bằng ngôn ngữ) hay dùng cử chỉ, ký hiệu, ra hiệu, tư thế... (thể hiện bằng phi ngôn ngữ) để người nhận có thể hiểu được.

Người nhận thông điệp bằng các giác quan của mình. Nếu không có gì cản trở, gây nhiễu hay làm sai lệch thì người nhận sẽ có một bản sao chính xác, nghĩa là nguyên si thông điệp đã được gửi.

Người nhận phải giải mã và diễn dịch, phân loại, chấp nhận thông điệp để có thể hiểu nó một cách chính xác.

Cuối cùng, người nhận phải xác nhận là đã được nhận thông điệp, nghĩa là người đó phải cho người gửi biết là thông điệp đã được thu nhận, tái tạo và đã được hiểu rồi.

Như mô hình trên, truyền thông có vẻ như là một chu trình đơn giản, dễ dàng. Trong thực tế, rất hiếm khi diễn ra suôn sẻ như vậy. Việc sử dụng mô hình giản lược này không

phải là cung cấp giải pháp cho quá trình truyền thông mà chính là các tham số để phân tích các quá trình truyền thông và để xác định ra các khiếm khuyết nhằm cải thiện chúng một cách có hiệu quả hơn.

Trên thực tế, một người vừa là người gửi vừa có thể đồng thời là người nhận. Nội dung thông điệp tác động tới hành vi của chúng ta, và cũng ảnh hưởng tới hình thức, cường độ và nội dung của quá trình truyền thông. Các yếu tố gây nhiễu có thể xuất hiện ở bất kỳ bước nào trong quá trình truyền thông và dẫn tới hiểu nhầm hoặc chẳng hiểu gì.

1.1.3. Các cản trở đối với quá trình truyền thông

Đối tượng tham gia truyền thông có những cách tư duy khác nhau, có vốn từ vựng khác nhau, thậm chí có những cách diễn giải khác nhau về một sự kiện, một bức tranh cổ động hoặc một cuốn phim thuộc một chủ thể để trong chương trình truyền thông.

Bản thân công tác quản lý môi trường đang phải đối mặt với các mâu thuẫn trong suy nghĩ, thái độ, hành vi về môi trường giữa các nhóm người khác nhau, giữa người này với người khác và ngay cả bản thân một con người.

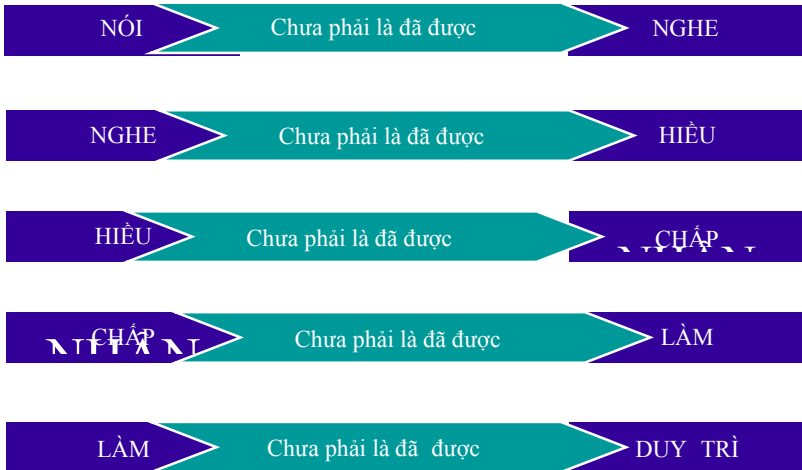
Hơn nữa, nếu trên mô hình truyền thông ở trên, có thể thấy có nhiều yếu tố gây nhiễu và làm giảm hiệu quả của cả quá trình. Bởi vì, những gì được người gửi **Nói** ra/ hay muốn chuyển đến người nhận không phải lúc nào cũng được áp dụng để **Làm** ngay. Năm trở ngại giữa nói và làm liên quan đến hạn chế về kỹ thuật hoặc các vấn đề truyền tải thông tin có thể nảy sinh giữa nói và nghe; khó khăn khi tìm kiếm một ngôn ngữ hay tư duy chung có thể ngăn cản việc nghe và hiểu; thiếu tin tưởng hoặc các khoảng cách về xã hội - văn hoá giữa người truyền đạt và người nhận thông điệp có thể

biến cái hiểu biết thành cái không được chấp nhận; và từ việc chấp nhận đến việc Làm thực sự càng gặp vô số khó khăn vì cơ chế chính trị, kinh tế khác nhau; cũng như từ chỗ làm đến việc duy trì càng gặp nhiều trở ngại hơn.

Các chiến dịch “hút thuốc có hại cho sức khỏe” hoặc “xe hơi làm ô nhiễm môi trường” là những minh học cụ thể. Nhiều người đã nghe các lời khuyên ấy, hiểu thông điệp ấy, chấp nhận thực tế ấy, nhưng vẫn chưa bỏ thuốc hoặc vẫn sử dụng xe, hoặc có bỏ cũng chỉ được trong một thời gian rất ngắn.

Kết luận cuối cùng rút ra là mặc dù việc thực sự thay đổi hành vi của cá nhân hay tập thể là rất cần thiết đối với mọi quá trình phát triển nhưng rất khó đạt được. Những trở ngại cần phải vượt qua trong quá trình này phải trở thành mối quan tâm thường trực của mọi nhà giáo dục, tư vấn, truyền thông hay nhà quản lý chính sách môi trường.

Các cản trở của truyền thông:



1.1.4. Đặc điểm của công tác truyền thông

- *Tính chất về thời gian*

- Các kế hoạch về truyền thông phải kịp thời.

- Có những chương trình truyền thông mang tính liên tục và kéo dài.

- Có thể phải tổ chức thành những đợt truyền thông.

- *Đặc điểm về quy mô hình thức*

- Về quy mô, thông thường là cộng đồng. Tuy vậy, vẫn có những công tác truyền thông cho một số đối tượng cụ thể (nhóm, giới...).

- Trong trường hợp tổ chức truyền thông thành đợt thì phải mang tính chất đồng loạt.

- Công tác truyền thông có thể diễn ra bằng nhiều phương tiện, hình thức truyền thông, có thể ở quy mô: Nhiều xã trong một huyện; Nhiều huyện trong một tỉnh; Tất cả các tỉnh, thành phố trong cả nước.

Về hình thức truyền thông là phải gây ấn tượng, hấp dẫn, lôi cuốn mọi người, đôi khi phải có những hình thức bất ngờ.

1.1.5. Nội dung truyền thông

- Tập trung vào một chủ đề cụ thể nào đó (ví dụ: những ảnh hưởng tới môi trường do việc khai thác dầu khí ở vùng biển Đông Nam Việt Nam).

- Có những chương trình truyền thông đưa ra nhiều chủ đề, nhiều nội dung nhưng đều gây tác động như nhau hoặc đều gây ra hiệu quả xấu cho một khu vực.

- Nội dung chủ đề trong các trương trình truyền thông phải cụ thể, rõ ràng, ngắn gọn, dễ hiểu, dễ nhớ dưới hình thức là các **Thông điệp truyền thông**.

- Các thông điệp phải sát hợp đối với đối tượng để giúp thay đổi nhận thức, quyết định thái độ và hành vi theo mục tiêu đã đặt ra.

- Đối tượng (người nhận) là ai?

- Cần nhận thức điều gì, cần thay đổi cái gì? (rủi ro về khai thác dầu khí, những rủi ro do ô nhiễm bản của sông Đồng Nai, rủi ro vùng hạ lưu của Đập Thủy điện Hoà Bình, rủi ro của hệ sinh thái Hồ Gươm do ô nhiễm lòng hồ và nước hồ...).

- Các thông điệp cụ thể.

- Mức độ cần đạt (100% biến đổi nhận thức, có thái độ và hành vi về BVMT trường...) theo mỗi quan hệ **K-T-H** (Kiến thức: **K**; Thái độ: **T**; Hành vi: **H**).

- Xác định các kênh truyền thông điệp.

1.1.6. Các giai đoạn chuẩn bị của một chương trình Truyền thông:

a) Lập kế hoạch:

(1) Xác định mục tiêu, nội dung, kênh và dạng thông điệp

- Đối tượng (người nhận) là ai?

- Cần nhận thức điều gì, cần thay đổi cái gì?

- Mức độ cần đạt?

- Xác định các kênh truyền thông?

- Các dạng thông điệp cụ thể?

b) Xây dựng thông điệp:

- Nguyên tắc chọn thông điệp

(2) Phù hợp với chủ trương, chính sách, luật pháp.

(3) Phù hợp với chủ đề (mục tiêu), đối tượng, tính cấp bách của vấn đề.

(4) Phải được trình diễn thử các thông điệp trước khi truyền thông rộng rãi (chú ý đơn giản, dễ nhớ, ấn tượng, nhất quán).

(5) Trong quá trình truyền thông phải kiểm tra, xem xét và điều chỉnh.

(6) Tránh mâu thuẫn với phong tục, tập quán.

- Văn phong của thông điệp.

(7) Lôi cuốn về tình cảm.

(8) Tích cực trước, tiêu cực sau.

(9) Sử dụng dư luận xã hội.

(10) Thảo luận cả điểm tốt, điểm xấu.

(11) Kết luận rõ ràng (có thể là kết luận đóng hoặc kết luận mở, gợi suy nghĩ của mọi người).

(12) Nhắc đi nhắc lại nhiều lần.

- Nội dung của thông điệp.

(13) Nguyên nhân (xa, gần, trực tiếp, gián tiếp).

(14) Các hiện tượng.

(15) Các thiệt hại.

(16) Các biện pháp khắc phục, phòng ngừa.

(17) Tổ chức thực hiện.

(18) Kết quả đạt được.

• Phương pháp sử dụng kênh truyền thông trực tiếp.

(19) Đến nhà hoặc cơ quan.

(20) Viết thư.

(21) Gặp riêng.

(22) Tự học hỏi.

• Phương pháp sử dụng kênh truyền thông nhóm.

(23) Học nhóm.

(24) Hội thảo.

(25) Tổ chức lớp học.

(26) Tham quan, khảo sát.

(27) Đóng kịch, tiểu phẩm.

c) Xác định thời gian, địa điểm, quy mô

Về thời gian:

(28) Kế hoạch truyền thông có thể được chuẩn bị và đưa vào thời kỳ mà những vấn đề cần truyền thông ở địa phương đã có những biểu hiện cụ thể.

(29) Có thể nhận một sự kiện nào đó

(30) Tốt nhất là dự đoán (dự báo) xu thế có khả năng gây hậu quả trong tương lai dẫn đến phải có kế hoạch truyền thông trước để ngăn chặn những rủi ro, thiệt hại

(31) Dự kiến chương trình, kế hoạch truyền thông sẽ được thực hiện trong thời gian bao lâu

Về địa điểm:

(32) Xác định được vùng gây ảnh hưởng (khu vực)

(33) Vùng chịu ảnh hưởng (vùng gây tác động)

(34) Khả năng lan truyền

Về quy mô:

(35) Quy mô xã

(36) Quy mô huyện

(37) Quy mô tỉnh, vùng

(38) Quy mô quốc gia

d) Xác định đối tượng

(39) Phải chỉ ra được đối tượng chính cần ưu tiên (đối tượng chịu ảnh hưởng lớn)

(40) Các nhóm đối tượng cá biệt (nhóm người gây ra ảnh hưởng)

(41) Phân tích các tác động khách quan đưa đến ảnh hưởng kể cả phong tục, tập quán, truyền thống)

e) Xác định mục tiêu

(42) Mục tiêu về mặt định hướng

(43) Mục tiêu về mặt định lượng

g) Xác định lực lượng tham gia

(44) Lực lượng nòng cốt là ai

(45) Lực lượng tuyên truyền

(46) Lực lượng tuyên truyền phối hợp (Báo chí, phát thanh, truyền hình...)

h) Xác định nguồn lực

(47) Nguồn kinh phí từ nhà nước hỗ trợ

(48) Nguồn huy động tại chỗ của các đơn vị phối hợp

1.2. Truyền thông môi trường

1.2.1. Khái niệm

Truyền thông môi trường là một công cụ quan trọng, cơ bản của quản lý môi trường, nó tác động trực tiếp hoặc gián tiếp làm thay đổi thái độ, hành vi của con người trong cộng đồng từ đó thúc đẩy họ tự nguyện tham gia vào các hoạt động BVMT từ đơn giản nhất đến phức tạp nhất và không những chỉ tự mình tham gia mà còn lôi cuốn những người khác cùng tham gia tạo ra các kết quả có tính đại chúng.

1.2.2. Tại sao lại cần truyền thông môi trường

Các dự án/ chương trình môi trường thường đem lại kết quả hạn chế, vì những sự đổi mới và giải pháp của dự án hay chương trình đưa ra không được những người có liên quan hiểu rõ và cùng tham gia.

Những người thực hiện các dự án hay chương trình môi trường thường nghĩ rằng các sự kiện khoa học và sự quan tâm đến môi trường của họ có sức thuyết phục, tuy nhiên, người dân thường nhận thức vấn đề thông qua xúc cảm và giao tiếp xã hội hơn là bằng lý lẽ và kiến thức.

Những xung đột, mâu thuẫn về lợi ích giữa những người trong cuộc không được điều đình, hoà giải với nhau. Cách tiếp cận đối đầu nhau đã dẫn đến thông tin một chiều, không quan tâm đến sự hiểu biết và hoàn toàn không dựa vào cách

truyền thông hai chiều là hình thức truyền thông hướng về “cùng chia sẻ” và về các tình huống “đôi bên cùng có lợi”.

Nhiều cấp ra quyết định không biết cách làm thế nào để lồng ghép một chiến lược truyền thông vào các dự án về môi trường.

Vậy, truyền thông môi trường để làm gì?

(49) Xây dựng nhận thức

(50) Tăng cường sự quan tâm

(51) Thay đổi thái độ

(52) Thay đổi hành vi

(53) Cùng cố thành tập quán

1.2.3. Mục tiêu của truyền thông môi trường

- Thông tin cho người bị tác động về các vấn đề môi trường để họ biết tình trạng của họ, từ đó làm họ quan tâm đến việc tìm kiếm các giải pháp khắc phục.

- Huy động các kinh nghiệm, kỹ năng, bí quyết địa phương tham gia vào các chương trình, kế hoạch BVMT.

- Thương lượng, hoà giải các xung đột, khiếu nại, tranh chấp về môi trường giữa các cơ quan trong nhân dân.

- Tạo cơ hội cho mọi thành phần trong xã hội tham gia vào việc BVMT - xã hội hoá công tác BVMT.

- Khả năng thay đổi các hành vi sẽ được hữu hiệu hơn thông qua đối thoại thường xuyên trong xã hội.

Như vậy, truyền thông môi trường cần phải cụ thể và gắn bó hữu cơ đối với cộng đồng có liên quan đến môi trường

Trong truyền thông môi trường, sự tham gia của cộng đồng vào tất cả các bước có ý nghĩa quan trọng đối với sự thành công của một chiến lược/kế hoạch truyền thông.

Các vấn đề môi trường thường là liên ngành, có phạm vi ảnh hưởng và tác động tới mọi tầng lớp trong xã hội, tới mọi mặt của đời sống con người.

Những tác động và hậu quả của các hành vi không phù hợp với môi trường thường không thể dễ dàng thấy ngay được.

1.2.4. Nguyên tắc của truyền thông môi trường

Truyền thông môi trường cần phải:

- Là mắt xích để gắn kết các vấn đề môi trường với quá trình hoạch định chính sách và sự tham gia của người dân.

- Quan tâm tới lợi ích của đối tượng truyền thông/cộng đồng.

- Cách thức truyền thông cần phù hợp với đối tượng truyền thông, có nghĩa là cần phải đơn giản, cụ thể và phù hợp về văn hoá - xã hội.

- Truyền thông có định hướng tới các vấn đề cần được giải quyết, hay các nhu cầu của cộng đồng.

- Tính tới chi phí - hiệu quả và có tính sáng tạo bằng cách sử dụng các cơ sở vật chất, nguồn nhân lực, phương tiện truyền thông sẵn có ở địa phương, hơn là dựa vào các sản phẩm truyền thông đắt tiền.

- Trao quyền cho cộng đồng.

- Có sự hợp tác giữa những người có trình độ khác nhau, chức năng khác nhau (giữa các cấp chính quyền, các tổ chức cộng đồng, khu vực tư nhân, các cơ quan nghiên cứu...).

- Sử dụng tối đa các biện pháp lập kế hoạch chiến lược và coi đó là một phần của chính sách.

- Thúc đẩy trách nhiệm quản lý các nguồn tài nguyên thông qua xã hội hóa các vấn đề liên quan đến môi trường, tới mỗi cá nhân, mỗi con người.

- Kết hợp các kênh, phương tiện, sản phẩm truyền thông khác nhau.

- Thử nghiệm trước sản phẩm truyền thông.

- Có sự hoà hợp giữa người truyền thông và cộng đồng

- Nhấn mạnh vào tính bền vững.

1.2.5. Cách tiếp cận của phương pháp truyền thông chung và truyền thông môi trường

a) Truyền thông truyền thống

Ở nước ta đã có nhiều phương thức truyền thống (cổ điển) trong thể hiện phương pháp truyền thông, rất sinh động, phổ cập, ấn tượng, dễ hiểu và nhớ lâu như: rao mõ, truyền loa miệng, bích trương chữ lớn và hình vẽ biểu trưng, lồng những nội dung thông điệp trong các vở diễn chèo, hát đối, hát đố, trò chơi dân gian, hoạt động lễ hội... Những nội dung truyền thông môi trường đưa vào thể hiện ở những “chiếu chèo”, hội lòng tưng dân tộc miền núi, diễn tấu trường ca các dân tộc Tây Nguyên, hình tượng trong đèn kéo quân, lồng và các trò chơi dân gian (đối tượng thiếu niên nhi đồng) thể hiện biểu trưng hình tượng hoặc khẩu hiệu trên các cây nêu hoặc trên các “cánh diều”. Ở những cuộc đua lễ hội như đua thuyền, kéo co, ném còn... gắn mục đích và nội dung giáo dục BVMT...

b) Truyền thông hiện đại

Tiến bộ khoa học kỹ thuật là cơ sở cho các phương tiện truyền thông hiện đại: phát thanh, truyền hình, phim ảnh, báo chí, pano, áp phích, tờ rơi, hội thảo, triển lãm, internet... Những phương tiện truyền thông kỹ thuật hiện đại có phần bị hạn chế ở những vùng sâu, vùng xa do còn chưa có điện hoặc thiếu một số điều kiện.

c) Phương thức truyền thông

Bất cứ lựa chọn truyền thông truyền thống hay hiện đại đều cần phải tiếp cận phương thức truyền thông.

