



## Tiêu Điểm

Chịu trách nhiệm nội dung  
PHẠM HOÀNG NGÂN

Chịu trách nhiệm sản xuất  
LÊ HƯƠNG THẢO  
PHẠM THỊ THỦY

Thiết kế mỹ thuật  
NGUYỄN THÙY LINH

Đơn vị sản xuất  
TRUNG TÂM THÔNG TIN  
VIỆN CHÍNH SÁCH VÀ  
CHIẾN LƯỢC PTNNNT  
(AGROINFO-IPSARD)



TIN TỨC TRUYỀN THÔNG  
PHẢN HỒI THỊ TRƯỜNG  
ẢN TƯỢNG TRUYỀN THÔNG  
ĐIỂM SÁCH  
CÂU NÓI TRUYỀN THÔNG  
SỰ KIỆN

## **Chính thức cung cấp dịch vụ truyền hình theo yêu cầu - MyTV**

Từ 28/9/2009, VNPT chính thức khai trương dịch vụ truyền hình qua giao thức Internet - MyTV. MyTV nổi bật hơn hẳn so với truyền hình cáp, truyền hình truyền thống vì bạn có thể xem bất cứ chương trình nào mình yêu thích mà không bị lệ thuộc vào giờ phát sóng.

### **Xem gì ở MyTV?**

Hiện tại, MyTV cung cấp 32 kênh truyền hình với kho nội dung bao gồm hơn 1.000 giờ phim với nhiều nhiều thể loại như hình sự, kinh điển, tâm lý của các nước khác nhau, hơn 1.500 bản audio, 1.500 video clip, 500 bài karaoke, 100 game; cùng các dịch vụ thông tin về thị trường nhà đất, chứng khoán, giá vàng, ngoại tệ, kết quả xổ số... dịch vụ tiếp thị truyền hình (giới thiệu sản phẩm, giá cả, địa điểm mua sắm đồ điện, điện tử, nội thất, thời trang...).

Trong thời gian qua VNPT đã nâng cấp hạ tầng mạng toàn diện cho việc triển khai dịch vụ MyTV và đã xúc tiến kí kết hợp đồng hợp tác với các đối tác cung cấp nội dung có bản quyền trong và ngoài nước xây dựng kho nội dung phong phú và hấp dẫn.

Trong thời gian tới các nội dung trên MyTV sẽ liên tục được cập nhật thường xuyên để tạo ra sự mới mẻ và thu hút khách hàng. Bên cạnh đó theo kế hoạch MyTV sẽ tiếp tục phát triển các dịch vụ trên hệ thống IPTV như: VoiIP, Điện thoại truyền hình, chatting...

### **Sử dụng MyTV?**

MyTV là do Công ty VASC - đơn vị được VNPT giao chủ thể cung cấp tới khách hàng dựa trên công nghệ IPTV (Internet Protocol Television), tín hiệu truyền hình được chuyển hóa thành tín hiệu IP, truyền qua hạ tầng mạng băng thông rộng của VNPT đến thiết bị đầu cuối STB (Set - top - box) của khách hàng.

Trước mắt, MyTV sẽ cung cấp tới khách hàng ở 3 thành phố lớn: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, sau thời gian khoảng 1 tháng, MyTV sẽ tiếp tục triển khai phục vụ khách hàng trên phạm vi toàn quốc.

Để sử dụng MyTV, khách hàng phải trang bị bộ giải mã STB, đi kèm là một thiết bị “remote control”. Remote không chỉ thực hiện các chức năng điều khiển từ xa thông thường mà còn tích hợp các tính năng như: xem lịch chương trình truyền hình, đặt lịch xem theo sở thích, tạo album riêng, chatting (trò chuyện), voting (bình chọn)...

Với công nghệ IPTV có thể xem được trên cả máy tính và ti vi với chất lượng âm thanh, hình ảnh theo tiêu chuẩn SD, cao hơn nhiều so với Internet. MyTV tiện dụng bởi sự đa dạng của nhiều loại hình dịch vụ như: Dịch vụ truyền hình - LiveTV ; Truyền hình theo yêu cầu - **My TVoD**; Dịch vụ lưu

trữ - **My Recording**; Dịch vụ phim truyện - **My Film**; Âm nhạc - **My Music**; Sóng phát thanh trực tuyến - **My Radio**,....

## Khuyến mại đặc biệt!

Đặc biệt trong 6 tháng đầu kể từ thời điểm khai trương, VNPT tặng miễn phí 5.000 STB, giảm giá 50% cho 12.000 STB, đồng thời miễn phí lắp đặt, miễn cước sử dụng dịch vụ cho khách hàng trong vòng 3 tháng. Có nhiều gói cước dịch vụ để khách hàng lựa chọn: 35.000 đồng/STB/tháng; 50.000 đồng/STB/tháng; gói Full Option và Full Option HD với mức giá 110.000 đồng/STB/tháng và 125.000 đồng/STB/tháng.

## Phản hồi khách hàng

*Việc khai trương dịch vụ truyền hình MyTV đánh dấu nỗ lực to lớn của VNPT nhằm đa dạng hoá các dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Với tốc độ phát triển mạnh mẽ của mạng Internet băng thông rộng như hiện nay và nhu cầu thưởng thức các dịch vụ giải trí của khách hàng ngày càng cao là xu hướng tất yếu, MyTV của VNPT chắc chắn sẽ phát triển “bùng nổ” trong thời gian tới.*

*Chất lượng MyTV? MyTV gọi theo đúng tên là IPTV, sử dụng giao thức Internet qua ADSL để truyền tải tín hiệu. Trên thế giới đã có dịch vụ này và ở Việt Nam cũng đã có dịch vụ ITV của FPT Telecom. Qua một thời gian sử dụng dịch vụ tôi thấy dịch vụ rất hay, đặc biệt là truyền hình xem lại. Với MyTV bạn không những xem truyền hình trên tivi mà còn có thể xem một số kênh trên máy tính chất lượng âm thanh và hình ảnh tốt, tốc độ đường truyền tốt không ảnh hưởng nhiều đến chất lượng dịch vụ ADSL. Nhưng cũng có vài khuyết điểm như giá cả còn đắt, số lượng phim yêu cầu ít và đa số là phim cũ. Liệu MyTV của VNPT có giải quyết được bài toán này? ( daoduykhoa85@yahoo.com )*

## PHẢN HỒI THỊ TRƯỜNG

# Trang trại sợ thông tin!

Trong giới làm ăn, nếu một người có thông tin sớm hơn người khác thì có thể kiếm bực tỷ, ai thiếu thông tin thì sẽ trở nên lạc hậu. Nhưng từ khi dịch cúm gà xảy ra, thì các trang trại rất sợ thông tin, vì mỗi khi đài báo nói về dịch bệnh hay công bố có dịch thì lại có hàng loạt các trang trại bị phá sản, mặc dù gia súc gia cầm của họ không có bệnh. Phần lớn khán giả và bạn đọc của đài báo chẳng hiểu biết gì về thú y, dịch bệnh, nên họ sẽ làm theo đài báo như một cái máy. Khi nghe đài báo nói về dịch cúm, lập tức ngày mai sẽ không ăn thịt gà và những chế phẩm có liên quan, mặc dù được chế biến từ mấy tháng trước. Nổi bất hạnh lập tức đổ lên đầu những con gà vô tội và ông chủ của nó. Trang trại dựa chủ yếu vào vốn quay vòng từ bán thịt ra để mua thức ăn gia súc vào, trại nhỏ thì mỗi ngày cần 10 triệu

đồng, trại lớn thì cần hàng trăm triệu. Chỉ cần 1 tháng thì hụt vốn lên đến vài tỷ đồng. Có người bỏ gia súc gia cầm chết đói, rồi làm thịt gà lớn cho gà bé ăn để cầm cự.