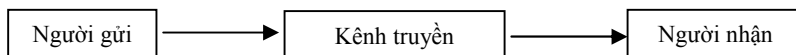
** Phương thức một chiều:*

Trong phương thức này, người gửi chỉ gửi hoặc truyền thông điệp tới người nhận mà người nhận không có điều kiện trao đổi lại thông tin với người gửi một cách trực tiếp.

Phương thức truyền thông này thường được sử dụng để phổ biến thông tin đặc biệt là trong các trường hợp khẩn cấp như: cháy nhà, động đất, núi lửa, vỡ đê...

Đây là loại truyền thông đơn giản nhất.

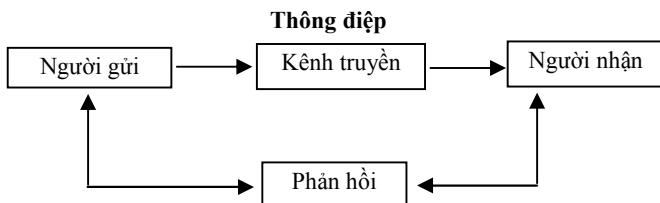
Thông điệp



** Phương thức hai chiều:*

Trong phương thức này, người gửi và người nhận thông điệp có thể trao đổi với nhau. Người gửi khởi đầu quá trình và người nhận trả lời lại. Như vậy có sự phản hồi từ phía người nhận.

Mô hình truyền thông hai chiều thường được áp dụng ở các cơ quan thăm dò dư luận, hoặc các nhóm chuyên gia chuyên nghiên cứu về ý kiến phản hồi của khách hàng (của cộng đồng), của các công ty...



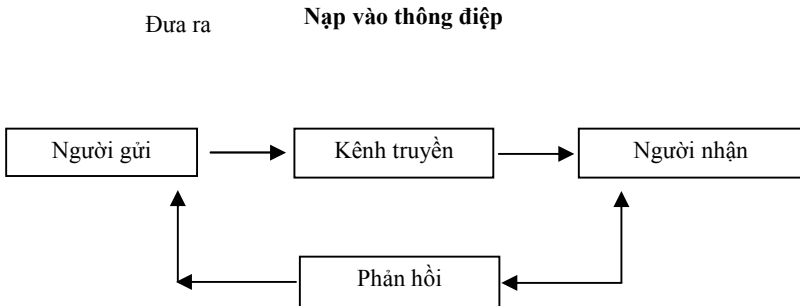
* Phương thức ba chiều:

Còn có thể xác định là 2 chiều qua bước phân tích đối tượng nhận thông tin, phương thức này về cơ bản giống phương pháp truyền thông hai chiều. Duy có một điểm khác đó là: Người gửi thông điệp bắt đầu quá trình bằng việc thu nhập và phân tích đặc điểm của người nhận, rồi sau đó mới gửi thông điệp.

Như vậy, gửi thông điệp là bước thứ hai. Và bước thứ ba là thu nhận thông tin phản hồi. Những thông tin mà người gửi thu thập tại bước thứ nhất nhằm xác định rõ người nhận, để xây dựng một nội dung thông điệp và kênh truyền thông thích hợp.

Phương thức này thường được sử dụng để tổ chức các chiến dịch truyền thông lớn. Theo thuật ngữ kỹ thuật, người ta gọi quá trình thứ nhất là phân tích đối tượng hay còn gọi là quá trình “nạp vào”, quá trình thứ hai là gửi thông điệp hay còn gọi là quá trình “đưa ra” và quá trình thứ ba là thu thập ý kiến hay là quá trình “phản hồi”.

Về mặt tác nghiệp: “Nạp vào” thường được thực hiện thông qua công tác nghiên cứu, khảo sát cơ sở. “Đưa ra” bằng các phương tiện truyền thông đại chúng và “Phản hồi” thông qua giám sát và đánh giá.



Các thành phần của Truyền thông môi trường:

- Người gửi (nguồn tin).
- Thông điệp (nội dung, thông tin).
- Kênh truyền (mang thông điệp).
- Người nhận: Nơi nhận thông tin.
- Kênh phản hồi.

Kinh nghiệm cho thấy, nguồn tin càng uy tín bao nhiêu thì khả năng sự thay đổi thái độ, quan điểm của người nhận càng lớn bấy nhiêu.

2. Kế hoạch truyền thông môi trường

Xây dựng các chương trình truyền thông môi trường ngày càng đòi hỏi phải mang tính hệ thống và chiến lược, chứ không chỉ tập trung vào nội dung hay hàm lượng của một thông điệp rồi đánh giá các chương trình đó.

Một chương trình truyền thông có giá trị là một chương trình có tính hệ thống, hợp lý, luôn luôn đáp ứng được những phát hiện thực tế và các dữ liệu có được trong nghiên cứu, rất thực tiễn trong ứng dụng tại hiện trường ở mọi cấp, và bền vững, thể hiện qua tính chiến lược trong việc đề ra các mục tiêu lâu dài và theo đuổi đến cùng các mục tiêu đó.

Một quy trình 6 bước mô phỏng từ mô hình các dự án truyền thông trình bày dưới đây, giúp chúng ta hiểu thêm các bước cần thiết nhằm xây dựng và thực hiện các chiến lược, các chương trình truyền thông quốc gia có hiệu quả, hoặc bất kỳ một hoạt động truyền thông có kế hoạch hay tổ chức nào:

- *Bước 1: Phân tích* - Lắng nghe các đối tượng tiềm tàng, đánh giá các chương trình, chính sách, các nguồn lực hiện có, các điểm mạnh và yếu, cũng như phân tích các nguồn lực truyền thông;

- *Bước 2: Thiết kế chiến lược* - Xác định các mục tiêu, nhận dạng hay xác định các nhóm đối tượng, đưa ra một khái niệm đối với đối tượng cụ thể, xác định rõ mô hình thay đổi hành vi, lựa chọn các kênh truyền thông, xây dựng kế hoạch hành động và đánh giá thiết kế;

- *Bước 3: Phát triển, tiền trắc nghiệm và hoàn chỉnh, rồi sản xuất các nội dung hay thông điệp truyền thông* - Phát triển các khái niệm của thông điệp, tiền trắc nghiệm với các thành viên trong nhóm đối tượng, những người có chức trách nhiệm vụ của nhóm đối tượng đó, sau đó hoàn chỉnh sửa đổi, rồi sản xuất các thông điệp, các tài liệu truyền thông, trắc nghiệm lại các tài liệu mới và hiện có.

- *Bước 4: Quản lý, thực hiện và giám sát* - huy động các tổ chức chủ chốt, tạo ra môi trường tổ chức tích cực, thực hiện kế hoạch hành động và giám sát quá trình tuyên

truyền, truyền phát và nhận các sản phẩm của chương trình truyền thông.

- *Bước 5: Đánh giá ảnh hưởng* - Đo lường ảnh hưởng đến nhóm đối tượng và xác định cách thức cải tiến các dự án trong tương lai.

- *Bước 6: Quy hoạch đảm bảo tính liên tục (bền vững)* - Điều chỉnh theo các điều kiện thay đổi; xây dựng các kế hoạch tiếp tục tự thực hiện chương trình của nhóm đối tượng.

Bước 1 - Phân tích sơ bộ trong quá trình quy hoạch chương trình truyền thông

Các chương trình truyền thông môi trường, muốn thành công phải có quy hoạch cẩn thận và thực hiện một cách hiệu quả.

Bước đầu tiên là công tác phân tích. Thành công của một chương trình truyền thông tùy thuộc vào mức độ phân tích chính xác vấn đề cần giải quyết; người dân, các chính sách và các tổ chức cần có để giải quyết vấn đề; và các nguồn lực có thể huy động phục vụ chương trình truyền thông.

Trong hầu hết các chương trình/dự án môi trường hay có liên quan, như xoá đói giảm nghèo, nước sạch, vệ sinh môi trường nông thôn... các mục đích, mục tiêu đều do cấp ra quyết định ở trung ương (và tỉnh) xác định. Dù vậy, nhiệm vụ phân tích truyền thông là phải xác định các nhu cầu truyền thông, đặt đạt được các mục tiêu cụ thể của chương trình/dự án đó. Về cơ bản phân tích truyền thông trước hết tập trung vào các thông tin chiến lược sau:

- **Người dân** - Cần phải thay đổi hành vi của ai để đạt được các mục tiêu chương trình? Nhận thức vấn đề của mọi người khác nhau thế nào? Nếu vấn đề liên quan đến nước

sạch và sức khoẻ, thì có bao nhiêu người biết đến bệnh tiêu chảy, hiểu ở mức độ nào? Thái độ, ý định và thực hành của họ ra sao? Có rào cản hay tín ngưỡng nào cản trở quá trình thay đổi? Xã hội, tập quán và tín ngưỡng chi phối lối suy nghĩ và hành động của người dân ra sao trước một vấn đề cụ thể? Họ “chuyện trò” riêng hay công khai với nhau về một vấn đề? Những ai là nhóm đối tượng thứ hai, có ảnh hưởng đến cấp nước sạch và điều kiện vệ sinh môi trường?

• **Các chính sách và chương trình/ dự án** - Các chính sách, chủ trương của nhà nước hay địa phương nào liên quan đến cấp nước sạch và vệ sinh môi trường? Ai là người quyết định hay lãnh đạo? Địa phương hiện có các chương trình và dịch vụ có gì liên quan? Có hiệu quả không? Và tăng cường bằng cách nào?

• **Các tổ chức** - Các tổ chức, đoàn thể nào ở địa phương tích cực tham gia cấp nước sạch và vệ sinh môi trường? còn tổ chức hay đoàn thể nào khác có khả năng tham gia và tiến hành công tác truyền thông? Các tổ chức và đoàn thể đó cùng cộng tác với nhau thế nào? Cần phải hợp tác ra sao để nâng cao hiệu quả chương trình truyền thông?

• **Các nguồn lực truyền thông** - Đối với nhóm đối tượng thứ nhất thì kênh truyền thông nào là tốt nhất? Ai quản lý khai thác các kênh truyền thông đó? Các quy định quản lý sử dụng các kênh truyền thông đó? Địa phương có sẵn các dịch vụ kỹ thuật? Như khuyến nông, nghiên cứu thị trường, quảng cáo hay các tổ chức dịch vụ phát hành và phân phối không? kiến thức của các đội viên truyền thông có am hiểu về nước sạch và vệ sinh môi trường không?

Có rất nhiều nguồn thông tin để phục vụ cho công tác phân tích, nhằm đánh giá được các nhu cầu và các nguồn lực

truyền thông. Tất cả các nguồn thông tin dưới đây đều có thể cung cấp các thông tin cần thiết cho công tác phân tích:

- Các kết quả đánh giá về các chương trình/dự án nước sạch và vệ sinh môi trường trước đây;

- Các tài liệu đã xuất bản và chưa xuất bản về nhân khẩu học và sức khỏe, các nghiên cứu hộ gia đình về trình độ dân trí, thái độ và thực hành; các nghiên cứu về dân tộc học và xã hội học; các công trình phân tích về hiện trạng môi trường (nước) và vệ sinh môi trường địa phương;

- Các văn bản của Nhà nước kể cả các kế hoạch phát triển vùng; luật, báo cáo ngành, thống kê dân số;

- Các số liệu thống kê sức khỏe;

- Các số liệu liên quan đến các tài liệu truyền thông hiện có;

- Các phương tiện thông tin đại chúng hiện có

- Các cuộc phỏng vấn với các nhóm đối tượng khác nhau;

Những điểm cần lưu ý trong bước phân tích sơ bộ

Công tác phân tích cần phải:

- **Xác định xem người dân đã hiểu được gì, tin, hy vọng vào điều gì và thực tiễn thế nào.** Hay nói cách khác, công tác truyền thông phải cân nhắc đến tất cả các nguyện vọng của đối tượng hay người dân. Các thông điệp phải được xây dựng dựa trên suy tư, cảm nhận và nhu cầu của người dân, chứ không được coi thường mâu thuẫn hay lối suy nghĩ và nguyện vọng của họ. Cho nên các cán bộ xây dựng chương trình truyền thông phải lắng nghe những gì người dân nói, để hiểu biết được họ hiểu vấn đề ra sao, nghĩ và tin cái gì.

- ***Cố gắng chia nhỏ các nhóm đối tượng*** để đáp ứng với từng mục tiêu truyền thông cụ thể, nhằm có được các nhóm đối tượng cụ thể và đồng nhất về các nhu cầu, các mối quan tâm hoặc các đặc trưng. Ví dụ có thể chia theo các nhóm đối tượng (1) có những thay đổi về hành vi, sẽ đóng góp nhiều nhất cho các mục tiêu chương trình; (2) các nhóm cần phải có các thông điệp và tài liệu truyền thông cụ thể; và (3) có khả năng truyền thông theo nhiều kênh khác nhau.

- ***Xác định các chính sách nhà nước có thể cản trở hay hỗ trợ các chương trình truyền thông***, nhằm mục đích tìm ra các cách tiếp cận thay thế khả dĩ. Ví dụ, các giải pháp giếng khoan của UNICEF đối với các vùng miền núi hay hố xí hai ngăn đối với vùng ngập lụt, có thích hợp không?

- ***Xác định rõ các nhà hoạch định chính sách*** là nhóm đối tượng quan trọng thứ hai, hỗ trợ cho bất kỳ biện pháp cải tiến truyền thông nào đưa ra. Nhóm đối tượng này sẽ chi phối khả năng sử dụng các phương tiện truyền thông của nhóm thứ nhất. Vì vậy, ngay từ khi bắt đầu một chương trình truyền thông, chúng ta cần được các nhà ra quyết định ủng hộ mạnh mẽ và thường xuyên suốt quá trình thực hiện.

- ***Xác định các điểm mạnh và yếu*** để có thể khắc phục các mặt tiêu cực và phát huy các mặt tích cực. Công tác phân tích truyền thông được đánh giá là tốt nếu công tác phân tích đánh giá sát khả năng sử dụng và chất lượng của các sản phẩm truyền thông, không chỉ xác định các vấn đề

quan trọng mà còn đưa ra các giải pháp có tính xây dựng. Ví dụ nếu các sản phẩm truyền thông như các biểu tượng (logo) hay các biển báo gây chú ý các đối tượng truyền thông có tác dụng thay đổi hành vi của các hộ gia đình, mà còn tạo ra dư luận quần chúng về vệ sinh môi trường, thì cần phát huy các sản phẩm đó. Ngược lại, các cuộc họp nhóm với chủ đề “lạc lõng” chỉ gây mất thì giờ của cộng đồng, thì nhiệm vụ phân tích phải thay đổi nội dung sao cho có ảnh hưởng tích cực đến hành vi của mọi người về một chủ đề “sát sườn” với lợi ích của họ.

Vai trò, chức năng và kỹ năng người làm công tác truyền thông BVMT trước hết cần quán triệt mục đích ý nghĩa công việc phải làm, tự mình xác định đúng và đầy đủ “K-T-H” và ứng dụng có hiệu quả trong thực tế truyền thông. Lựa chọn những phương án tối ưu tổ chức thực hiện hành động BVMT.

*Thẩm định các tổ chức hiện có để chất lọc ra các tổ chức nào có khả năng tiến hành truyền thông tốt nhất và các tổ chức đó hợp tác với nhau ra sao.*Thẩm định tất cả các tổ chức có vai trò và xác định các điểm mạnh và điểm yếu của họ trong công tác truyền thông. Các tổ chức này có thể là các tổ chức Nhà nước, ngoài chính phủ, tổ chức quần chúng và các hội chuyên môn.

Để phân tích có 5 tiêu chí thường được áp dụng:
Năng lực, cam kết, ảnh hưởng chính trị, phạm vi dịch vụ và tính liên tục. Ví dụ, các đơn vị truyền thông nước sạch và vệ sinh môi trường có tính liên tục và phạm vi phục vụ toàn quốc, nhưng thiếu cam kết đối với công tác cấp nước

và vệ sinh môi trường và năng lực hạn chế về các kỹ năng truyền thông, hay Hội Phụ nữ có phạm vi hoạt động toàn quốc thông qua các chi hội phụ nữ, có cam kết với vệ sinh môi trường, có ảnh hưởng chính trị, nhưng năng lực lại hạn chế do thiếu thông tin hay kiến thức về hồ xí hai ngăn, và tính liên tục bị hạn chế do thiếu các nguồn lực...

Hầu như không một cơ quan hay tổ chức nào có thể tự đảm đương được một chương trình truyền thông môi trường quốc gia, chính vì vậy, công tác phân tích sơ bộ phải xác định được các tổ chức nào có khả năng cùng cộng tác với nhau để thực hiện có hiệu quả một dự án truyền thông. Vấn đề cốt yếu để thiết kế một chương trình truyền thông. Có thể chia nhỏ thành các loại hình kênh truyền thông khác nhau, như khuyến cáo cá nhân, nói chuyện nhóm, diễn kịch dân gian và hội làng cho đến họp báo, yết thị, phát thanh và truyền hình, và các hình thức hiện đại.

Xác định các kênh truyền thông hợp lý nhất và chi phí đạt hiệu quả hiện có đối với các nhóm đối tượng. Nói cách khác là phải nghiên cứu xem các đối tượng nào được truyền thông bằng các phương tiện truyền thông nào?

Các phân tích cần phải đánh giá đúng phương tiện truyền thông nào phù hợp với nhóm đối tượng cụ thể, thì mới đảm bảo đạt được tính hiệu quả của một chiến dịch truyền thông. Ví dụ, băng hình có thể phù hợp với các vùng sâu và vùng xa, chứ không thể sử dụng công cụ truyền hình được. Ngược lại, truyền hình sẽ hiệu quả hơn phát thanh ở các trung tâm đô thị.

**Đề dẫn đánh giá các tổ chức
có khả năng là các đối tác chiến lược**

Năng lực

- Liệu tổ chức có đủ cán bộ kỹ thuật và quản lý không?
- Nếu cần bổ sung, liệu có thể tuyển dụng hay thuê theo thời gian quy định không?
- Có đủ tiền mặt hay nguồn dự trữ, hệ thống kế toán, tài khoản, hay có được kiểm toán thường xuyên không?
- Có kinh nghiệm với hoạt động truyền thông tương tự không?
- Có uy tín về hoạt động truyền thông không?