Nên tôi thiết nghĩ đài báo hãy cẩn thận khi đưa những thông tin mang tính chất nhạy cảm như dịch bệnh trên đàn gia súc gia cầm ra trước công chúng và phải làm thế nào cho những người có trình độ văn hoá thấp nhất cũng hiểu được tận gốc vấn đề, tránh gây thiệt hại kinh tế của nhà nước và nhân dân.

**Lê Văn Hán – thôn An Duyên, Tô Hiệu, Thường Tín, Hà Nội. ĐT: 0915 433 546**

“Gia đình tôi đã bao đời nay sống và làm ruộng. Hiện gia đình tôi đã mở rộng sản xuất, chăn nuôi và dịch vụ, thu hoạch hàng năm lên tới hàng trăm triệu đồng. Nhưng sau khi trừ đi chi phí rồi thiên tai dịch bệnh thì chẳng còn được là bao, đời sống vẫn còn thấp.

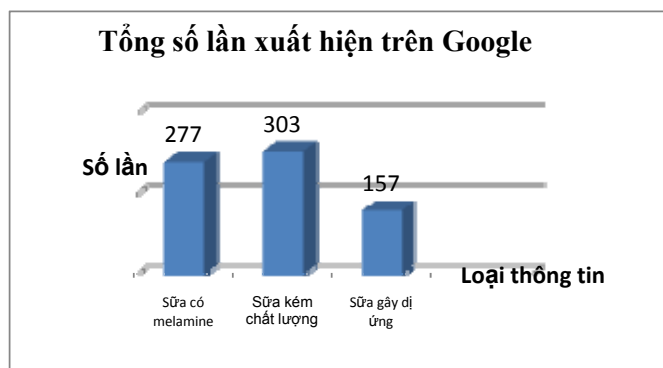
Điều tôi muốn bày tỏ rằng: Khi có dịch bệnh xảy ra với gia súc gia cầm thì thông báo ngay cho cán bộ thú y các cấp để cán bộ xuống hộ chăn nuôi giúp phòng trừ. Không nên thông báo trên các kênh TV, loa đài, báo chí, nhiều lần thông báo dịch nhưng nạn dịch vẫn còn ở đâu đâu, không phải địa bàn mình nhưng người dân nghe được thì lập tức dừng không mua sản phẩm. Tư thương nghe được, ép giá làm cho nông hộ ứ đọng. Nông dân lại phải chịu thiệt đơn thiệt kép”.

**Nguyễn Khắc Minh, SN 5, ngõ 46, đường Nguyễn Gia Thiều, khối Xuân Trung, phường Hưng Dũng, TP Vinh, Nghệ An, SĐT: 038 3524 325**

## ẤN TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

### Thị trường sữa và bài toán truyền thông

Trên thị trường hiện nữa, sữa đã trở thành một sản phẩm quen dùng của người dân Việt Nam với nhu cầu ngày càng gia tăng. Tuy nhiên trong thời gian gần đây có rất nhiều thông tin gây rối loạn thị trường sữa như: vụ sữa có chứa melamine, vụ sữa Dutch lady gây dị ứng cho trẻ và nhiều thông tin về sữa kém chất lượng khác. Báo chí không ngừng đăng tin về tác hại của những hiện tượng này đến người sử dụng