Cam kết:

- Có ủng hộ chương trình nước sạch và vệ sinh môi trường không?
- Có ủng hộ vai trò truyền thông không?

Ảnh hưởng chính trị

- Có các mối liên hệ và tiếp xúc với các nhà hoạch định chính sách và những người có ảnh hưởng không?

Phạm vi lợi ích

- Có thể cung cấp cho mọi nhóm đối tượng dự kiến theo vùng địa lý, các nhóm đối tuổi hoặc các bộ phận dân cư khác nhau không?

Tính liên tục

- Đã hoạt động được bao lâu?
- Trước đây đã triển khai có hiệu quả các dự án tương tự nào chưa?
- Có cơ sở thể chế và các nguồn lực đảm bảo tính bền vững trong thời gian dài không?

Bước 2 - Thiết kế chiến lược

Chương trình truyền thông dù lớn hay nhỏ, đều cần thiết kế chiến lược. Sau khi hoàn thành bước 1 - phân tích, bước 2 là thiết kế chiến lược. Đây là bước quan trọng, bởi lẽ các hoạt động trong tương lai đều tùy thuộc vào bước thiết kế này. Trong thiết kế chiến lược chương trình truyền thông có 5 cấu thành chính:

- Đề ra các mục tiêu;
- Xác định vị trí của vấn đề, dịch vụ hay sản phẩm để “khuyến mại”;
- Lựa chọn các biện pháp thực hiện;
- Xác định các tổ chức đối tác;
- Quy hoạch công tác tư liệu hoá và đánh giá.

Tất cả 5 cấu thành trên đều quan hệ qua lại chặt chẽ với nhau. Các mục tiêu của chương trình chỉ ra các mong muốn thay đổi cơ bản hành vi của cá nhân nhằm đạt được những ảnh hưởng tích cực về môi trường. Việc xác định vị trí của vấn đề cho thấy có thể hiện những thay đổi này ra sao đối với một nhóm đối tượng dự kiến bằng cách thuyết phục nhất.

Các biện pháp thực hiện để tạo ra được những hoạt động tối ưu, các kênh tối ưu và thời hạn để đến được với nhóm dự kiến bằng cách thuyết phục nhất. Các biện pháp thực hiện để tạo ra được những hoạt động tối ưu, các kênh tối ưu và thời hạn để đến được với nhóm dự kiến. Các tổ chức đối tác xây dựng các thông điệp và các biện pháp tiến hành các hoạt động.

Cuối cùng, công tác tư liệu hoá các thay đổi về hành vi của cá nhân hay cộng đồng, các dịch vụ và các số liệu thống

kê liên quan, mà một chương trình có thể đánh giá xem các mục tiêu có đạt được hay không, chiến lược có thích hợp không và được thực hiện ra sao. Lý tưởng nhất là từng cấu thành được cụ thể hoá trong chiến lược truyền thông phải có kế hoạch công tác và phải có ngân sách thực hiện rõ ràng.

Theo quan điểm truyền thông, việc xác định vấn đề có thể là cấu thành chủ yếu bởi lẽ xác định vị trí vấn đề sẽ xác định cách thức người dân sẽ cảm nhận được chương trình truyền thông, họ sẽ nhớ các hoạt động truyền thông ra sao và với mức độ nào thì các hoạt động đó sẽ thúc đẩy nhanh được hành động. Theo từng cấu thành trong thiết kế chiến lược đều có ý nghĩa quan trọng và mỗi cấu thành đòi hỏi phải có thông tin phù hợp và phải sáng tạo trong quá trình ra quyết định.

Những điểm lưu ý trong Bước 2

- **Tầm nhìn dài hạn** có thể đưa ra được các mục tiêu chính, mỗi chương trình cần phải có tầm nhìn dài hạn. Tầm nhìn có thể giúp giao quyền cho người dân và chỉ ra những gì có ý nghĩa quan trọng. Tầm nhìn còn có ý nghĩa động viên nhóm truyền thông, bởi vì từng thành viên của nhóm cần biết mình phải làm gì. Tầm nhìn có thể tăng cường các tổ chức, bởi lẽ nó tạo ra năng lượng mới.

- **Đề ra được các mục tiêu truyền thông thiết thực** đòi hỏi phải nhiều người dân, lắng nghe họ, chứ không cố “lôi kéo họ”. Rõ ràng những mục tiêu mong muốn thay đổi kiến thức, các thái độ và nhất là hành vi còn tùy thuộc vào người dân. Thiết kế một chiến lược có hiệu quả đòi hỏi phải hiểu được người dân nghĩ gì và làm gì và phải tìm ra họ muốn thay đổi gì chứ không phải “lôi kéo” họ và bắt họ thay đổi những gì họ không muốn.

Trong thực tế, mối quan hệ của một nhóm đối tượng với các mục tiêu truyền thông như “môi với răng”. Khung các bước thay đổi hành vi nói ở phần trên, hướng dẫn chúng ta những nhóm đối tượng nào và ở đâu và các bước nào trong quá trình thay đổi cần được quan tâm trong việc đề ra các mục tiêu của chương trình. Do vậy, nâng cao kiến thức thông qua việc cung cấp thông tin chính xác sẽ trở thành mục tiêu quan trọng bởi vì đó là những gì người dân mong mỏi.

Với cách tiếp cận này, chúng ta sẽ đảo lại mô hình truyền thông truyền thống một chiều, tiến triển từ nguồn cung cấp thông điệp đến kênh truyền thông, đến người nhận thông điệp. Trong mô hình này, nhóm đối tượng nhận truyền thông trở thành nhóm cuối cùng của một dòng thông tin. Phản hồi từ nhóm đối tượng có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với quá trình thiết kế truyền thông có hiệu quả. Với cách tiếp cận này đã tạo ra được đối thoại giữa các nhà kế hoạch chương trình truyền thông với các nhóm đối tượng, đáp ứng các nguyện vọng của họ, hiểu được những nỗi lo sợ của họ và các nhu cầu của đối tượng, hơn là cố tình lôi kéo họ, là một bộ phận cốt yếu trong chiến lược truyền thông.

• ***Một khi đã xác định được các mục tiêu đối với nhóm đối tượng cụ thể*** thì thiết kế chiến lược truyền thông cần phải hướng dẫn hành động ra sao. Thiết kế chiến lược truyền thông cần phải hướng dẫn hành động ra sao. Thiết kế phải chỉ ra những hoạt động, các kênh và thời hạn để có thể đem lại kết quả cuối cùng. Nói cách khác, thiết kế chiến lược giống như một lộ trình, chỉ rõ đường đi nước bước.

Giống như trong môn địa lý, các lộ trình tốt của truyền thông do chính những “thổ công” thiết kế. Do vậy, ít khi lại

có được các chiến lược hợp lý do các chuyên gia ngắn hạn thiết kế được. Các chiến lược tốt cần được xây dựng trên cơ sở các kết quả nghiên cứu tốt, phân tích kỹ càng và tư vấn đầy đủ với các chuyên gia địa phương và các nhà ra quyết định. Lắng nghe đối tượng và hiểu biết cơ sở có ý nghĩa quyết định.

- ***Có thể phân đoạn thực hiện các chương trình truyền thông***, tùy theo khả năng sẵn có các dịch vụ, đào tạo và sự sẵn sàng của đối tượng truyền thông. Một chiến lược truyền thông tốt phải chấp nhận thời gian chuẩn bị kỹ cho bất kỳ chiến dịch nào. Trong quá trình chuẩn bị phải xác định rõ mọi nhu cầu của một nhóm đối tượng cụ thể. Họ đã có kiến thức gì và mong muốn điều gì. Các cán bộ truyền thông đã qua đào tạo chưa và kỹ năng ra sao... Tất cả các vấn đề này cần được đánh giá và chuẩn bị để phát huy các mặt mạnh và hạn chế những khiếm khuyết.

- ***Cách tiếp cận đa kênh có ảnh hưởng cộng năng***, một chiến lược tốt phải là chiến lược biết tận dụng nhiều kênh, củng cố lẫn nhau phù hợp với nhóm đối tượng và các điều kiện hiện tại. Có thể chia nhỏ truyền thông thành 3 kênh chính: Giao tiếp giữa mọi người, gồm gia đình, bạn bè và những người làm công tác truyền thông, nhóm bao gồm huy động các tổ chức quần chúng, và các phương tiện thông tin đại chúng, gồm có sách báo và phát thanh, truyền hình.

Một chiến lược truyền thông tốt sẽ phải kết hợp các phương tiện truyền thông khác nhau để nhắc đi nhắc lại và củng cố cho các thông điệp chính. Không thể có ai đó có thể nghe được tất cả các kênh truyền thông giống nhau, cho nên cách tiếp cận đa kênh là duy nhất đến được hầu hết mọi người của nhóm đối tượng.

- ***Phương tiện thông tin đại chúng càng ngày càng hiệu quả và thiết thực*** cho số đông đối tượng, mặc dù phải mất các khoản chi phí sản xuất ban đầu và các vấn đề phức tạp về độ phủ sóng, nội dung và kiểm soát, nhưng lại đến được số đông đối tượng với chi phí thấp tính theo đầu người.

Phát thanh và truyền hình là chi phí - hiệu quả nhất so với các loại phương tiện thông tin đại chúng khác. Tuy nhiên, cần phải lưu ý là các phương tiện thông tin đại chúng không thể thay thế các đội truyền thông hiện trường cho dù đài phát thanh và truyền hình có thể đăng tải các hình ảnh và đưa ra các chủ đề mà các cán bộ truyền thông không thể trao đổi trực diện với các đối tượng.

- ***Các hoạt động vui chơi giải trí*** có nhiều lợi thế trong truyền thông môi trường. Giải trí phục vụ cho mục đích giáo dục thông qua các bài hát, các câu chuyện để thể hiện những mâu thuẫn và các giá trị của các địa phương khác nhau. Các phương tiện thông tin đại chúng hiện đại, như đài phát thanh và truyền hình, có thể đăng tải truyền thông này đến hàng triệu con người, vừa mang tính chất giải trí đồng thời mang tính giáo dục.

- ***Các chiến lược truyền thông phụ thuộc vào các nguồn tin cậy được người dân tin và kính trọng***, người dân sẽ không thể làm theo những người mà họ không tin. Cho nên, chiến lược truyền thông cần phải xác định và huy động những người lãnh đạo địa phương (già làng) và các cơ quan mà người dân tin tưởng.

- ***Sự ủng hộ của những đối tượng với một chiến dịch truyền thông*** không chỉ là thay đổi hành vi của riêng họ, mà còn là động lực trong một chiến lược truyền thông giúp tạo ra

được chuẩn mực của cộng đồng và khuyến khích người khác thay đổi hành vi.

• ***Quy hoạch tư liệu hoá và đánh giá***, một trong những sai lầm thường xảy ra là coi công tác tư liệu hoá và đánh giá chỉ tiến hành sau khi kết thúc một chiến dịch truyền thông. Qua thực tế, công tác đánh giá là phải tiến hành ngay từ giai đoạn đầu, nếu không sẽ quá chậm để có thể điều chỉnh. Khi xây dựng các mục tiêu của chương trình, các nhà quy hoạch cần phải tự hỏi “làm sao có thể biết được các mục tiêu đó đạt được hay không?”. Thực chất quá trình đánh giá bắt đầu ngay khi thực hiện bất kỳ hoạt động nào cho đến khi kết thúc tất cả các hoạt động. Cho nên, trong giai đoạn thiết kế chiến lược, vấn đề quan trọng là phải xây dựng kế hoạch về thời gian và kinh phí cho công tác giám sát và đánh giá.

Bước 3 - Xây dựng, tiền trắc nghiệm, sửa đổi, sản xuất

Một khi đã hoàn tất thiết kế chiến lược một chương trình truyền thông, bước tiếp theo sẽ tiến hành các công việc cụ thể là xây dựng nội dung hay thông điệp và các tài liệu truyền thông để hỗ trợ cho việc thực hiện chiến lược. Xây dựng các bức thông điệp và các tài liệu truyền thông để có thể nâng cao được kiến thức, thay đổi được thái độ và đặc biệt khuyến khích được hành vi mới không phải chuyện dễ làm. Xây dựng các thông điệp đòi hỏi phải có nghệ thuật và khoa học. Quá trình này đòi hỏi phải có đầu óc sáng tạo và trí tưởng tượng phong phú trên cơ sở một thiết kế chiến lược đã được thoả thuận.

Mỗi dự án truyền thông có thể có cách làm riêng để phát triển các nội dung/thông điệp.

Cụ thể và tài liệu truyền thông liên quan với mục tiêu đề ra. Nhìn chung, quá trình phát triển thông điệp và các tài liệu truyền thông đòi hỏi kết hợp các yếu tố sau:

- Chất lượng chuyên môn và tính sáng tạo trong truyền thông.
- Có chuyên môn về môi trường.
- Có sự tham gia của đối tượng và có ý kiến phản hồi.
- Giá trị của các nguồn lực đầu tư.

Kết hợp các yếu tố trên có ý nghĩa rất quan trọng trong mỗi chương trình truyền thông, từ khâu đánh giá ban đầu cho đến khi kết thúc, nhưng đặc biệt quan trọng trong khâu thiết kế các sản phẩm và tài liệu truyền thông cho một chương trình. Các sản phẩm có thể là tờ gấp, áp phích, chương trình truyền hình, câu chuyện truyền thanh hay các chương trình văn nghệ... đều áp dụng chung nguyên tắc này.

Các nội dung, thông điệp và các tài liệu truyền thông có thể đạt được chất lượng cao nếu kết hợp được các yếu tố trên trong quá trình xây dựng. Những sản phẩm truyền thông có chất lượng cao phải là các sản phẩm:

- Có thể so sánh với các sản phẩm truyền thông tốt nhất mang tính thương mại;
- Có độ chính xác cao trong việc giải quyết các vấn đề môi trường;
- Thu hút được sự chú ý của đối tượng truyền thông.

Quá trình xây dựng, tiền trắc nghiệm và sản xuất các thông điệp và tài liệu truyền thông gắn kết chặt chẽ với tính sáng tạo và kỹ năng truyền thông, chuyên môn môi trường và quá trình tham gia của các nhóm đối tượng trong việc xây dựng các sản phẩm có chất lượng cao.

Một chương trình truyền thông thuyết phục cần phải áp dụng theo 7 nguyên tắc cơ bản sau:

- Thu hút sự chú ý;
- Chinh phục con tim và khối óc;
- Xác định rõ được nội dung hay thông điệp;
- Truyền thông các lợi ích;
- Tạo được lòng tin;
- Tạo ra được hành động;
- Có tính nhất quán

Nguyên tắc 1: Thu hút sự chú ý, chỉ có các thông điệp nào dễ nhớ và lưu ý được đối tượng thì mới có thể coi là hiệu quả. Các thông điệp không gây được sự chú ý, nếu có nội dung mập mờ không rõ ràng và thiết thực. Các nội dung nào nhạy cảm với hoàn cảnh văn hoá, các giá trị xã hội và các ưu tiên chính sách, mới thu hút được sự quan tâm của đối tượng.

Nguyên tắc 2: Chinh phục con tim và suy nghĩ, con người hầu như chỉ chuyển biến khi có xúc cảm. Một thông điệp gây cảm xúc là một thông điệp có hiệu quả, người dân có cảm xúc sẽ hiểu tốt hơn. Gây cảm xúc có thể thông qua kể chuyện, suy ngẫm về tình cảm và những cảm nhận của từng cá nhân. Những thông điệp gây cảm xúc thường được thể hiện thông qua vui chơi giải trí, như bài hát, vở kịch, thậm chí một tiểu phẩm hài, phê phán tẻ tảo hôn chẳng hạn.

Nguyên tắc 3: Xác định rõ một thông điệp, một thông điệp cần phải chuyển tải một quan điểm quan trọng nhưng đơn giản. Những thông tin rắc rối và quá nhiều chủ đề chỉ làm cho đối tượng thêm nản lòng, cũng như các thông tin kỹ thuật phức tạp chỉ làm các đối tượng nhầm lẫn. Vì vậy, các

thông tin chi tiết phải được biên tập thành các nhóm/cụm từ sao cho dễ hiểu và có ý nghĩa để mọi người giao tiếp và trao đổi với nhau thoải mái. Một thông điệp đơn giản, rõ ràng và đầy đủ là một thông điệp tốt nhất.

Dưới đây là một mẫu giới thiệu trích đoạn đối thoại trong quá trình thực hiện trắc nghiệm, phỏng vấn, xác định đề nhóm đối tượng quan tâm, một thông điệp phải đưa ra được những điều hứa hẹn về sức khỏe và hạnh phúc của gia đình.

Với chủ đề đời sống mới trong cộng đồng làng xã

Hỏi: Đời sống mới trong một làng nên thế nào?

Đáp: Trong một làng, nhà có kinh tế khá giả, nhà bình thường, nhà nghèo. Người thì có người tốt, người bình thường, người xấu. Học thì có kẻ thông minh, kẻ bình thường, kẻ dốt.

Công việc làm ăn thì có nghề làm ruộng, nghề thủ công và nghề buôn bán, mọi người phải biết cách giúp đỡ lẫn nhau. Tổ chức hợp tác xã, để nghề nào cũng dễ tăng gia sản xuất.

Về văn hoá, phải làm cho cả làng đều biết chữ, biết đạo đức và trách nhiệm của công dân.

Về phong tục, nghiên cấm say sưa, cờ bạc, hút xách, trộm cắp. Phát huy tinh thần tương thân tương ái. Bà con xóm làng sống đoàn kết, không đánh chửi nhau, kiện cáo nhau, làm cho làng mình thành một làng “thuần phong mỹ tục”.

Về vệ sinh, đường sá phải sạch sẽ. Ao tắm giặt, giếng nước uống phải phân biệt và giữ gìn vệ sinh chung. Những ao hồ nào không cần thiết phải lấp đi cho đỡ muỗi.

Phải có cầu xia chung hoặc cầu xia từng nhà, tránh hôi thối, ruồi nhặng...

*Nguồn: Hồ Chí Minh toàn tập,
NXB Sự thật, Hà Nội, 1994 T4, Tr 311- 312*

Nói chuyện với đồng bào thôn Lạc Trung (Vĩnh Phúc)

... Xã Bình Dương có bốn thôn, chỉ có thôn Lạc Trung là trồng cây khá, còn các thôn khác lại kém. Cán bộ và đồng bào ba thôn bên cũng như các địa phương khác cần học tập kinh nghiệm của thôn Lạc Trung để đẩy mạnh phong trào trồng cây, cần làm cho mọi người hiểu rõ lợi ích to lớn của việc trồng cây. Mọi người cùng lao động sản xuất để được ăn no, mặc ấm, và có nhà cao cửa rộng, sạch sẽ để ở. Muốn làm nhà thì phải có gỗ. Muốn có gỗ thì phải hăng hái trồng cây. Mọi người cố gắng trồng nhiều cây thì trong sáu, bảy năm tới, cả làng sẽ có đủ cây để làm nhà mới.

Trồng cây nào phải chăm sóc cho cây ấy sống, tươi tốt và phát triển. Trồng nhiều cây mà không chịu khó chăm sóc, để cây chết thì tốn công, vô ích. Cần phải có kế hoạch trồng cây và chăm sóc cây ở đường cái. Cần giáo dục các em thiếu nhi có ý thức bảo vệ cây, chớ để trâu bò phá hoại cây....

***Nguồn: Hồ Chí Minh toàn tập,
NXB Sự thật, Hà Nội, 1999, T9, tr.11***

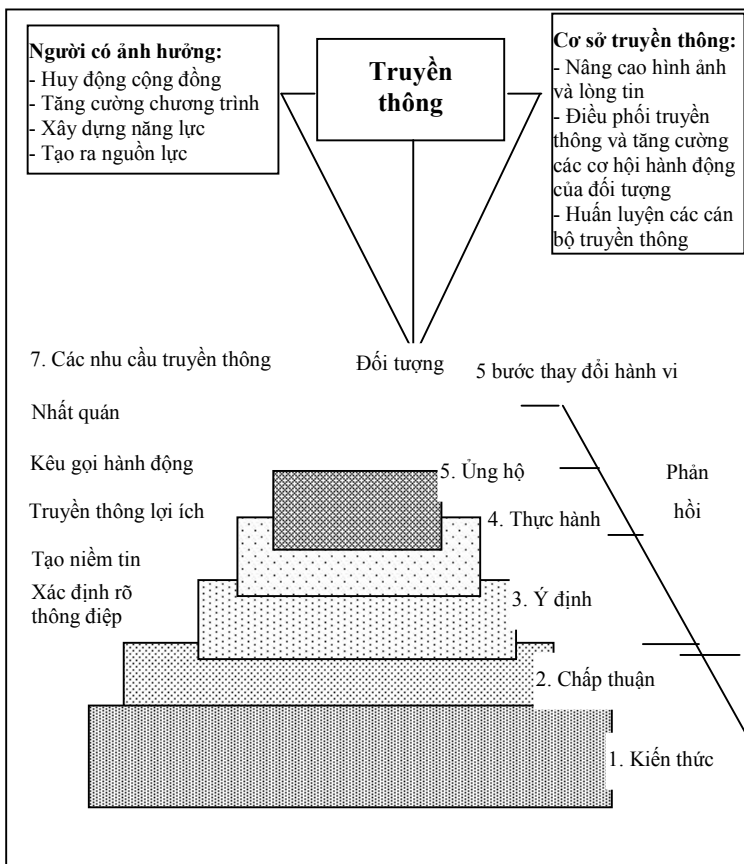
Nguyên tắc 4: Truyền thông các lợi ích, người dân cần có động cơ mạnh mẽ để thay đổi hành vi của họ. Động cơ tốt nhất là nguyện vọng lợi ích cá nhân; ít khi có ai mua hàng gì mới hay tiếp thu một phương thức gì mới mà không hiểu lợi ích trực tiếp của loại hàng đó hay phương thức đó. Tùy theo các mối.

Nguyên tắc 5: Tạo niềm tin, một thông điệp chỉ được người dân hưởng ứng chỉ khi họ tin tưởng vào cơ sở hay nguồn sản xuất ra thông điệp đó. Nếu lời hứa của cơ sở đó không thành hiện thực, người dân sẽ không còn niềm tin. Do vậy, các thông điệp đưa ra trong các chiến dịch truyền thông phải đảm bảo tạo ra được niềm tin ở các nhóm đối tượng. Để củng cố niềm tin, thậm chí các thông điệp phải chú ý đến cả cách xưng hô trong các hoàn cảnh giao tiếp giữa người này và người khác.

Nguyên tắc 6: Kêu gọi hành động, sau khi xem và nghe một thông điệp có tính thuyết phục, đối tượng truyền thông cần phải biết chính xác làm cái gì. Một khi đã thuyết phục được đối tượng theo đuổi các lợi ích, thì người dân cần phải biết hành động.

Nguyên tắc 7: Có tính nhất quán, một thông điệp được lặp đi lặp lại nhiều lần có thể có những thay đổi, tuy nhiên phải giữ được tính nhất quán cơ bản, để trở thành quen thuộc với mọi người và làm mọi người nhận ra và hiểu mà không vướng mắc gì. Khi thông điệp được thừa nhận, nó sẽ lan rộng đến các nhóm đối tượng đa dạng hơn. Một biểu tượng, khẩu hiệu hay chủ đề trọng tâm của thông điệp cần phải được dùng đi dùng lại cho đến khi người dân hiểu tường tận các chủ đề đó. Tính nhất quán có ý nghĩa quan trọng đặc biệt để loại bỏ những hiểu sai về các chủ đề thông điệp.

**Các nhu cầu thông tin tương ứng
với mỗi bước thay đổi hành vi**



Các chuyên gia truyền thông là những người biết phát triển các sản phẩm truyền thông tốt nhất, tuy nhiên phải biết lựa chọn chuyên gia giỏi, đúng chuyên ngành. Một chương trình có thể xây dựng các áp phích hay tờ gấp hoặc tổ chức các chiến dịch truyền thông đa phương tiện đòi hỏi phải có sự tham gia của nhiều loại chuyên gia đa ngành, như truyền thông, thông tin đại chúng, các nhà chuyên môn môi trường, các nhà nghệ thuật. Tập thể các chuyên gia đa ngành này có thể tạo ra và bổ sung chất lượng các sản phẩm có tính sáng tạo trong quá trình sản xuất. Để đảm bảo chất lượng các sản phẩm truyền thông, nhiều nước còn áp dụng các biện pháp “mở thầu” để tăng tính cạnh tranh. Tuy nhiên, giám sát chặt chẽ quá trình sản xuất các sản phẩm truyền thông có ý nghĩa quan trọng đảm bảo chất lượng truyền thông. Vì vậy, các chuyên gia truyền thông và các nhà môi trường phải có trách nhiệm giám sát nội dung được các “nghệ sĩ” thể hiện trên các sản phẩm. Nói cách khác, các bên có liên quan cần phải hợp tác với nhau trong quá trình phát triển ý tưởng, thiết kế và sản xuất các sản phẩm truyền thông.

Phát triển thông điệp truyền thông là quá trình cộng tác và có sự tham gia rộng rãi. Truyền thông là đối thoại, chứ không phải độc thoại. Việc tham gia của người dân hay đối tượng truyền thông, các cán bộ truyền thông, các nhà môi trường, các nhà nghiên cứu và các cơ quan có liên quan khác có ý nghĩa quan trọng đảm bảo chất lượng cao. Lý tưởng nhất, người dân cả nam lẫn nữ tham gia vào các cuộc đối thoại ở gia đình và cộng đồng về những ưu khuyết điểm của chiến dịch vệ sinh môi trường, sẽ là những người có thể phát hiện và nhận xét các loại thông điệp nào là hiệu quả hay không có tác dụng.

Đại diện các nhóm đối tượng có thể tham gia vào việc tiền trắc nghiệm các thông điệp và đảm bảo cho các tài liệu truyền thông thực sự đến với các nhóm đối tượng. Tiền trắc nghiệm không có ý nghĩa chỉ kiểm tra xem các cán bộ phụ trách truyền thông, các nghệ sĩ hay các nhà văn đã diễn giải tốt việc phân tích nhóm đối tượng không, mà còn phát hiện những vấn đề mà các nhà nghiên cứu và các cán bộ truyền thông có thể bỏ sót hoặc xem nhẹ. Thậm chí người tham gia có thể đề nghị thay đổi, nhằm làm cho các tài liệu truyền thông dễ hiểu và dễ chấp nhận. Tiền trắc nghiệm phải đảm bảo sao cho một thông điệp rõ ràng, đáng tin tưởng, làm cho đối tượng ưa thích các tài liệu truyền thông vì có những hình ảnh rất phù hợp với tập quán của đối tượng.

Tuy mất thời gian và tiền bạc, nhưng tiền trắc nghiệm giúp tránh được chi phí quá lớn nếu các tài liệu truyền thông không có hiệu quả. Các tài liệu truyền thông có chất lượng cao sẽ sử dụng được lâu dài và khuyến khích tái sử dụng nhiều lần.

Bước 4 - Quản lý, thực hiện giám sát

Sau khi hoàn thành các bước từ 1 đến 3, chiến dịch truyền thông bắt đầu. Việc thực hiện một chiến dịch, một dự án hay một chương trình là một nhiệm vụ phức tạp và đầy thách thức. Phức tạp ở chỗ có rất nhiều hoạt động có liên quan chặt chẽ với nhau và chồng chéo nhau cần được giải quyết. Vì vậy, xác định rõ và phân công trách nhiệm cho từng bên có liên quan, theo từng giai đoạn của một chiến dịch hay chương trình sẽ giúp mọi người tập trung vào hoàn thành các mục tiêu truyền thông.

Bất kỳ một chương trình hay chiến dịch truyền thông nào cũng đều có một cơ quan hay tổ chức điều phối quản lý, nhưng vấn đề quan trọng nhất là phải lôi cuốn mọi bên liên quan cùng tham gia để xác định và hỗ trợ cơ quan điều phối một chương trình truyền thông môi trường vốn rất phức tạp. Không có cơ quan chịu trách nhiệm chính, có thể dẫn đến các kết quả không hay. Dĩ nhiên cơ quan hay tổ chức chịu trách nhiệm chính phải hợp tác với các tổ chức hay các bên có liên quan khác để tạo ra được ảnh hưởng tối đa cho một chương trình truyền thông. Về điểm này, truyền thông có tổ chức trong nội bộ cơ quan hay với các đối tác khác trở thành một kỹ năng. Các cán bộ truyền thông cùng công tác chia sẻ những phát hiện và những mối quan tâm với nhau để cùng có thông tin.

Đào tạo có thể xây dựng được đội ngũ cán bộ truyền thông có năng lực để theo đuổi các mục đích chiến lược và áp dụng các kỹ năng kỹ thuật liên quan. Do truyền thông được chấp nhận như một ngành chuyên môn với các kiến thức và các kỹ năng cụ thể, cho nên đòi hỏi các cán bộ tham gia truyền thông phải qua đào tạo trên hiện trường. Cũng làm việc trong các chương trình truyền thông, các cán bộ truyền thông cần phải nói chung một ngôn ngữ, hiểu được bản chất một chương trình và áp dụng các kỹ năng trong một quy trình từng bước nhất quán.

Để phát triển đội ngũ cán bộ có năng lực cần phải tiến hành đào tạo ở mọi cấp. Cán bộ cấp chính sách cần biết cách phát triển thiết kế chiến lược và quản lý các cơ quan cộng tác của nhà nước hay tư nhân. Các cán bộ cấp “chuyên viên” cần phải có kỹ năng tổ chức cộng đồng, hoặc phát triển các tài

liệu truyền thông. Các nhà môi trường cần phải được đào tạo về giao tiếp cá nhân và các đội viên truyền thông phải được huấn luyện cách vận động người dân tham gia.

Một cuộc hội thảo là chưa đủ. Cách tốt nhất là tổ chức thường xuyên các cuộc họp/hội thảo/gặp mặt, có sự tham gia rộng rãi của cộng đồng. Tất cả mọi người tham gia trong một chương trình quốc gia có thể cùng học hỏi các khung khái niệm cơ bản và mô hình từng bước, sau đó cùng soạn thảo và thực hiện khi triển khai chương trình.

Các hoạt động truyền thông ở cấp cộng đồng tùy thuộc vào sự ủng hộ của cơ sở địa phương và tùy thuộc vào các sáng kiến được phân cấp. Bổ sung quyền lực và với tới các phương tiện thông tin đại chúng, các hoạt động hiện trường định hướng cộng đồng có ý nghĩa quan trọng, nhất là ở các vùng nông thôn. Các hoạt động truyền thông phải là bộ phận không thể thiếu được trong thiết kế chiến lược. Các hoạt động này có thể là các lễ hội truyền thống và các cuộc họp của các nhóm có sự tham gia của các đội viên truyền thông. Dù chiến dịch gì đi nữa, các hoạt động truyền thông bắt buộc phải được địa phương ủng hộ, với sự tham gia của các ban ngành địa phương, các tổ chức quần chúng và các vị chức sắc của địa phương.

Các hoạt động truyền thông cũng cần phải có kinh phí hoạt động và cần phải hỗ trợ kỹ thuật. Tài trợ và hỗ trợ kỹ thuật cho các hoạt động truyền thông cần được điều phối giữa các bên liên quan. Nói chung, công tác điều phối sẽ được cải thiện theo thời gian và kinh nghiệm nhất là khi củng cố được vai trò lãnh đạo các chương trình.

Trong quá trình thực hiện, hoạt động giám sát và đánh giá ảnh hưởng có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với một dự

án truyền thông. Nên nhớ rằng hai chức năng này hoàn toàn khác nhau. Giám sát là một bộ phận của quá trình thực hiện, tập trung xem xét đến các kết quả, như các quy trình và các sản phẩm. Công tác giám sát giúp các cán bộ quản lý biết được các hoạt động đã triển khai đến đâu so với kế hoạch, hay các tài liệu truyền thông có đến tay các đối tượng không. Nói tóm lại, các biện pháp giám sát giúp xác định các hoạt động của dự án có theo đúng với kế hoạch công tác đã quy định cụ thể không.

Đánh giá ảnh hưởng giúp xác định kế hoạch có đáp ứng được mục tiêu của một chiến dịch truyền thông không - nhóm đối tượng đã thay đổi kiến thức, thái độ hay hành vi chưa. Thường thì công tác đánh giá ảnh hưởng chỉ được tiến hành khi kết thúc một chương trình, tuy vậy ở các chương trình nào có điều kiện, nên tiến hành đánh giá nhanh ngay khi còn đang thực hiện dự án.

Các biện pháp giám sát nên đơn giản và thường xuyên để các cán bộ quản lý nhận ra ngay các hoạt động nào chưa được thực hiện chuẩn mực. Các kỹ thuật giám sát bao gồm việc hiệu chỉnh các tài liệu truyền thông, thẩm định việc phân phát tài liệu, đến thăm các cơ sở, kiểm tra và giám sát các chương trình phát thanh, truyền hình và các báo cáo của cơ sở. Các nhiệm vụ này cần được phân công rõ ràng trước khi tiến hành một chiến dịch. Mặc dù các mục tiêu của bất kỳ dự án truyền thông nào cũng nhằm gây ảnh hưởng đến kiến thức, thái độ và hành vi về một vấn đề nào đó trong thời gian dài, nhưng những phản ứng của nhóm đối tượng cần được theo dõi, nắm bắt để phản hồi nhanh thông tin của họ. Giám sát ảnh hưởng đối tượng truyền thông khó hơn là kiểm tra kết quả một chiến dịch. Tuy nhiên, cần phải cố gắng nắm bắt nhanh những phản hồi của đối tượng về tất cả các vấn đề có

liên quan, từ tài liệu truyền thông đến những mong muốn thực sự của họ.

Một khi phát hiện được những vấn đề không phù hợp do đối tượng phản ánh, cần phải có hành động điều chỉnh hay đáp ứng kịp và có như vậy, mới thể hiện được năng lực quản lý của một tổ chức truyền thông và càng làm cho người dân tôn trọng.

Bước 5: Giám sát đánh giá

Đánh giá là việc áp dụng có hệ thống các bước khoa học để xem xét quá trình khái niệm hoá, thiết kế, thực hiện, tác động hay ảnh hưởng và tính chi phí - hiệu quả của các biện pháp can thiệp xã hội (Bertrand & Kincaid, 1996). Mục đích của công tác đánh giá là đo lường một quá trình và ảnh hưởng của một chương trình so với các mục tiêu đưa ra trong thiết kế chiến lược nhằm góp phần vào quá trình ra quyết định. Đo lường phải có phương pháp để thu thập thông tin và đánh giá những thay đổi được cụ thể hoá trong các mục tiêu chương trình.

Trong một dự án, nếu không quy hoạch ngay từ đầu rất dễ thiếu công tác đánh giá hoặc bổ sung cấp tốc dễ bị khiếm khuyết. Trong thực tế, đánh giá phải bắt đầu ngay từ giai đoạn phân tích sơ bộ để thu thập thông tin và dữ liệu nền và định hình ngay từ giai đoạn thiết kế chiến lược. Những vấn đề đánh giá cũng phát sinh ngay trong các giai đoạn tiền trắc nghiệm, phát triển và thực hiện. Các cán bộ đánh giá có thể xác định xem liệu một quá trình được mô tả trong tài liệu thiết kế dự án có thực sự diễn ra hay không và các sản phẩm của dự án có được các đối tượng hiểu đầy đủ không. Cuối cùng khi gần kết thúc dự án hay chiến dịch, đánh giá sẽ giúp xem xét kết quả ảnh hưởng đến nhóm đối tượng ra sao.