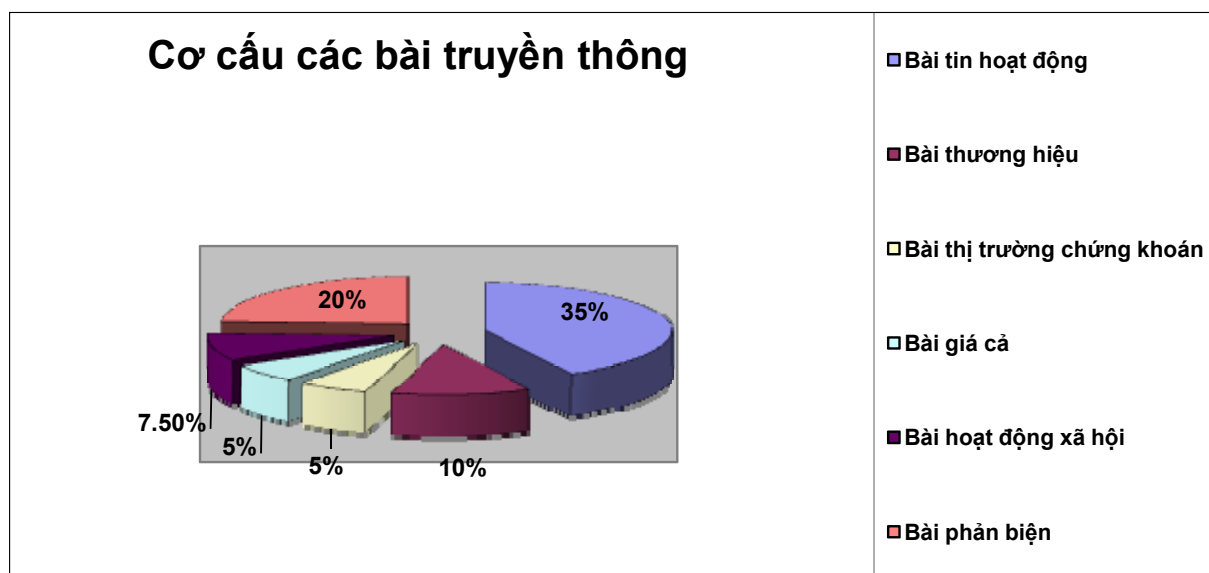


Trước những thông tin trên, các doanh nghiệp sản xuất sữa ở Việt Nam đã có gặp nhiều khó khăn, để vượt qua những biến động này, ngoài việc đảm bảo chất lượng sản phẩm các doanh nghiệp còn phải chú trọng giải quyết bài toán truyền thông để nhanh chóng gây dựng lại uy tín trong lòng người tiêu dùng

Nổi bật trong các doanh nghiệp sữa làm truyền thông đó phải kể đến thương hiệu Vinamilk. Sự xuất hiện liên tục trên các kênh truyền thông đã đem lại cho thương hiệu Vinamilk sức lan tỏa lớn. Tần suất xuất hiện lớn nhất của Vinamilk là trên các trang báo điện tử, sau đó đến kênh truyền hình với chuyên mục quảng cáo. Trên các báo giấy Vinamilk cũng đẩy mạnh truyền thông, tuy nhiên mức độ thấp hơn.

Trong năm 2008, hoạt động truyền thông có tầm ảnh hưởng lớn nhất của Vinamilk là đã chủ động gửi mẫu của tất cả nguyên vật liệu đầu vào cũng như thành phẩm, kể cả dòng sản phẩm sữa tươi 100% sử dụng nguyên liệu sữa tươi trong nước đến Trung tâm Dịch vụ Phân tích Thí nghiệm Tp.HCM để kiểm tra. Kết quả thu được từ các kiểm nghiệm này là không có chất melamine trong bất kỳ nguyên liệu và thành phẩm của Vinamilk. Sự chủ động này của Vinamilk đã nhận được sự ủng hộ của tất cả mọi người tiêu dùng sữa trên thị trường.

Năm 2009 trước khủng hoảng của nền kinh tế nước nhà cùng với sự biến động của thị trường, Vinamilk tiếp tục đẩy mạnh hoạt động truyền thông. Mặc dù chi phí cho hoạt động này bị cắt giảm hơn năm 2008 nhưng với một chiến lược đánh đúng tâm lý người tiêu dùng, Vinamilk vẫn khẳng định được vị trí của mình trên thị trường sữa nội. Theo kết quả tổng kết trên Google.com, tổng số các bài viết truyền thông viết về Vinamilk từ đầu năm 2009 đến nay là 40 bài thuộc nhiều chủ đề theo cơ cấu và tỷ trọng như sau:



Trong tháng 9/2010, Vinamilk được giới truyền thông nhắc đến nhiều nhất chính là việc khánh thành trang trại bò sữa lớn nhất tại Việt Nam. Có khoảng 183 trang báo điện tử đã đưa tin hoặc trích nguồn về thông tin này, trong đó có rất nhiều báo lớn như: Tuổi trẻ, Lao Động, Diễn đàn Doanh nghiệp, VOV News, Hà Nội mới... Trong chiến dịch truyền thông, Vinamilk luôn hướng tới những hoạt động có mức độ lan tỏa mạnh: từ việc gây dựng một clip quảng bá ấn tượng, đến việc thực hiện các hoạt động

xã hội được cộng đồng quan tâm nhiều nhất và đặc biệt là các thông tin chứng minh về chất lượng, phản hồi lại những luồng dư luận xôn xao trên thị trường.

Cùng với Vinamilk, công ty cổ phần sữa Mộc Châu cũng đẩy mạnh hoạt động truyền thông, nhưng mức độ tin bài thấp hơn của Vinamilk. Sự kiện nổi bật nhất là cuộc thi Hoa hậu bò sữa do công ty phối hợp tổ chức đã gây được tiếng vang lớn, hơn 140 tin bài đã đăng tải về thông tin này trên các trang báo và diễn đàn điện tử. Cuộc thi đã được đông đảo công chúng chú ý đến thương hiệu sữa Mộc Châu.

## ĐIỂM SÁCH

Trong xã hội hiện đại ngày nay, truyền thông là một quá trình chia sẻ thông tin hữu hiệu nhất. Nó được nhắc đến trong hầu khắp các lĩnh vực, các phương thức thực hiện cũng đã được cụ thể hoá trong nhiều ấn phẩm trên thị trường. Trong nông nghiệp vấn đề truyền thông cũng đã được một số các đơn vị quan tâm thực hiện, tuy nhiên để quy chuẩn thành một hoạt động chuyên nghiệp thì mới chỉ gần đây khi cuốn sách Truyền thông nông nghiệp nông thôn nông dân của tác giả Phạm Hoàng Ngân và nhóm đồng nghiệp được xuất bản. Nhóm phóng viên chúng tôi đã có buổi trao đổi thú vị với một trong số các tác giả của cuốn sách, Bà Phạm Hoàng Ngân, Phó Giám đốc Trung tâm thông tin, Viện Chính sách và Chiến lược phát triển Nông nghiệp nông thôn (AGROINFO-IPSARD).

**- Thưa bà Phạm Hoàng Ngân, thực hiện hoạt động truyền thông trong nông nghiệp nông thôn từ khá lâu bà có đánh giá gì về hoạt động này? Nó đã góp phần thế nào vào sự nghiệp phát triển nông nghiệp của người dân?**

Thời gian 5 năm thì cũng dài, nhưng cũng chẳng thấm tháy gì so với các anh, chị cùng viết cuốn sách này cả. Nhưng điều may mắn là tôi được tiếp cận trong công việc từ nhiều khía cạnh, có lúc là người trực tiếp làm thông tin, có khi lại trong vai trò là tư vấn cho các đơn vị xây dựng sản phẩm, mạng lưới thông tin, hoặc có lúc đi nghiên cứu hiệu quả và tác động của truyền thông thông tin. Cho đến nay ở Việt Nam truyền thông nông nghiệp nông thôn được Nhà nước quan tâm nhiều, đầu tư cả cơ sở hạ tầng, cả về nội dung và hình thức thể hiện, thực sự đã đi được vào đời sống của bà con.

Thời gian 5 năm thì cũng dài, nhưng cũng chẳng thấm tháy gì so với các anh, chị cùng viết cuốn sách này cả. Nhưng điều may mắn là tôi được tiếp cận trong công việc từ nhiều khía cạnh, có lúc là người trực tiếp làm thông tin, có khi lại trong vai trò là tư vấn cho các đơn vị xây dựng sản phẩm, mạng lưới thông tin, hoặc có lúc đi nghiên cứu hiệu quả và tác động của truyền thông thông tin. Cho đến nay ở



Việt Nam truyền thông nông nghiệp nông thôn được Nhà nước quan tâm nhiều, đầu tư cả cơ sở hạ tầng, cả về nội dung và hình thức thể hiện, thực sự đã đi được vào đời sống của bà con.

Bây giờ, bà con không những xem truyền hình, học cách làm giàu, mà các gương bà con sản xuất giỏi đã tự tin xuất hiện trên truyền hình, để trao đổi, hướng dẫn lại về kinh nghiệm sản xuất làm kinh tế. Đây thực sự là sự thay đổi tư duy đột phá về hình thức thể hiện. Trong nghiên cứu về nhu cầu truyền thông gần đây mà IPSARD vừa thực hiện, bà con đánh giá, một trong những kênh trao đổi thông tin hiệu quả là những thông tin do chính bà con trong cộng đồng nói cho nhau nghe đấy!

Hơn nữa, công nghệ tiến vũ bão, hoạt động truyền thông nông nghiệp nông thôn có những bước nhảy vọt, với chiếc điện thoại di động, bà con giờ đây không chỉ dùng để liên lạc, mà đã dùng để nhắn tin hỏi đáp về thông tin thị trường rồi. Khởi đầu là sáng kiến của Viettel với mạng nhắn tin thông tin thị trường cho bà con, chắc chắn rồi sẽ mở rộng hơn nữa, sang các lĩnh vực khác như chính sách, giáo dục, việc làm..., bà con sẽ có nhiều cơ hội hơn nữa.

Đây là câu chuyện ở miền xuôi, đồng bằng, còn ở miền núi, vùng sâu, vùng xa, mặc dù nguồn lực đầu tư cho truyền thông thông tin cho đồng bào dân tộc miền núi nhiều, nhưng quả thực hiệu quả đối với dân thì còn rất khiêm tốn, do nhiều khó khăn quá, trở ngại về địa lý, về trình độ... Riêng với khu vực này, chắc hẳn cần

**- Phải chăng chính từ những kinh nghiệm thực tiễn vốn có đó mà bà đã nảy sinh ra ý tưởng viết cuốn sách này. Liệu còn lý do gì khác nữa không ạ?**

Thực ra, trong hai năm vừa qua, sản xuất nông nghiệp, thị trường nông sản, cuộc sống nông thôn đang trong một giai đoạn biến đổi không ngừng. Trong bối cảnh đó, thông tin lẽ ra phải thực sự là công cụ tiếp sức. Thông tin nông nghiệp nông thôn còn quá nhiều điều cần nói, và cần được thể hiện bằng nhiều hình thức khác nhau, để làm sao chuyển tải được trúng nhu cầu và kịp thời hơn nữa.

- Trong quá trình viết cuốn sách cũng như trong quá trình thực hiện hoạt động truyền thông nông nghiệp nông thôn bà đã gặp phải những khó khăn gì?

Nhìn chung thì không có, chúng tôi cùng nhau viết mà, mỗi người một vẻ thể hiện kiến thức của mình, mặc dù vậy, đây cũng chỉ là cuốn sách tham khảo đầu tiên, như cuốn sách vỡ lòng ngày xưa, hồi đầu tiên đi học.

**- Bà đánh giá thế nào về nhu cầu thông tin của người dân, liệu họ đã sử dụng thông tin một cách hiệu quả hay chưa?**

Có thể nói thông tin sử dụng còn lãng phí lắm. Đặc biệt là tin truyền hình. Một chương trình dù sâu sắc, hay và ý nghĩa đến thế nào, thì cũng chỉ phát được vài lần (cả phát song và phát lại trên các

kênh). Trong khi đó, để làm được một chương trình chuyên đề 25 phút, anh em lăn lộn vài ngày trời, có khi đến cả tuần. Báo thì đỡ hơn chút ít, một tờ báo còn được đọc đi đọc lại

Ngoài ra, cung cấp thông tin và phương tiện hỗ trợ thông tin như thế nào cũng là chuyện cần nói, và liên quan đến đặc trưng vùng miền. Ở Nam bộ, bà con dân tộc Khơ Me thường tập trung ở các chùa, chùa là nơi sinh hoạt tinh thần, văn hóa của bà con. Vì thế nếu ở đây có báo để bà con đọc thì sẽ rất hiệu quả, hoặc tốt hơn, nên có 1 đường truyền internet và có người hỗ trợ bà con kỹ thuật lướt web ở đây thì càng tốt hơn nữa.