Các chương trình mang tính xã hội hoá như truyền thông môi trường, công tác đánh giá là cực kỳ khó (Bertrand & Kincaid, 1996; Hill 1971; Mohr, 1992; Schlesselman, 1982) cho rằng 8 tiêu chí có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá kết quả ảnh hưởng của một chương trình truyền thông. Tuy nhiên 8 tiêu chí dưới đây khó có thể thoả mãn được, nhưng không bắt buộc phải áp dụng toàn bộ các tiêu chí đó mới có kết luận xác đáng về ảnh hưởng của một chương trình. Tuy nhiên áp dụng những tiêu chí nào cần xác định đầy đủ ý nghĩa và mức độ chuẩn hoá đối với đánh giá:

- Đánh giá sự thay đổi hay sự khác nhau của nhóm đối tượng quan tâm;
- Mối tương quan giữa việc quảng bá chương trình với kết quả có chủ định;
- Bằng chứng về kết quả thay đổi có được sau khi quảng bá chương trình;
- Kiểm soát các tác động của các biến số gây ảnh hưởng xấu đến kết quả chương trình;
- Khả năng quan sát ảnh hưởng lớn đột ngột khi không có các yếu tố ảnh hưởng lớn khác;
- Mối liên hệ nhân quả trực tiếp xác định bằng lý thuyết giữa một chương trình với kết quả chương trình;
- Ảnh hưởng tăng theo tỷ lệ mức độ hay thời lượng quảng bá truyền thông;
- So sánh đối chứng mức độ kết quả của những chương trình thực hiện trước nhằm xác định mức độ kết quả lần này.

Không có một khuôn mẫu thiết kế đánh giá nào phù hợp với tất cả chương trình truyền thông. Vì vậy, cần phải lựa

chọn phương pháp đánh giá sao cho phù hợp với bản chất của chương trình truyền thông, các mục tiêu và từ đó sẽ biết phải thu thập những dữ liệu nào là thích hợp, ứng dụng những tiêu chí nào là hợp lý.

Phỏng vấn là hỏi quan điểm của các thành viên nhóm đối tượng có ý nghĩa quan trọng trong đánh giá ảnh hưởng. Mặc dù phải “khấu hao” loại dữ liệu quan điểm này, song chúng ta có thể loại trừ được những rắc rối hoặc giảm thiểu được khi đưa ra các câu hỏi cẩn thận. Những câu phỏng vấn mở bao giờ cũng làm cho người được hỏi trả lời tốt hơn. Trong công tác đánh giá truyền thông đòi hỏi phải tăng cường cộng tác với các bên có liên quan. Công tác tốt sẽ có nhiều lợi ích như:

- Giảm chi phí đánh giá do tránh được chông chéo trong thu thập thông tin;
- Giảm thời gian cần để thu thập thông tin;
- Tạo ra nhiều cơ hội trao đổi các quan điểm và các kết quả phân tích khác nhau;
- Tận dụng được các kết quả của nhiều tổ chức thực hiện khác nhau trong quá trình đánh giá;
- Nâng cao độ tin cậy, kiểm tra của cộng đồng và áp dụng các kết quả đánh giá trong các chương trình tương lai.

Các cơ quan cộng tác có thể gồm nhiều cơ quan, từ các cơ quan thống kê của Nhà nước cho đến trường đại học. Các cơ chế cộng tác có thể sử dụng như tổ chức hội thảo, các nhóm tư vấn kỹ thuật, cập nhật thông tin thường kỳ cho các cơ quan cộng tác và lưu hành các tài liệu thẩm định lấy ý kiến đóng góp.

Giống như bất kỳ thông điệp nào, các kết quả đánh giá sẽ vô tác dụng chừng nào các kết quả đó được nhóm đối

tượng trao đổi, hiểu rõ và đánh giá sử dụng. Các đối tượng để đánh giá thường là các nhà hoạch định chính sách, các nhà tài trợ, quản lý chương trình và cuối cùng là các nhà nghiên cứu và đánh giá truyền thông và xã hội.

Ở cấp chính sách, thách thức đối với công tác đánh giá đưa ra bằng chứng thuyết phục là chương trình truyền thông đã đem lại sự thay đổi hành vi mà không cần phải đưa ra quá nhiều số liệu thống kê. Các nhà hoạch định chính sách thường thiếu thời gian vì vậy họ chỉ quan tâm đến “bức tranh toàn cảnh” và những liên quan đến chương trình tương lai.

Ngược lại các nhà nghiên cứu và chuyên gia lại phải đảm bảo các phương pháp, lý thuyết và cách phân tích đánh giá hợp lý. Họ luôn luôn thử nghiệm để suy ra nguyên nhân, phải so sánh các kết quả đánh giá và thường xuyên tranh luận để tìm ra các điểm chỉ trích. Cho nên các kết quả đánh giá cần được trình bày theo 3 cách khác nhau:

- Những phát hiện cần được báo cáo kịp thời, tóm tắt các mục tiêu chính của chương trình, các chiến lược cơ bản, các thông điệp và các sản phẩm được sản xuất và phân phát và những phát hiện trong đánh giá;

- Các báo cáo hiện trường cần mô tả các vấn đề cơ bản và các vấn đề của chương trình cũng như báo cáo chi tiết những phát hiện và các kết quả;

- Các bài viết trên tạp chí, các bài trình bày tại các cuộc họp chuyên môn để trình bày số liệu thống kê phức tạp.

Tuy nhiên, các kết quả phân tích phức tạp có thể được trình bày theo những cách đơn giản và để đáp ứng nhu cầu đánh giá rõ ràng và xác đáng ngày càng tăng trong các chương trình truyền thông, đòi hỏi phải trình bày các kết

quả phân tích cho dù phức tạp bằng một biểu mẫu để ai cũng hiểu được.

Bước 6: Quy hoạch tính liên tục

Truyền thông là một quá trình liên tục, chứ không phải một nỗ lực nhất thời. Tính liên tục có ý nghĩa quan trọng vì nhiều lý do:

- Sự lặp đi lặp lại và nhân tố căn bản của quá trình học hỏi;
- Có nhiều đối tượng rất khác nhau trong cùng một nhóm hay các nhóm và do vậy, cần phải có thông điệp, tài liệu và phân đoạn truyền thông khác nhau;
- Các bộ phận dân cư khác nhau chuyển biến thái độ và thay đổi hành vi nhanh chậm khác nhau, vì vậy một thông điệp nhất thời không thể gây ảnh hưởng đến toàn bộ nhóm đối tượng;
- Hoàn cảnh và nhu cầu của mọi người thay đổi theo thời gian do vậy khả năng chấp nhận các thông điệp truyền thông cũng thay đổi;
- Biến động về nhân khẩu học thường xuyên diễn ra;
- Tính liên tục cho phép mở rộng quy mô dự án lớn dần từ quy mô thử nghiệm đến quy mô tỉnh và quốc gia;
- Tính liên tục tạo ra các cơ hội để đạt được tính bền vững, cho phép các cán bộ quản lý chương trình truyền thông tìm kiếm sự ủng hộ khác cho các kết quả đạt được;
- Với tính liên tục, các nhà quản lý chương trình có thể rút ra những bài học để cải thiện chất lượng cho các chương trình và dự án trong tương lai.

3. Kỹ năng truyền thông và Tổ chức một chiến dịch truyền thông

3.1. Kỹ năng truyền thông

- Làm quen 1: Những nhân vật chính

Các anh/ chị là nhân vật chính của lớp học.

Mời các anh/chị tự giới thiệu về mình:

+ Tên, tuổi.

+ Công việc đang làm.

+ Lý do các anh/ chị đến dự lớp học này?

+ Các anh/ chị đã dự các lớp tập huấn tương tự?

+ Nếu rồi, về chủ đề gì và đã học được những gì?

+ Các anh chị mong đợi/ hy vọng sẽ thu được lợi ích gì từ lớp học này?

- Làm quen 2: Người hỗ trợ

- Làm quen 3: Chủ đề

+ Các vấn đề cơ bản của truyền thông nói chung và truyền thông môi trường;

+ Bắt đầu từ khái niệm;

+ Cùng thảo luận/ hỏi đáp, hai chiều;

+ Thực hành dưới dạng làm bài tập;

+ Trong bài giảng sẽ đưa ra những quy tắc mang tính hướng dẫn;

+ Các kỹ thuật hiện đại cần có đối với một người làm truyền thông môi trường.

- Làm quen 4: Phương pháp làm việc

Phương pháp làm việc nhóm - phương pháp quan trọng nhất trong truyền thông môi trường

+ Hỗ trợ việc thảo luận (nhóm, lớp);

+ Hỏi đáp hai chiều;

+ Hướng dẫn sử dụng các kỹ thuật hiện đại;

+ Nội dung: Tại sao cần các kỹ năng mà lại giới thiệu về các kỹ thuật bởi vì muốn có kỹ năng cần phải thực hành nhiều lần các kỹ thuật đã được hướng dẫn (kỹ năng là kỹ thuật được sử dụng thành thạo).

Hiện nay có nhiều kỹ thuật hiện đại trong làm việc nhóm, trong đó có 4 kỹ thuật làm việc nhóm có thể áp dụng cho nhiều hình thức truyền thông được thế giới sử dụng phổ biến đó là:

- Kỹ thuật từ khoá
- Kỹ thuật động não
- Kỹ thuật xếp hạng
- Kỹ thuật thuyết trình

- **Kỹ thuật từ khoá:** Từ chính/quan trọng nhất trong một ý tưởng, một cụm từ, một đoạn văn bản, một bài viết. Đại diện cho ý tưởng, cụm từ hay đoạn văn, thậm chí cho một bài viết.

Dùng để:

+ Tìm kiếm các bài viết trên các trang web;

+ Thảo luận nhóm;

+ Chuẩn bị nhanh đề cương và ghi chép (trong cuộc họp), ghi biên bản.

Một câu có thể có một hoặc nhiều từ khoá:

Hướng dẫn tìm từ khoá: Nếu bỏ một từ trong đoạn/câu mà làm cho đoạn/ câu đó không còn rõ nghĩa (tối nghĩa) hoặc trở nên vô nghĩa/ không còn nghĩa ban đầu thì từ đó là từ khoá.

Làm việc nhóm là phương pháp quan trọng nhất trong truyền thông môi trường.

- **Kỹ thuật động não:** Động não là kỹ thuật tự do liệt kê những ý tưởng, trong đó mọi ý tưởng của ai cũng có giá trị như nhau. Kỹ thuật động não trong làm việc nhóm sẽ giúp có ngay một tập hợp các vấn đề/ý kiến, thu được một loạt ý tưởng mà một người chưa kịp nghĩ ra.

Đề cập đến mọi khía cạnh của vấn đề sau khi tập hợp ý kiến các nhóm:

- Các ý tưởng được thể hiện bằng từ khoá;
- Thư ký nhóm sẽ ghi trung thực ý kiến lên bảng;
- Công bố thời gian làm việc;
- Bắt đầu liệt kê mọi ý kiến: nên lần lượt và không sót một ai;
- Nếu có người có ý kiến thảo luận, phản đối thì nhắc lại quy tắc;
- Tiếp tục quá trình cho đến khi thật sự hết ý kiến, phải đảm bảo rằng tất cả mọi người đều có ý kiến;

- Cần nhắc nhở khi gần hết thời gian, để có thêm những ý kiến vào giờ cuối;

- Thu được một danh mục (thường là dài);

- Rút ngắn danh mục nếu nó quá dài;

- So sánh với vấn đề (câu hỏi) được đưa ra ban đầu, loại: (1) các ý kiến không liên quan, (2) các ý kiến trùng nhau, chỉ khác nhau cách diễn đạt;

- Sắp xếp các ý kiến thành nhóm với từng chủ đề riêng;

- **Kỹ thuật xếp hạng:** Dùng để đưa ra ý kiến (vấn đề) quan trọng, ưu tiên nhất. Thường dùng khi làm việc nhóm nhưng vẫn có thể dùng khi làm việc cá nhân .

Ví dụ 1: Lựa chọn địa điểm đi chơi cuối tuần vì mỗi người trong nhóm thích một điểm khác nhau (ý kiến không thống nhất)

Có n điểm, nhóm có m người

Cách làm: xếp hạng các địa điểm week-end bằng cách cho điểm từ 1 đến 5/ hoặc 7 hoặc ... tùy ý, theo thứ tự tăng hoặc giảm dần

Sau khi có bảng xếp hạng của mỗi người, cộng điểm toàn nhóm cho từng địa điểm

Địa điểm được chọn có điểm cao nhất hoặc thấp nhất tùy quy ước cho điểm

Ví dụ 2: Xác định vấn đề MT cấp bách

Địa phương bạn đang phải đối mặt với nhiều vấn đề môi trường cấp bách cần giải quyết. Tuy nhiên, nguồn lực có hạn. Có tổ chức quốc tế sẵn sàng tài trợ nhằm giải quyết một vấn đề môi trường cấp bách nhất của địa phương. Lãnh đạo địa

phương giao cho nhóm bạn tham mưu lựa chọn vấn đề môi trường cấp bách nhất để lập dự án xin tài trợ.

Kỹ thuật thuyết trình: Nghệ thuật sắp xếp một ý tưởng nào đó và giải bày nó cho một nhóm người nghe nào đó một cách thật lôi cuốn để đạt được một mục tiêu nào đó được gọi là một buổi (buổi) thuyết trình.

- Sắp xếp một ý tưởng nào đó;
- Giải bày nó cho một nhóm người;
- Một cách lôi cuốn (hấp dẫn);
- Để đạt mục tiêu.

Để có buổi thuyết trình thành công

- Hỏi: Thế nào là một buổi thuyết trình thành công?
- Trả lời: Người nghe hiểu rõ nội dung thuyết trình.

- Ba bước để có buổi thuyết trình thành công:

- Lập KH thuyết trình;
- Chuẩn bị bản thuyết trình;
- Trình bày bản thuyết trình.

Lập KH thuyết trình là rất quan trọng. Phải trả lời 3 câu hỏi:

- + Cái gì sẽ được thuyết trình?
- + Trong bao nhiêu thời gian?
- + Sẽ được trình bày như thế nào?

Quy tắc BOM:

+ B: Background (Cơ sở): Biết rõ: (1) Chủ đề, (2) Nội dung, (3) người nghe.

+ O: Objective (Mục tiêu): Tại sao muốn thuyết trình và hiệu quả cuối cùng là gì?

+ M: Motivation (Động cơ): Tại sao một người nào đó lại dành thời gian để nghe bạn nói và học (cái gì đó từ bài nói của) bạn?

Công thức vạn năng cho các bước tiến hành buổi thuyết trình:

Biết rõ chủ đề:

+ Như thế nào? Chủ đề gì?

+ Nói cho ai nghe?

+ Nói những gì?

+ Ở đâu?

+ Thời gian nào?

+ Tại sao lại phải trình bày vấn đề đó?

+ Bằng cách nào (phương pháp)?

+ ...

Khi trả lời các câu hỏi đó, ngay lập tức bạn sẽ giải đáp được mọi khía cạnh của chủ đề.

Để trình bày các ý tưởng của bạn, có thể sử dụng theo 02 phương pháp là Phương pháp diễn giải với 02 kỹ thuật và phương pháp quy nạp.

● Phương pháp diễn giải:

- Dẫn dắt người nghe từng bước một đến kết luận cuối cùng.

- Trình bày kết luận trước, sau đó đưa ra các số liệu và lập luận để chứng minh nó.

- Phương pháp quy nạp:

- Kết nạp các lập luận, số liệu, sự kiện, đồ thị thành một chuỗi có ý nghĩa để đi đến kết luận. Sau đó, phân tích các số liệu có ý nghĩa quan trọng sẽ làm tăng giá trị bài thuyết trình.

- Để dành một số số liệu để có thể kiểm soát thời gian: Còn thời gian thì trình bày, không thì lướt qua

Chuẩn bị trình bày:

Hãy tự hỏi: Tại sao mình lại có buổi thuyết trình này?

Phải có đề cương bài thuyết trình (cho người nghe dễ theo dõi và cho chính mình kiểm soát sự phân bổ thời gian).

Chuẩn bị kỹ nội dung và kiểm soát sự căng thẳng.

Ghi lại bài thuyết trình và mở ra nghe nhiều lần bài thuyết trình của mình để khắc phục những thiếu sót.

Trình bày:

+ Trình bày các bản chiếu (slides):

Quy tắc KISS (Keep It Short and Simple): ngắn và đơn giản.

KILL (Keep It Large and Legible): Lớn và rõ ràng.

Quy tắc 6x4: 4 từ một dòng (keys-words only); 6 dòng một trang. Không copy toàn bộ văn bản!

Lưu ý: 4 x 6 hay n x m tùy thuộc vào hội trường lớn hay nhỏ.

Fonts (kiểu chữ): không chân (cho đỡ rườm rà).

+ Trình bày (viết) các bản chiếu:

Trực quan hoá: Chuyển các số liệu về dạng trực quan (bảng, biểu, đồ thị, biểu đồ).

Màu sắc: lưu ý (1) màu trên máy và màu trên màn hình có sai khác; (2) tránh màu nền và màu chữ gần giống, (3) màu đen là tốt nhất (tuỳ màu nền).

Minh hoạ: (1) một bức tranh/ ảnh chụp thay được ngàn lời, (2) ghi rõ tác giả tranh, ảnh (quyền tác giả).

+ Trình bày (nói):

Nói đủ to, rõ ràng và chậm rãi, mạch lạc và đúng chất giọng (không lên gân, cường điệu, uốn éo...).

Dùng câu ngắn, đơn giản.

Sử dụng điệu bộ: nét mặt, ánh mắt... không uốn éo, đút tay túi quần, chỉ bằng ngón tay...

Trình bày (thuyết trình) là nói với một cá nhân hay với nhiều cá nhân.

Luôn nhìn người nghe, trao đổi ánh mắt với người này hoặc người khác (xem thái độ của họ để tự điều chỉnh).

Quy tắc PEP: (1) Đưa ra một luận điểm (point), (2) Lấy thí dụ (example), (3) Nhắc lại luận điểm (point).

Lưu ý:

- Hỏi người ngồi xa nhất xem có nhìn rõ và nghe rõ không;

- Kiểm soát âm lượng, tốc độ và dừng lại giữa các ý;

- Kiểm soát thời gian: luôn có đồng hồ trước mặt hoặc cài chế độ đồng hồ trên slides;

- Nên đặt câu hỏi (trực tiếp, sử dụng một slide trắng để viết câu hỏi): (1) thay đổi không khí, (2) tạo sự gắn gũi, thân mật, (3) nắm được nhu cầu và sự tiếp nhận của người nghe;

- Nên chỉ rõ nguồn gốc số liệu (viết dưới bảng, nếu cần giải thích thêm);

- Nắm rất rõ nội dung trình bày để có thể mở rộng (kéo dài) hoặc rút ngắn;

- Tự tin;

- Bám sát các slides (không mở rộng quá);

- Chọn đại từ thích hợp khi giao tiếp với người nghe: “các bạn” hay “chúng ta”?

- Có những luận điểm, slides quan trọng, cần trở lại hơn 1 lần;

- Nhắc lại slide nội dung bài thuyết trình mỗi lần chuyển sang mục khác, phần khác.

Một số điều nên tránh khi trình bày:

- Không che màn hình;

- Không đứng quay lưng lại người nghe,

- Không chỉ bằng ngón tay mà dùng bút lade (pointer),

- Không nhìn cố định/ chăm chăm một người,

- Không nhìn lên trần nhà hoặc không nhìn ai cả,

- Nói to quá hoặc nhỏ quá,

- Nói nhanh hoặc chậm quá,

- Không đọc các bản chiếu (chúng chỉ là ý chính, cần được mở rộng).

Hướng dẫn làm bài tập nhóm:

- Lập nhóm 5-6 người;
- Xung phong làm nhóm trưởng, thư ký, quan sát viên;
- Nhóm trưởng điều hành, đặc biệt là sao cho hoàn thành bài tập trong thời gian hạn chế;
- Điều hành thảo luận, thống nhất quy tắc làm việc;
- Thực hiện (cá nhân, nhóm) và thảo luận => ý kiến chung của nhóm;
- Thư ký ghi kết quả: Ít chữ, chữ to; trình bày ý kiến của nhóm;
- Thảo luận kết quả của nhóm bạn (cả nhóm);
- Quan sát viên nhận xét.

Đánh giá kết quả làm việc nhóm của quan sát viên:

- Thời gian có đảm bảo?
- Sự tham gia của các thành viên (tất cả, cá nhân nổi trội, thái độ rụt rè...)
- Sự hợp tác trong nhóm?
- Việc điều hành của trưởng nhóm có tạo điều kiện cho mọi người tham gia.

Yêu cầu của bài tập:

- Bước 1: Dùng kỹ thuật động não để liệt kê tất cả các vấn đề;
- Bước 2: Dùng kỹ thuật xếp hạng để xác định vấn đề cấp bách;

- Nên dành 10 phút thảo luận để hiểu rõ đề bài: Tất cả mọi người đều hiểu đề bài và yêu cầu;
- 20 phút làm bài tập (toàn nhóm);
- 5 phút để thư ký các nhóm công bố kết quả bài tập của nhóm (tất cả các vấn đề và vấn đề cấp bách).

3.2. Phương pháp tiến hành một cuộc họp cộng đồng

• Mục đích: Ra quyết định có sự tham gia tự giác của các thành viên

- Hiểu biết lẫn nhau (hiểu, chấp nhận để làm theo)
- Tham gia thực sự: chia sẻ nhu cầu và quan điểm
- Kết hợp nhu cầu của tất cả mọi người, cả những bên ít quan trọng

• Trách nhiệm được chia sẻ đối với quyết định cuối cùng

- *Tiêu chí nhận biết một cuộc họp thành công?*

• Có mục đích rõ ràng (họp để làm gì, mong muốn đạt được gì?);

• Có chương trình nghị sự rõ ràng, được thảo luận và thống nhất;

• Những người tham dự đều có những sự đóng góp tích cực;

• Lịch trình cuộc họp được đảm bảo;

• Đạt được mục đích của cuộc họp; tìm ra những giải pháp tối ưu.

- ***Chuẩn bị cho một cuộc họp***

• Xác định mục đích (thông báo, thảo luận biện pháp giải quyết vấn đề);

- Xây dựng chương trình nghị sự: nội dung, thời gian, dự kiến phân công trách nhiệm (điều hành, thư ký, hỗ trợ hành chính...);
- Xác định thành phần dự họp (Lựa chọn người tham dự);
- Mời báo cáo viên;
- Chọn người hỗ trợ: thư ký? trợ lý hành chính/tài vụ;
- Chuẩn bị tài liệu;
- Lựa chọn/bố trí phòng họp;
- Chuẩn bị các vật liệu và thiết bị cần thiết (hội trường, máy chiếu, nước uống...);
- Chuẩn bị cho khai mạc (khách mời);
- Đón tiếp tham dự viên.

- Điều hành một cuộc họp:

1) Bắt đầu cuộc họp:

- Truyền đạt mục đích, thành phần dự;
- Truyền đạt mục tiêu và kết quả mong đợi;
- Thông báo thời lượng họp;
- Thống nhất vai trò của các cá nhân trong cuộc họp;
- Thống nhất vai trò của các cá nhân trong cuộc họp (Mong đợi gì ở mỗi thành viên);
- Làm rõ cách thức tham gia và giao tiếp trong cuộc họp;
- Đặt ra những nguyên tắc cơ bản (khi nào cuộc họp dừng lại, kết thúc; mâu thuẫn, xung đột được giải quyết như thế nào; những chủ đề gì chỉ lưu hành nội bộ...);
- Mong đợi gì ở mỗi thành viên;
- Tuyên bố thời gian kết thúc.

2) *Dẫn dắt cuộc họp:*

- Làm rõ và diễn giải cẩn thận những ý kiến then chốt;
- Khuyến khích sự tham gia, đóng góp của người dự;
- Điều chỉnh nhịp độ của cuộc họp: đẩy nhanh, chậm lại, tạm ngưng, thay đổi hướng tiến triển;
- Thông báo cho mọi người biết họ đang ở giai đoạn nào trong lịch trình cuộc họp đã định;
- Kết luận sơ bộ (để thông qua) những điểm chủ yếu;
- Tạo điều kiện để đạt được sự đồng thuận;
- Không cố ép mọi người đồng ý với kết luận có sẵn;
- Sơ kết định kỳ những điểm chủ chốt và để mọi người thông qua;
- Giúp đỡ mọi người đạt được sự đồng thuận và tìm kết luận.

3) *Kết thúc cuộc họp:*

- Giúp đỡ tập thể quyết định những bước tiếp theo;
- Xem xét lại những bước đi tiếp theo đã được ấn định, đảm bảo rằng mỗi người đều biết rõ nhiệm vụ của mình. Hãy chắc chắn rằng mọi người đang chuyển từ “bàn bạc” sang “hành động”;
- Tổng kết (ngắn gọn) tiến trình cuộc họp. Đưa ra kết luận (nghị quyết) của cuộc họp;
- Quyết định những hoạt động tiếp theo sau cuộc họp, đảm bảo rằng mỗi người đều biết rõ nhiệm vụ của mình;
- Lịch sự cảm ơn sự tham gia và đóng góp của mọi người trong cuộc họp;

- Thông qua biên bản (nếu cần);
- Tuyên bố bế mạc.

4) Nội dung cơ bản của Biên bản cuộc họp:

- Thời gian, địa điểm và chủ tọa cuộc họp và khách mời;
- Tên của các thành viên cuộc họp, các thành viên vắng mặt (nêu lý do vắng mặt);
- Tóm tắt các ý kiến thảo luận, kết luận của chủ tọa, phân công trách nhiệm (nếu có), kế hoạch hoạt động tiếp theo;
- Toàn bộ các nội dung thảo luận, các quyết định, phân công trách nhiệm, nội dung phân công. Kết luận cuộc họp;
- Thời điểm kết thúc cuộc họp;
- Biên bản có chữ ký của chủ tọa và thư ký;
- Thời gian, địa điểm cho lần họp kế tiếp (nếu có).

5) Sau cuộc họp:

- Đánh giá về cuộc họp: Những gì đã làm được? Những gì chưa làm được? Những gì cần cải thiện trong những lần tiếp theo?
- Kế hoạch thực hiện kết luận của cuộc họp;
- Chuẩn bị những việc “hậu” cuộc họp;
- Gửi biên bản cuộc họp tới tất cả những người tham gia cuộc họp, cũng như tới những bên liên quan;
- Báo cáo (nếu cần).

Quy tắc làm việc nhóm cộng đồng (gợi ý, có thể thêm bớt):

- Mọi người có quyền được hiểu;
- Bất kỳ câu hỏi nào cũng là câu hỏi tốt (cần được thảo luận, trả lời);

- Ai cũng có quyền có cơ hội tham gia;
- Ai cũng có trách nhiệm tham gia;
- Mọi người giúp nhau, học tập lẫn nhau;
- Không hút thuốc lá trong phòng họp;

- Quy tắc làm việc nhóm hiệu quả:

(1) Mỗi người trong nhóm là một phần của nhóm, không phải là một cá nhân riêng lẻ;

(2) Thảo luận với cả nhóm, không phải với người ngồi bên cạnh;

(3) Rõ ràng và ngắn gọn;

(4) Không ngắt lời người khác;

(5) Hãy lắng nghe và cố hiểu người đang nói. Nếu có gì chưa rõ hãy hỏi lại;

(6) Mục tiêu chung là quan trọng nhất;

(7) Hãy tôn trọng các thành viên khác và hướng đến mục tiêu chung;

(8) Không ai có đủ kiến thức về bất cứ vấn đề nào, chỉ có họ đóng góp được nhiều hay ít mà thôi;

(9) Hãy thuyết phục bằng lý lẽ và dẫn chứng;

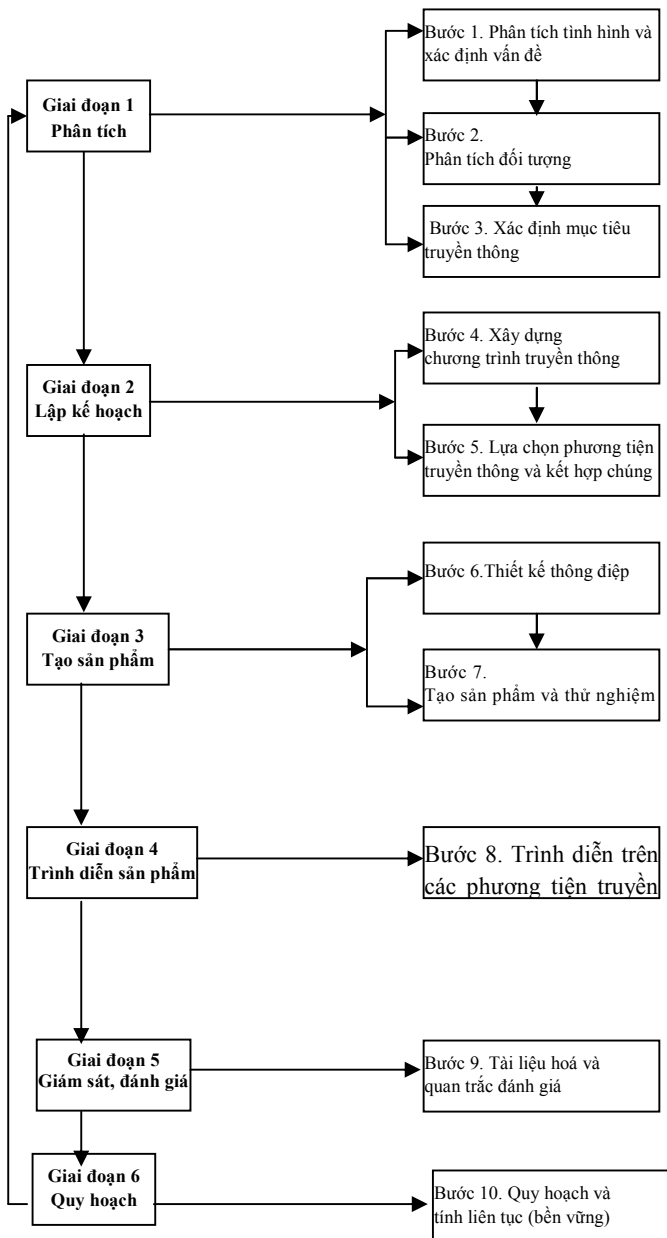
(10) Đừng chỉ trích. Đừng phản bác ngay ý kiến của người khác dù ý kiến đó có thiếu khoa học và thực tế đến đâu đi nữa;

(11) Không gắn mỗi cá nhân với ý kiến của họ;

(12) Kết quả cuối cùng phải là sự đồng thuận của cả nhóm;

(13) Kể cả những ý kiến bị bác bỏ, cũng cần có thời gian và sự đồng thuận;

4. Các bước xây dựng Kế hoạch Truyền thông



Các giai đoạn tổ chức kế hoạch truyền thông môi trường:
(gồm 6 giai đoạn cơ bản-10 bước)

Giai đoạn 1: Phân tích

Bước 1: Phân tích tình hình và xác định vấn đề:

Vấn đề là tình trạng không mong muốn cần được cải thiện hay giải quyết.

Lưu ý: Vấn đề khác với việc thiếu giải pháp.

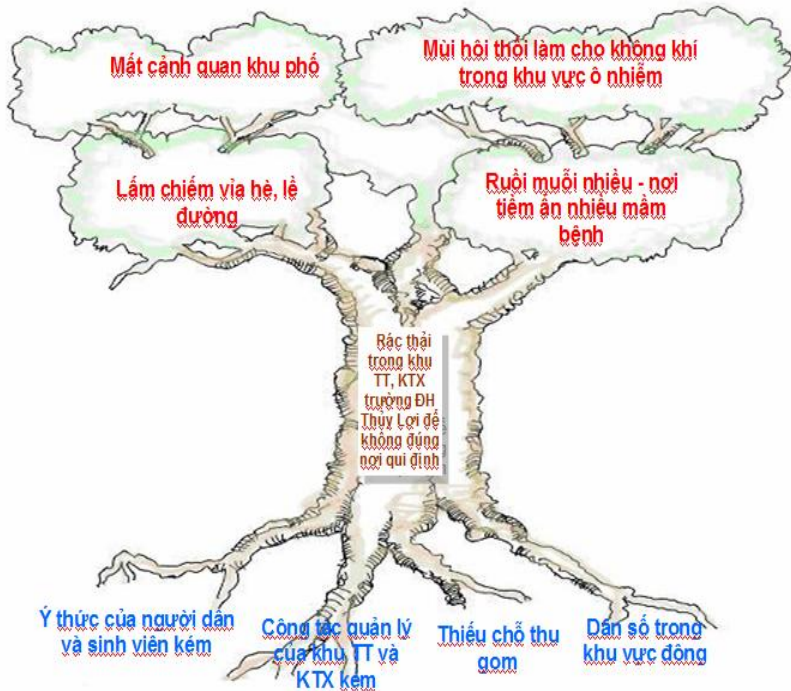
Cách tiến hành xác định cây vấn đề:

- Xác định vấn đề;
- Xác định nguyên nhân của vấn đề;
- Xác định hậu quả của vấn đề;
- Sắp xếp lại các nguyên nhân và hậu quả theo trật tự logic (có thể 2 - 3 bậc).
- Tại sao phân tích tình hình và xác định vấn đề lại đóng vai trò quan trọng?
- Vấn đề là gì?
- Phương pháp xác định vấn đề?

Bước 2: Phân tích đối tượng và phân tích “kiến thức, thái độ, hành vi”

- Đối tượng truyền thông có thể là một tổ chức, một cá nhân hay một nhóm cá nhân.

- Nhóm hưởng lợi: Đối tượng mà kết quả của chiến dịch truyền thông môi trường có ảnh hưởng tích cực đến quyền lợi của họ.



- Nhóm bị ảnh hưởng: Đối tượng mà kết quả của chiến dịch truyền thông môi trường có ảnh hưởng tiêu cực đến quyền lợi của họ.

- Nhóm có liên quan: Đối tượng có vai trò hoặc ảnh hưởng nhất định trong việc thực hiện chiến dịch TTMT như: Hội Phụ nữ, Hội nông dân, những người có uy tín trong cộng đồng như: già làng, trưởng bản, nhà tài trợ, cơ quan thông tin đại chúng.

Phân tích đối tượng:

- Có những đối tượng nào?
- Phân tích kiến thức, thái độ, hành vi cho từng nhóm đối tượng;

- Phân tích tập quán sử dụng phương tiện truyền thông.

Bước 3: Xác định Mục tiêu truyền thông

Phân loại nhóm đối tượng:

- Những người bị ảnh hưởng tiêu cực;

- Những người được hưởng lợi;

- Những người thực hiện;

- Những người trung gian.

Mục tiêu của truyền thông:

- Xác định quyền lợi, mối quan tâm của mỗi nhóm đối tượng.

- Xác định Nhận thức - Thái độ - Hành vi của mỗi nhóm đối tượng:

+ N - Nhận thức: sự thiếu hiểu biết, kiến thức kém hoặc chưa đầy đủ của đối tượng về vấn đề môi trường cần giải quyết;

+ T - Thái độ: thái độ tiêu cực, thiếu ủng hộ của đối tượng đối với dự án môi trường, thái độ nghi ngờ khả năng và cách giải quyết vấn đề môi trường đó;

+ H - Hành vi: các hành vi, tập quán, thói quen không có lợi cho dự án môi trường.

- Lập kế hoạch truyền thông;

- Xác định khả năng chấp nhận hành vi môi trường mới;

- Nguyên nhân hành vi cũ không thân thiện với môi trường;

- Đối tượng cần loại thông tin, thông điệp gì;

- Mục tiêu cuối cùng của truyền thông phải là tạo ra sự thay đổi hành vi từ không có lợi cho môi trường sang hành vi có lợi cho môi trường.

Giai đoạn 2: Lập kế hoạch

Bước 4: Phác thảo và Xây dựng chương trình truyền thông.

Tập hợp các phân tích về:

- Các đối tượng;
- Mục tiêu truyền thông.

Bước 5: Lựa chọn và kết hợp phương tiện truyền thông

Mục tiêu:

Xác định ưu và nhược điểm của các phương thức về môi trường cũng như khả năng huy động sự tham gia của các nhóm đối tượng để lựa chọn các phương thức truyền thông khác nhau.

Các phương thức truyền thông:

- Truyền thông đại chúng;
- Truyền thông cộng đồng;
- Truyền thông tư vấn cá nhân.

Phương thức truyền thông (PTTT) cộng đồng và đại chúng

	PTTT cộng đồng	PTTT đại chúng
Nghe	Hát, kể chuyện	Chương trình phát thanh
Nhìn	Đồ thủ công, tranh dân gian, tượng, quần áo, mũ, đồ lưu niệm	Tranh, áp phích, bản tin, tờ rơi
Nghe - Nhìn	Sân khấu, các loại hình nghệ thuật khác: cải lương, múa rối...	Tivi, phim ảnh, video...