**- Bà có đề xuất gì để nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông nông nghiệp hiện nay để đưa thông tin đến đúng đối tượng cần thiết một cách chính xác và kịp thời?**

Đề xuất thì nhiều lắm. Có lẽ mời đọc giả xem sách của chúng tôi, và chia sẻ thêm với chúng tôi nhé. (Cười)

Xin chân thành cảm ơn bà về những chia sẻ thú vị trên. Chúc bà luôn luôn mạnh khỏe và có nhiều đóng góp tích cực hơn nữa trong sự nghiệp truyền thông nông nghiệp nông thôn!

## IPSARD VỚI TRUYỀN THÔNG

### **🚩 Hãng tin Thomson Reuters phỏng vấn GD AGROINFO nhân ngày Lương thực thế giới - 16/10 (15-10-2009)**

Nhân kỷ niệm ngày Lương thực thế giới - 16/10, phóng viên Hãng tin Thomson Reuters đã phỏng vấn Thạc sĩ Phạm Quang Diệu, Giám đốc AGROINFO.

Thạc sĩ Phạm Quang Diệu đã khẳng định về những thành tựu to lớn của Việt Nam phát triển sản xuất nông nghiệp và đảm bảo An ninh lương thực. Chỉ trong vòng 4 năm 1985-1989, sản lượng lúa đã tăng thêm 3,1 triệu tấn, biến Việt Nam từ một nước thiếu đói phải nhập khẩu hàng năm 600 ngàn đến 1 triệu tấn, đến năm 1989 xuất khẩu 1,4 triệu tấn gạo.



Hãng tin Thomson Reuters là nhà cung cấp dịch vụ thông tin thị trường, tư vấn tài chính hàng đầu thế giới. Hãng này được thành lập khi Tập đoàn báo chí Thomson (Canada) mua lại Hãng tin Reuters.

### **🚩 15/10/09: Hội thảo “Xây dựng chương trình ưu tiên nghiên cứu kinh tế chính sách nông nghiệp nông thôn vùng cao năm 2010” tại Điện Biên**





Nhằm góp phần nâng cao chất lượng nghiên cứu chính sách phát triển kinh tế miền núi và đời sống người dân, phản ánh nguyện vọng của người hưởng thụ chính sách, giải quyết những vướng mắc về chính sách phát triển nông nghiệp nông thôn vùng cao, ngày 15/10/09 tại Điện Biên, Viện chính sách chiến lược phát triển Nông nghiệp nông thôn đã tổ chức hội thảo “Xây dựng chương trình ưu tiên nghiên cứu kinh tế

chính sách nông nghiệp nông thôn vùng cao năm 2010”.

Mục đích của Hội thảo là để tham vấn thông tin và ý kiến từ các nhà hoạch định chính sách ở Trung ương và địa phương, các nhà nghiên cứu kinh tế chính sách vùng cao, các cá nhân tổ chức liên quan nhằm xác định nghiên cứu chính sách, chuẩn bị xây dựng chương trình nghiên cứu cụ thể trong năm 2010.

Với mục đích và ý nghĩa như vậy chương trình hội thảo đã thu hút được nhiều kênh truyền thông đưa tin từ địa phương đến Trung ương, từ loại hình báo chí đến truyền hình. Đặc biệt có sức lan tỏa thông tin lớn nhất là tin về chuyến làm việc của đoàn ở Điện Biên đã được phát sóng trong chương trình thời sự tối ngày 19-10-2009 và chương trình Nông thôn ngày tối ngày 29-10 của kênh VTV1 – Đài truyền hình Việt Nam.

#### **✚ Dấu ấn đối thoại chính sách tháng 10: IPSARD với bản tái định cư mẫu Si Pa Phìn**

Bên lề Hội thảo “Xây dựng chương trình ưu tiên nghiên cứu kinh tế chính sách nông nghiệp, nông thôn vùng cao năm 2010”, IPSARD đã có chuyến thực địa ở huyện Mường Chà, Mường Ảng, Điện Biên, thuộc tỉnh Điện Biên...

Tại bản tái định cư mẫu Si Pa Phìn, đoàn cán bộ của IPSARD đã cùng làm việc với nhân dân trong bản, lắng nghe những ý kiến, nguyện vọng, ghi nhận những khó khăn của nhân dân đang trong hành trình “an cư lạc nghiệp”. Nhiều cơ quan truyền thông đã cùng IPSARD đối thoại với nhân dân: VTV1, Đài Truyền hình Điện Biên, Báo điện tử Điện Biên Phủ.

Bản tái định cư Si Pa Phìn là một bản “hình mẫu tiên phong” của chương trình tái định cư nhân dân vùng lòng hồ thủy điện Sơn La. Tại đây có hơn 200 hộ người Thái định cư đã gần 6 năm. Mặc dù đã được đầu tư nhiều tỷ đồng, thực hiện 4 công trình thủy lợi, nhưng không mang lại hiệu quả thiết thực. Hiện chỉ đáp ứng được 10% nhu cầu. Không làm tốt thủy lợi, đất đai bị hoang hóa. Đặc biệt, đồng bào thiếu nước sinh hoạt để dùng. Thiếu việc làm, nhân dân phải sang Lào buôn bán để kiếm tiền. Cuộc sống đang gặp nhiều khó khăn.



VTV và IPSARD cùng ghi nhận những khó khăn của nhân dân thuộc bản tái định cư Sĩ Pa Phìn



Các công trình thủy lợi không phát huy hiệu quả, đất đai bị hoang hóa



Nhân dân chúng tôi gặp khó khăn trong vấn đề thủy lợi, thiếu nước sinh hoạt...



Đành phải đào ao trữ nước phục vụ cho đời sống hằng ngày



Hay tự giải quyết khó khăn bằng các giếng khoan, máy bơm...



Đoàn cán bộ IPSARD làm việc với lãnh đạo địa phương. Ghi nhận ý kiến từ nhiều phía...



Ghi nhận ý kiến nhân dân...

Cuộc đối thoại với nhân dân Si Pa Phìn đã được VTV phát sóng trên chương trình thời sự lúc 19h, ngày 19/10/2009. VTV1 tiếp tục phát sóng các câu chuyện nông thôn, ghi nhận ở Điện Biên, vào Chương trình Nông thôn Ngày nay, 21h 45', ngày 29/10/2009.

## SỰ KIỆN THÁNG 11

- ✚ Hội thảo Tăng cường năng lực truyền thông và thông tin cho cộng đồng  
Trung tâm hữu nghị cộng đồng Nam Định, 5/11/2009, từ 13h00-16h00  
Đơn vị tổ chức: Trung tâm bảo vệ môi trường biển và phát triển cộng đồng (MCD)
- ✚ Hội thảo triển vọng ngành lúa gạo và nông sản 2010  
Khách sạn Golf, Thành phố Cần Thơ, 24/11/2009, từ 8h-12h00  
Đơn vị tổ chức: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, chi nhánh Cần Thơ
- ✚ Tọa đàm trực tuyến Chính sách và Thị trường lúa gạo  
Tòa soạn báo Sài Gòn Times, Cần Thơ, 24/11/2009, từ 14h-17h  
Khách mời: TS.Đặng Kim Sơn, Viện trưởng Viện Chính sách và Chiến lược PTNNNT, TS. Võ Hùng Dũng, Giám đốc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, chi nhánh Cần Thơ, Ông Trương Thanh Phong, Chủ tịch Hội Lương thực Việt Nam