Mức độ tham gia

Thấp ————— Cao

Cho người dân	Với người dân	Bởi người dân
Truyền hình Đoàn nghệ thuật chuyên nghiệp Website trực tuyến	Đài phát thanh địa phương Sân khấu hoặc chương trình TT có người địa phương tham gia	Sân khấu cộng đồng (tự biên, tự diễn) hoặc chương trình do người địa phương sản xuất

Vai trò Nhận thức - Thái độ - Hành vi (N-T-H)

- Thói quen tìm thông tin;
- Những kiểu thông tin được ưa thích;
- Đã từng sử dụng phương tiện truyền thông nào;
- Cách thức sử dụng phương tiện truyền thông;
- Cách truyền thông của từng nhóm đối tượng.

Giai đoạn 3: Tạo sản phẩm truyền thông

Bước 6: Phác thảo thông điệp truyền thông:

- Hiệu quả của một chương trình truyền thông phụ thuộc rất nhiều vào thông điệp truyền thông;
- Có thu hút sự chú ý của đối tượng không?
- Đối tượng có hiểu được nội dung của thông điệp không?
- Phải được thiết kế phù hợp với những đặc điểm cụ thể về giáo dục, trí tuệ và mong muốn của mỗi nhóm đối tượng dự kiến hưởng lợi.

Nguyên tắc:

- Phù hợp với chủ trương, chính sách, pháp luật;
- Phù hợp với mục tiêu, đối tượng;
- Tránh mâu thuẫn với các phong tục, tập quán;
- Thích hợp về văn hóa - xã hội đối với đối tượng truyền thông;
- Gắn liền với mục tiêu truyền thông;
- Đáng tin cậy;
- Có tính khả thi;
- Ngắn gọn, hoàn chỉnh và dễ hiểu; dùng động từ ở thể chủ động, câu đơn giản.

Nội dung của thông điệp:

- Các nguyên nhân;
- Các hiện tượng;
- Các biện pháp phòng ngừa, khắc phục;
- Tổ chức thực hiện;
- Kết quả đạt được.

Bước 7: Sản xuất và thử nghiệm sản phẩm truyền thông

Tại sao phải thử nghiệm...

Không phải lúc nào đối tượng truyền thông cũng hiểu sản phẩm TT đúng như ý định của người thiết kế nó. Vì vậy cần thử nghiệm trước khi sản xuất với số lượng lớn.

Thử nghiệm trước ở địa phương với đại diện của các nhóm xã hội làm mẫu:

- Có thích hợp về văn hóa, xã hội, tôn giáo hay không?
- Đọc/nhìn có hiểu không?
- Có được chấp nhận/tin cậy không?
- Có khả năng tác động tới thay đổi hành vi không?

Yêu cầu của sản xuất sản phẩm TT:

- Đúng thời gian;
- Tiết kiệm chi phí;
- Càng gần nơi mà sản phẩm TT được dùng càng tốt;
- Phải thể hiện được:
 - Thiết kế;
 - Nội dung;
 - Cách thuyết phục;

Làm sao để nhớ lâu.

- Đánh giá liên tục ngay trong quá trình thực hiện và sau khi hoàn thành (về tác động, hậu quả)

Giai đoạn 4: Thực hiện trình diễn sản phẩm

Bước 8: Trình diễn phương tiện truyền thông và thực hiện trên hiện trường

Các yêu cầu:

- Ấn định thời gian cho từng sản phẩm truyền thông và đối với từng nhóm đối tượng;
- Xem xét các điều kiện và đại điểm thích hợp nhất;
- Kiểm tra hiệu quả của truyền thông với N-T-H của đối tượng;

- Thông tin kịp thời;
- Kết hợp với việc sử dụng các phương tiện khác nhau;
- Có thể tạo ra các buổi gặp gỡ và giao lưu văn nghệ, các buổi gặp các nhân vật quan trọng như là những sự kiện cho việc trình diễn sản phẩm truyền thông;
- Cho phép kênh TT hiện có và các cơ quan khác tự do phát lại buổi trình diễn sản phẩm truyền thông.

Giai đoạn 5: Tư liệu hóa, giám sát, đánh giá

Bước 9: Tiến hành tư liệu hóa, giám sát và đánh giá liên tục

Tư liệu hóa:

- Mô tả công việc theo thứ tự thời gian;
- Phân tích những quyết định thành công và những quyết định chưa hiệu quả được đưa ra trong quá trình lập kế hoạch, thực hiện và quản lý;
- Rút ra các bài học để sử dụng sau này khi muốn lặp lại hoặc muốn mở rộng những hoạt động tương tự.

Giám sát, đánh giá:

- Thẩm định trước;
- Theo dõi liên tục;
- Đánh giá sau.
- Yêu cầu:
 - Tính hiệu quả, thực tế;
 - Tính thích hợp;
 - Tác động và ảnh hưởng của một hoạt động hoặc toàn bộ chương trình;

- Đánh giá liên tục:
 - Vấn đề;
 - Lựa chọn phương tiện truyền thông;
 - Tác dụng của thông điệp.

Giai đoạn 6: Duy trì và phát huy ảnh hưởng (tính liên tục bền vững)

Bước 10: Quy hoạch và tính liên tục

Mô hình truyền thông dọc và truyền thông ngang

	Dọc	Ngang
Mục tiêu	Thay đổi hành vi cá nhân Nâng cao nhận thức	Thay đổi hành vi của một nhóm đối tượng Sự tham gia của mọi người
Ngôn ngữ	Bằng ngôn ngữ quốc gia	Bằng ngôn ngữ địa phương
Nội dung	Về các vấn đề môi trường toàn cầu; về phát triển bền vững	Về các vấn đề môi trường của từng địa phương, về sự tham gia
Người gửi và người nhận	Người nhận: Khó tiếp cận, phản ánh với người gửi Có tính thụ động	Người nhận: - Tiếp xúc dễ dàng và trực tiếp với người gửi - Cụ thể, tích cực, có thể gắn bó với người gửi
Cách phổ biến tin	Một chiều (VD: thông qua các cơ quan thông tin đại chúng)	Hai chiều, đối thoại giữa con người với nhau, thu thập và chia sẻ thông tin
Phương tiện truyền thông	Tivi, radio, ấn phẩm (báo chí, tài liệu,...) Khó duy trì sản phẩm truyền thông (với TV, radio)	Sẵn có ở địa phương Thích hợp về văn hóa Dễ được duy trì vì được chính những người hưởng lợi quản lý
Yêu cầu	Chi phí cao Đòi hỏi sự thành thạo về kỹ thuật	Chi phí thấp Đòi hỏi kỹ năng giao tiếp xã hội và truyền thông

- Các kỹ năng thực hiện:

1) Kỹ năng phân tích:

- Phân tích bối cảnh, xác định vấn đề.

- Phân tích mục tiêu, xác định mục tiêu.
- Phân tích đối tượng: nhận thức, thái độ, hành vi.
- Đây là các nguyên nhân của vấn đề?
- Đây là các nguyên nhân của các nguyên nhân của vấn đề?
- Hậu quả của vấn đề?
- Hậu quả tiếp theo của các hậu quả?
- Giải quyết vấn đề chính là giải quyết các nguyên nhân.

Vi dụ: Phân tích bối cảnh một địa phương (nông thôn) trong việc giải quyết vấn đề rác thải.

Rác ở đâu? Tại sao? Mức độ thế nào? Ai (gây ra, chịu hậu quả, giải quyết?).

Phương thức: Thảo luận nhóm (5 - 6 người, 1 người điều hành (xung phong), 1 người làm thư ký ghi chép, 1 người thay mặt nhóm trình bày; tất cả tham gia thảo luận, có ý kiến).

Thời gian: 30 phút thực hiện; 30 phút trình bày và thảo luận.

Bất cứ hoạt động riêng rẽ nào cũng có mục tiêu, không cứ phải là hoạt động truyền thông môi trường

Mục tiêu được đặt ra rõ ràng, thông thường phải chỉ ra được:

- + Bạn muốn truyền đạt cái gì (thông điệp gì)?
- + Bạn muốn đạt được cái đó như thế nào (bằng phương tiện, hình thức nào)?
- + Ai là đối tượng của truyền thông môi trường?
- + Bạn muốn người nhận thông điệp làm gì?

2) Kỹ năng lập kế hoạch:

Lập Kế hoạch là (1) sắp xếp công việc, (2) theo thứ tự thời gian, (3) phân bổ các nguồn lực để thực hiện các hoạt động đó, (4) nhằm đạt được mục tiêu mong muốn.

- Trả lời các câu hỏi chính?
- Những việc gì phải được thực hiện?
- Phải tiến hành những việc đó như thế nào?
- Ai sẽ làm những việc đó?
- Bao giờ bắt đầu, kết thúc?
- Cần những nguồn lực gì?

- KH của hoạt động TTMT phải phù hợp với KH đang có của chương trình/ dự án.

- Vừa phải độc lập, vừa phải thống nhất.

- Các hoạt động của hoạt động TTMT không chồng lấn (thời gian, nhân sự) với các hoạt động của chương trình, các hoạt động khác thuộc chương trình.

Nội dung Kế hoạch:

1. Nội dung công việc;
2. Để thực hiện công việc cần có những nguồn lực nào (tài chính, phương tiện, thông tin);
3. Người thực hiện (chính, phụ);
4. Tiến độ (bao lâu, thời điểm bắt đầu, thời điểm kết thúc);
5. Kết quả cần đạt và sản phẩm giao nộp;
6. Làm thế nào để theo dõi, đánh giá?
7. Báo cáo kết quả lập KH;

8. Kiểm tra của dự án và của cấp trên hay nhà tài trợ, xem có đúng như kế hoạch:

- Báo cáo KH cho cấp trên (chương trình, nhà tài trợ) để đôn đốc, theo dõi, kiểm tra;
- Có văn bản phê duyệt KH (của cấp trên, nhà tài trợ), chấp nhận KH, có thể thực hiện;
- Sau phê duyệt thông báo rộng rãi cho các bên tham gia để thực hiện;
- Kế hoạch tài chính (thường bao gồm cả phương tiện): dự trù nhu cầu kinh phí để thực hiện KH; đủ, đúng và kịp thời; không cần đóng “ghế 5 chân”;
- Kế hoạch nhân lực: nhân lực trong và ngoài tổ chức; chuyên gia; huy động cộng đồng (ai, bao nhiêu, vào việc gì...);
- Kế hoạch thông tin: thu thập thông tin gì, ở đâu ...?
- Các bên tham gia hiểu và thống nhất; cả nội dung và tiến độ của mỗi hoạt động (họp, thảo luận, thống nhất);
- Kế hoạch của hoạt động TTMT phải phù hợp với kế hoạch đang có của chương trình/ dự án;
- Vừa phải độc lập, vừa phải thống nhất;
- Các hoạt động của hoạt động TTMT không chồng lấn (thời gian, nhân sự) với các hoạt động của chương trình, các hoạt động khác thuộc chương trình.

3) Kỹ năng tạo sản phẩm truyền thông:

- Xây dựng thông điệp;
- Thử nghiệm;
- Đánh giá kết quả thử nghiệm;

- Điều chỉnh để hoàn thiện thông điệp;

- Sản phẩm truyền thông thường là công việc của chuyên gia;

- Cộng đồng đóng vai trò góp ý, phản hồi;

Hai thí dụ về sản phẩm truyền thông:

- Phong trào “Tắt điện 10 phút - Giờ trái đất” diễn ra khắp toàn cầu;

- Chương trình “3R” trên truyền hình;

- Bình luận (cả lớp):

(1) Nhận xét, thu nhận được gì từ các sản phẩm truyền thông đó, có nên làm theo;

(2) Chủ đề của các ngày kỷ niệm, sự kiện, tuần lễ... về môi trường sắp tới ở địa phương?

Ý tưởng! Ý tưởng! Ý tưởng!: (1) Mới. (2) Sáng tạo và hiệu quả. (3) Thoả mãn các tiêu chí lựa chọn (địa phương, cộng đồng) và quy tắc “bảy dễ”.

- Dễ nghe/ nhìn: Phương tiện

- Dễ gây ấn tượng: Cách thể hiện

- Dễ hiểu: Nội dung rõ ràng, mạch lạc

- Dễ nhớ: Diễn đạt ngắn gọn

- Dễ chấp nhận: Động cơ lợi ích

- Dễ làm theo: Hướng dẫn đầy đủ

- Dễ duy trì: Rẻ (?)

4) Kỹ năng tổ chức thực hiện

- Thực hiện ở đây được hiểu là tổ chức chuyển tải sản phẩm truyền thông đến các đối tượng mục tiêu và các hoạt động hỗ trợ khác.

- Sau khi kế hoạch được cơ quan có thẩm quyền (UBND, nhà tài trợ ...) phê duyệt.

- Nội dung nhiệm vụ thực hiện và quản lý (dự án truyền thông môi trường) là hai việc hoàn toàn khác nhau.

- Thực hiện dự án (hoạt động truyền thông môi trường) là nhiệm vụ của nhiều chủ thể (chuyên gia xây dựng sản phẩm truyền thông, tổ chức hoặc cá nhân triển khai các hoạt động...) và là đối tượng của quản lý dự án (truyền thông môi trường).

- Quản lý là các hoạt động hoạch định, tổ chức, phối hợp, chỉ huy, kiểm soát, điều chỉnh thông qua các biện pháp thích hợp, nhằm đạt được mục tiêu với hiệu quả cao nhất, trong phạm vi thời gian và các nguồn lực đã xác định.

- Quản lý là việc của Ban Quản lý dự án (hoạt động truyền thông môi trường), nhằm đảm bảo dự án phù hợp mục tiêu, yêu cầu, điều kiện, không trực tiếp thực hiện dự án.

Một số nhiệm vụ cụ thể của Ban Quản lý:

- Ký hợp đồng thực hiện với các bên thực hiện (xây dựng sản phẩm truyền thông, tổ chức sự kiện, đánh giá độc lập,...)

- Mua sắm trang thiết bị hoặc tổ chức đấu thầu, ...

- Báo cáo định kỳ, đột xuất và kết thúc

- Quản lý và sử dụng kinh phí

- Tổ chức (lập Ban Điều hành, mời chuyên gia tư vấn)

- Ở Việt Nam, Ban Quản lý thường kiêm nhiệm vụ thực hiện dự án.

5) Kỹ năng đánh giá

- Các kênh đánh giá
- Tự đánh giá (người thực hiện và Ban Quản lý)
- Đánh giá của nhà tài trợ

Tiêu chí và phương pháp đánh giá:

Tiêu chí:

- Mức độ đạt mục tiêu
- Đảm bảo thời gian
- Sự hài lòng của các nhóm đối tượng hưởng thụ kết quả (chính quyền, cộng đồng, nhà tài trợ...)

Phương pháp:

- Bảng đánh giá
- Phỏng vấn

5. Truyền thông viên môi trường

Truyền thông viên môi trường chính là “người gửi” thông tin trong hệ thống truyền thông. Truyền thông viên môi trường hiện nay ở nước ta chưa phải là một chức danh nghề nghiệp. Thực chất truyền thông viên môi trường vẫn là một lĩnh vực tác nghiệp kiêm nhiệm. Mặc dù vậy, truyền thông viên môi trường là một công việc có những đặc trưng riêng và những yêu cầu riêng đối với những người tham gia vào lĩnh vực này.

5.1. Đặc trưng nhiệm vụ truyền thông viên môi trường

- Môi trường là lĩnh vực liên ngành, yêu cầu có hiểu biết rất rộng về các lĩnh vực khác nhau của khoa học tự nhiên và xã hội để lý giải, thuyết minh về môi trường. Vì vậy, truyền thông viên môi trường phải là người có kiến thức rộng và liên ngành. Truyền thông viên môi trường có thể không hiểu biết sâu, nhưng phải có hiểu biết đúng về lĩnh vực mà mình truyền thông cũng như một số lĩnh vực gần gũi để có thể đáp ứng tốt các câu hỏi nảy sinh từ cộng đồng.

- Truyền thông là lĩnh vực làm việc với công chúng để thúc đẩy quá trình thay đổi Nhận thức - Thái độ - Hành vi của công chúng theo hướng tích cực. Vì vậy, truyền thông viên môi trường là một nghiệp vụ đòi hỏi kỹ năng giao tiếp với công chúng. Đó là loại giao tiếp trực tiếp trong các loại hình truyền thông ngang hoặc truyền thông theo mô hình, hoặc giao tiếp gián tiếp trong loại hình truyền thông dọc. Trong loại hình truyền thông dọc, các truyền thông viên môi trường khi soạn thảo sản phẩm truyền thông (một bài báo, một bản tin...) vẫn phải luôn luôn có ý thức là mình đang nói với ai, đang viết cho công chúng nào đọc... Phát thanh viên nói quá nhanh không thích hợp với khả năng nghe - hiểu của đồng bào dân tộc, phát thanh viên nói ngôn ngữ địa phương này khó cho công chúng ở địa phương khác... là những tình huống vẫn đang xảy ra trên thông tin đại chúng hiện nay.

- Làm việc với cộng đồng yêu cầu truyền thông viên môi trường phải có một văn hoá ứng xử phù hợp.

- Để có thể đi vào công chúng, được công chúng chấp nhận và làm theo, các sản phẩm truyền thông phải đảm bảo cùng lúc 3 đặc trưng: tính văn hoá, tính dân tộc và tính đại chúng.

5.2. Những yêu cầu đối với truyền thông viên môi trường

Những đặc trưng trên đây của lĩnh vực truyền thông môi trường đã đặt ra những yêu cầu chặt chẽ mà một truyền thông viên phải tuân thủ:

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

- Truyền thông viên môi trường phải có kỹ năng giao tiếp và làm việc với cộng đồng. Kỹ năng này đòi hỏi những khả năng rất đa dạng:

+ Có khả năng nói đúng tiếng Việt: không nói ngọng, không nói lắp, không nói dài dòng vòng vo. Biết cách nói năng rõ ràng, chính xác, đơn giản, vừa đủ và vào lúc thích hợp.

+ Biết cách lắng nghe và tổng hợp các ý kiến của công chúng, biết định hướng các cuộc thảo luận cộng đồng, biết cách gợi mở, động viên những người nhút nhát để họ phát biểu, biết cách ngắt lời (một cách lịch sự) những người thích nói dài mà nội dung không có gì đáng chú ý.

+ Biết cách ăn mặc lịch sự nhưng phù hợp với hoàn cảnh truyền thông, biết cách kiểm soát hành động cá nhân cho phù hợp nhiệm vụ.

+ Chịu khó và kiên nhẫn, đặc biệt khi tiếp xúc với những người quá khích hoặc ngược lại, ngại thể hiện trước công luận, đám đông.

+ Khiêm tốn vì truyền thông là chia sẻ kinh nghiệm, ý tưởng chứ không phải là việc đi dạy công chúng. Học hỏi cộng đồng cũng là một yêu cầu quan trọng đối với truyền thông viên môi trường.

+ Biết cách xây dựng các sản phẩm truyền thông phù hợp với đối tượng truyền thông và với chi phí hợp lý.

- Truyền thông viên môi trường là người trực tiếp làm việc với công chúng. Để làm việc với công chúng có hiệu quả, truyền thông viên môi trường phải biết làm công tác dân vận - “dân vận khéo” thì dân sẽ nghe và làm theo.

- Dù truyền thông môi trường với mục tiêu cụ thể gì, truyền thông viên vẫn luôn là cầu nối giữa chính sách, chủ trương của Đảng và chính quyền với công chúng về lĩnh vực được truyền thông. Vì thế, truyền thông bao giờ cũng là một kiểu hoạt động chính trị, xã hội. Truyền thông viên môi trường phải có ý thức chính trị khi tác nghiệp, muốn vậy truyền thông viên môi trường phải có hiểu biết căn bản về hệ thống pháp luật trong lĩnh vực môi trường và bản lĩnh chính trị vững vàng. Vững vàng để ứng xử khéo léo và đúng đắn với mọi tình huống nảy sinh khi tác nghiệp.

5.3. Các kỹ năng cần có của người làm truyền thông môi trường

5.3.1. Giai đoạn chuẩn bị cho một chương trình truyền thông

- Tự kiểm tra và kiểm tra lẫn nhau về cơ sở kiến thức khoa học về vấn đề được truyền thông: đã hiểu đúng và đủ chưa về những vấn đề môi trường đang được bàn cãi (ví dụ: xói lở một đoạn bờ biển) cần nắm được các phương án

lý giải và xử lý khác nhau và không nên cực đoan theo phương án nào.

- Đối tượng truyền thông là ai (thành phần dân tộc, tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục, tập quán, nghề nghiệp, kinh tế, nhận thức...)? Khi chưa biết rõ cần phải tìm hiểu thêm càng kỹ càng tốt.

- Sản phẩm truyền thông có phù hợp với đối tượng truyền thông không? (Thử đưa sản phẩm này cho một số người để họ đánh giá).

- Kế hoạch truyền thông đã hợp lý và khả thi chưa? Đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt chưa? Kinh phí đã đủ chưa? Cần rà xét kế hoạch được đảm bảo kế hoạch khả thi và đã được phê duyệt. Cần dự báo các rủi ro và những tình huống có thể phát sinh khi triển khai kế hoạch truyền thông và lập phương án thích ứng. Cần đa dạng hoá các sản phẩm truyền thông và cách thức tiến hành.

5.3.2. Giai đoạn thực hiện truyền thông

- Khi chương trình truyền thông bắt đầu khởi phát, phải đi đến cùng và không thể bỏ dở. Vì vậy, giai đoạn này yêu cầu truyền thông viên môi trường tinh thần trách nhiệm, sự nhiệt tình và khả năng vượt khó, biết thích ứng tích cực trước các tình huống chưa dự tính hết.

- Biết dựa vào cộng đồng - đối tượng truyền thông, thu nhận và phân tích kỹ các phản hồi từ cộng đồng. Lãnh đạo cộng đồng và những người có uy tín trong cộng đồng là chỗ dựa của truyền thông môi trường, không bao giờ truyền thông viên môi trường cho phép mình tách rời và độc lập với đối tượng truyền thông.

5.3.3. Giai đoạn sau khi kết thúc truyền thông

- Lập báo cáo đánh giá và gửi báo cáo đến những nơi cần thiết, đặc biệt là cộng đồng được truyền thông (kèm theo lời cảm ơn về sự giúp đỡ).

- Rút kinh nghiệm, phân tích nguyên nhân và đề xuất hướng của chương trình tiếp theo.

- Chú ý vệ sinh môi trường sau khi tiến hành truyền thông (sau mỗi đợt trình diễn sân khấu, cắm trại, triển lãm... thường có nhiều rác thải).

- **Giới thiệu về Kỹ năng thuyết trình (Presentation Skills)**

• *Thuyết trình là gì?*

Theo nghĩa chung nhất: trình bày rõ ràng 1 vấn đề trước nhiều người.

Dưới góc độ phương pháp và cách thức trình bày 1 khối lượng nội dung (một cách sâu sắc, khái quát, hệ thống).

Dưới góc độ hình thức tổ chức: là một hình thức làm việc tập thể (người nói, người nghe, nội dung).

• *Thuyết trình liên quan đến vấn đề gì?*

- Người thuyết trình (diễn giả);
- Người nghe (khán giả, thính giả);
- Phương tiện hỗ trợ;
- Vốn kiến thức, kinh nghiệm sống;
- Các kỹ năng;
- Cách thức (phương pháp);
- Môi trường;
- Đặc điểm về nghề nghiệp, lứa tuổi, giới, vùng miền...

Các bước tiến hành một bài thuyết trình:

- Chuẩn bị;
- Mở bài;
- Thân bài;
- Kết luận.

Các lưu ý khi thuyết trình:

- Chuẩn bị;
- Cấu trúc bài thuyết trình:

+ Theo trật tự hàng ngang: (1) Nêu vấn đề; (2) Các giải pháp hiện nay; (3) Giải pháp mới

+ Theo trật tự hàng dọc: (1) Tổng quan vấn đề; (2) Vấn đề đang quan tâm; (3) Phương pháp giải quyết; (4) Dẫn đến các sự kiện; (5) Cách hiểu của chúng ta.

+ Dựa trên những nhận định khác nhau: (1) Theo lý thuyết ông X; (2) Theo ý kiến bà Y; (3) Có nghĩa là; (4) Cách hiểu mới như sau....

Sử dụng các phương tiện hỗ trợ thuyết trình:

- + Bảng viết
- + Bảng lật giấy
- + Máy chiếu...

Kết thúc bài trình bày:

- + Kết luận về nội dung đã trình bày
- + củng cố thông tin, kiến thức

6. Truyền thông môi trường - Thách thức và cơ hội

Ngày 17/8/2014 Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt "Định hướng Chiến lược Phát triển bền vững ở Việt Nam" (Chương trình nghị sự 21 của Việt Nam). Năm 2014, Luật BVMT đã được ban hành. Hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước về BVMT gồm: Bộ Tài nguyên và Môi trường; Cục BVMT và các Sở Tài nguyên và Môi trường ở địa phương cùng với những cơ quan quản lý khoa học, công nghệ và môi trường ở các Bộ, Ngành liên quan khác.

Trong quá trình phát triển, điều chỉnh và triển khai các kế hoạch quốc gia về môi trường và phát triển bền vững, vai trò của truyền thông môi trường và giáo dục môi trường cũng cần thiết phải được xem xét và phát triển một cách nghiêm túc, đầy đủ. Mục tiêu chung của giáo dục và truyền thông môi trường là khuyến khích và giúp đỡ, hỗ trợ các cá nhân và cộng đồng tham gia vào việc BVMT, bảo tồn thiên nhiên và đảm bảo sử dụng hợp lý và bền vững các nguồn tài nguyên thiên nhiên.

Các chính sách và luật pháp quốc gia chỉ được coi là thành công khi mỗi người dân ở các địa phương biết, hiểu và tham gia thực hiện nó. Chính những người dân và các cộng đồng địa phương nắm rất vững tình hình địa phương, những giá trị và nguyện vọng của họ trong thực tế của họ theo định hướng và chính sách quốc gia. Để đảm bảo sự nghiệp BVMT là sự nghiệp của toàn xã hội, quyền và trách nhiệm của cơ quan Nhà nước, tổ chức, hộ gia đình, cá nhân. Tổ chức, hộ gia đình, cá nhân gây ô nhiễm, suy thoái môi trường có trách nhiệm khắc phục, bồi thường thiệt hại và chịu các trách nhiệm khác theo quy định của pháp luật

thì các cơ quan Nhà nước, người dân, các tổ chức, đoàn thể... phải có những cuộc đối thoại, những thống nhất và quyết định chung.

Với góc độ nhìn nhận như vậy, các điều luật trong Luật BVMT được quy định mang tính nguyên tắc, cụ thể, chi tiết đối với địa phương thì vai trò của giáo dục, truyền thông môi trường lại càng trở nên quan trọng hơn. Quá trình truyền thông môi trường sẽ bền vững khi chính người dân quyết định tiến hành các hoạt động sau khi họ nhận lấy trách nhiệm và tự triển khai các hoạt động.

Trong bối cảnh như vậy các hoạt động truyền thông môi trường là một công cụ rất quan trọng cho các nhà quản lý môi trường, các cơ quan chính quyền, các đoàn thể xã hội cũng như các nhóm cộng đồng tổ chức khác khi họ muốn tham gia và góp phần mình vào triển khai có hiệu quả các chính sách môi trường quốc gia, địa phương mình.

Trong thực tế hiện nay ở nước ta, truyền thông là công cụ thiết yếu để đạt được mục tiêu xã hội hoá công tác BVMT. Tức là làm cho sự nghiệp BVMT thực sự là sự nghiệp của toàn dân, hay nói cách khác là làm cho người dân biết, hiểu về môi trường, thấy rõ được trách nhiệm và có những hành động đúng trong cuộc sống hàng ngày của mình. Để đảm bảo đạt được yêu cầu này đòi hỏi những cơ quan quản lý môi trường, những tổ chức xã hội... cần phải nhìn nhận truyền thông là một cách tiếp cận mang tính quy hoạch và hệ thống cao, trong đó bảo đảm sự tham gia của các nhân vật liên quan, có trách nhiệm và những người thụ hưởng.

Trong công tác quản lý môi trường, 3 nhóm công cụ quản lý chính là các nhóm công cụ "cứng" như nhóm công

cụ kinh tế, tài chính và các nhóm công cụ "mềm" như giáo dục, truyền thông điệp, thông tin, sử dụng các quan hệ xã hội... Trong quá trình thực hiện công tác quản lý môi trường, các nhà quản lý phải biết cách phối hợp một cách nhuần nhuyễn các công cụ này tùy theo thời kỳ, hoạt động và quy mô vấn đề để đạt được kết quả tốt nhất.

Các khó khăn của hoạt động truyền thông môi trường

- **Thông tin:** Điều 131 Luật BVMT năm 2014 quy định về "***công khai thông tin môi trường***" nhưng trên thực tế việc truy cập, khai thác và sử dụng các thông tin về môi trường và tài nguyên ở nước ta hiện nay còn gặp rất khó khăn do nhiều nguyên nhân. Các nguồn thông tin nhiều khi không ăn khớp với nhau, các nguồn thông tin nhiều khi quá chuyên môn, tản mạn, các cơ quan không chịu cung cấp. Việc cung cấp thông tin về môi trường và tài nguyên chưa được đặc biệt coi trọng. Các bản thông tin đơn giản phục vụ quần chúng còn quá ít.

- **Nhân sự:** Hiện tại cơ quan quản lý môi trường hầu như chưa có một đội ngũ cán bộ truyền thông có năng lực thực sự về truyền thông môi trường và giáo dục môi trường.

- **Phương tiện và tài chính:** Cùng với các khó khăn về nhân sự thì các phương tiện truyền thông cũng còn rất hạn chế. Ngân sách cho các hoạt động truyền thông môi trường còn ít, các đoàn thể quần chúng, các cơ quan khác có rất ít kinh phí để hoạt động truyền thông môi trường.

- **Phương pháp:** Phương pháp truyền thông chưa được sử dụng sinh động và phù hợp với các vùng địa lý khác nhau. Đặc biệt là *phương pháp trực quan hoá có sự cùng tham gia* chưa được sử dụng có hiệu quả trong các

chương trình nâng cao nhận thức về môi trường, các buổi truyền thông, đối thoại trực tiếp giữa tuyên truyền viên và cộng đồng.

• **Sự phối hợp hoạt động:** Hiện tại các cơ quan làm công tác quản lý môi trường cùng với các cơ quan truyền thông chưa có một cơ chế phối hợp hoạt động chặt chẽ, do vậy nhiều lĩnh vực thông tin bị bỏ qua, nhiều vấn đề lại được quan tâm quá mức bình thường. Nếu ta loại trừ các hoạt động truyền thông nội bộ trong từng cơ quan, thì tất cả các cơ quan đều thuộc hệ thống Nhà nước, đều nhằm thực hiện các văn bản luật pháp Nhà nước, đều nói về tài nguyên môi trường trên một diện tích lãnh thổ và quan trọng hơn là cho cùng một đối tượng đó là cộng đồng địa phương tại đơn vị lãnh thổ đó. Việc thiếu sự điều phối chung, rõ ràng sẽ dẫn đến sự lãng phí nguồn lực và nỗ lực của từng bên, nhiều khi đến mức vô lý.

• **Các vấn đề môi trường:** Các hoạt động truyền thông môi trường thường nhằm chủ yếu vào việc tập trung thay đổi thái độ hành vi của cá nhân, việc này đòi hỏi sự công bằng tương đối trong xã hội. Thế nhưng các vấn đề môi trường ở Việt Nam hiện nay có một số đặc điểm tạo ra những thách thức cho các hoạt động truyền thông:

+ Môi trường trường là lĩnh vực liên ngành và đa ngành, bao gồm một hệ thống tương tác của rất nhiều yếu tố: môi trường tự nhiên, môi trường xã hội nhân văn, môi trường kinh tế - công nghệ. Nếu đề cập riêng rẽ từng yếu tố có thể chỉ cần kiến thức của chuyên ngành liên quan, nhưng nếu phân tích trên bình diện môi trường lại đòi hỏi cách nhìn hệ thống có tính đến các lĩnh vực lân cận.

+ Sự ô nhiễm và suy thoái môi trường đang diễn ra hàng ngày và và tìm đâu cũng thấy, một trong những nguyên nhân của suy thoái và ô nhiễm môi trường - nhất là ở nông thôn là từ sự đói nghèo và thiếu hiểu biết của dân địa phương.

+ Các hiện tượng tiêu cực, ô nhiễm, suy thoái môi trường và tài nguyên thiên nhiên là kết quả của một quá trình tích tụ của nhiều hành động ở các cấp độ trong một thời gian dài, mà các vấn đề lịch sử thì khó có thể giải quyết triệt để được.

+ Người gây ô nhiễm và người hứng chịu tình trạng đó nhiều khi lại ở cách xa nhau về thời gian, về không gian do vậy rất khó tạo ra các cuộc đối thoại để giải quyết bằng truyền thông.

MỤC LỤC

TỪ VIẾT TẮT.....	5
------------------	---

PHẦN 1

HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN TIÊU CHÍ MÔI TRƯỜNG TRONG XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI

1. Hướng dẫn thực hiện Tiêu chí số 17 về môi trường và an toàn thực phẩm trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới giai đoạn 2016-2020	9
1.1. Chỉ tiêu 17.1. Tỷ lệ hộ sử dụng nước hợp vệ sinh và nước sạch theo quy định	9
1.2. Chỉ tiêu 17.2. Tỷ lệ cơ sở sản xuất - kinh doanh, nuôi trồng thủy sản, làng nghề đảm bảo quy định về BVMT	18
1.3. Chỉ tiêu 17.3. Xây dựng cảnh quan, môi trường xanh - sạch - đẹp, an toàn.....	24
1.4. Tiêu chí 1.4. Mai táng phù hợp với quy định và theo quy hoạch.....	36
1.5. Chỉ tiêu 17.5: Chất thải rắn trên địa bàn và nước thải khu dân cư tập trung, cơ sở sản xuất - kinh doanh được thu gom, xử lý theo quy định.....	51
1.6. Chỉ tiêu 17.6. Tỷ lệ hộ có nhà tiêu, nhà tắm, bể chứa nước sinh hoạt hợp vệ sinh và đảm bảo 3 sạch	73
1.7. Chỉ tiêu 17.7. Hộ chăn nuôi có chuồng trại chăn nuôi đảm bảo vệ sinh môi trường	81
1.8. Chỉ tiêu 17.8. Tỷ lệ hộ gia đình và cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm tuân thủ các quy định về đảm bảo an toàn thực phẩm.....	91
2. Hướng dẫn thực hiện tiêu chí về môi trường trong Bộ tiêu chí quốc gia về huyện nông thôn mới giai đoạn 2016-2020.....	105

PHẦN 2
KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG MÔI TRƯỜNG
VÀ LÀM VIỆC VỚI CỘNG ĐỒNG

1. Những vấn đề cơ bản trong công tác truyền thông và truyền thông môi trường	110
1.1. Truyền thông.....	110
1.2. Truyền thông môi trường.....	119
2. Kế hoạch truyền thông môi trường.....	125
3. Kỹ năng truyền thông và Tổ chức một chiến dịch truyền thông	156
3.1. Kỹ năng truyền thông	156
4. Các bước xây dựng Kế hoạch Truyền thông	171
5. Truyền thông viên môi trường.....	186
5.1. Đặc trưng nhiệm vụ truyền thông viên môi trường	187
5.2. Những yêu cầu đối với truyền thông viên môi trường	188
5.3. Các kỹ năng cần có của người làm truyền thông môi trường.....	189
6. Truyền thông môi trường - Thách thức và cơ hội.....	193

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

64 Bà Triệu - Hà Nội - ĐT: (84.04). 39434044 - 62631720

Fax: 04.39436024. Website: nxbthanhnien.vn; email:
info@nxbthanhnien.vn

Chi nhánh: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao,
Quận 1, TP. Hồ Chí Minh. ĐT: (08) 39305243

Tài liệu

**TUYÊN TRUYỀN VIÊN
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG
(CẤP XÃ)**

TRUNG ƯƠNG ĐOÀN TNCS HỒ CHÍ MINH

BAN THANH NIÊN NÔNG THÔN

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc - Tổng Biên tập: NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

Biên tập: TRẦN THỊ HƯƠNG

Bìa: MAI HƯƠNG

Trình bày: NGUYỆT LÊ

Sửa bản in thử: MINH HIẾU

ISBN:

In và gia công 1500 c, khổ 14,5 x 20,5 cm, tại Công ty TNHH Thương mại in bao
bì Tuấn Bằng, địa chỉ: Khu công nghiệp Thạch Thất, Huyện Quốc Oai, Hà Nội.

Số xác nhận ĐKXB: - 2018/CXBIPH/-/TN, theo QĐXB
số TN/NXBTN. In xong và nộp lưu chiểu năm 2018