

Chuyện ông Bảy và chiếc radio cũ kỹ

XÍCH LÔ - LÊ MINH HOAN

*“Học bằng tai, làm bằng
tay, nhớ bằng bụng.”*

Câu chuyện về ông Bảy...

Ở một xã vùng sâu bên kia con kênh Xáng Cụt, có ông Bảy, năm nay ngoài bảy mươi, râu bạc như bụi rạ tháng chạp. Ông sống một mình, nuôi mấy công lúa, giữ cái ao cá nhỏ sau nhà. Không smartphone, không Facebook. Chỉ có một cái radio cũ kỹ phát tiếng rồn rảng mỗi sáng, đặt gần bộ ván nằm.

Người ta kêu ông lạc hậu. Nhưng lạ lắm, mùa nào ông cũng có lúa tốt. Cá trong ao ít bệnh. Chuồng gà sạch sẽ thơm mùi trấu mới. Ai cũng hỏi: “Ông học ở đâu vậy?”. Ông cười: “Nghe mấy cái phát thanh kỹ thuật sáng sớm á. Mỗi ngày có chút à, mà hiểu cái nào làm cái đó”.



**Hai thế hệ, hai phương tiện,
một tinh thần chung:
HỌC - HIỂU - LÀM**

Thì ra, trạm khuyến nông xã phối hợp với trạm truyền thanh, phát tin kỹ thuật mỗi sáng qua loa truyền thanh. Những thông tin thì do Trung tâm Khuyến nông Quốc gia biên soạn gửi về cho Khuyến nông Tỉnh, rồi từ đó chuyển về cho trạm truyền thanh xã. Không nhiều, nhưng vừa đủ để một người nông dân không chữ nghĩa nhiều vẫn có thể “học bằng tai - làm bằng tay - nhớ bằng bụng”.

Còn ở đầu xã, có cậu Phong, mới ngoài hai mươi, học cao đẳng nông nghiệp về mở mô hình trồng rau thủy canh.

Phong không nghe radio. Nhưng ngày nào cũng nhận tin nhắn Zalo từ nhóm kỹ thuật HTX: “Hôm nay trời ẩm, nhớ kiểm tra độ ẩm giá thể”, “Ai gặp nấm trắng nhớ chụp hình gửi để chuyên gia hỗ trợ”. Cậu vừa xem, vừa quay video ngắn về mô hình của mình, đăng lên fanpage HTX. Clip được khuyến nông tỉnh chia sẻ lại, lan ra đến tận các tỉnh khác.

“Mình đừng chỉ đi truyền bá kiến thức. Hãy đi gieo niềm tin”

Truyền thông kỹ thuật không còn là áp phích dán tường, tờ rơi chồng đống, lớp tập huấn đọc một chiều rồi thôi. Truyền thông hôm nay là khi nông dân thấy mình trong câu chuyện. Là khi cô Năm phun thuốc đúng giờ đỡ tốn nửa tiền, chú Ba học được cách xử lý rơm mà không nhọc công. Là khi sân đình, hội quán trở thành sân khấu kể chuyện kỹ thuật bằng tiểu phẩm cười ra nước mắt.

Kỹ thuật cần cảm xúc để bén rễ. Hình ảnh cần chất đời để gieo niềm tin. Thông tin cần đi bằng nhiều con đường, đường truyền thanh, đường video, đường kịch bản, đường chia sẻ.

Mấy anh chị khuyến nông thường nói với nhau: “Mình đừng chỉ đi truyền bá kiến thức. Hãy đi gieo niềm tin”. Bà con đâu phải không muốn thay đổi. Chỉ là họ chưa gặp cách truyền thông hợp với tần số của họ.

Bữa nay, khuyến nông không chỉ đi cùng gùi, đi qua kênh, mà còn đi bằng sóng điện thoại, bằng radio cũ, bằng mạng xã hội, bằng tấm lòng muốn người ta hiểu và làm được.

Truyền thông khuyến nông, cũng như tình cảm, không thể ép. Chỉ có thể thấm từ từ, bằng hình ảnh chân thật, bằng lời nói chân tình, bằng câu chuyện chân chất. Và rồi một sáng nào đó, có người nông dân sẽ tự hỏi: “Cái đệm lót sinh học làm sao hả Tư?”, “Thuốc hôm qua phun sớm, hôm nay bắt đầu có hiệu quả rồi...”.

Lúc ấy, chúng ta không cần nói gì nhiều nữa.

Vì bà con đã nói lại với nhau.

Và đó mới là truyền thông thành công nhất.

Truyền thông khuyến nông hiện đại



“Kỹ thuật cần cảm xúc để bén rễ. Hình ảnh cần chất đời để gieo niềm tin.”

Và câu chuyện của cô Hoà...

Người ta hay kể về ông Bảy, người học bằng radio. Nhưng ít ai kể về cô Hoà, cán bộ khuyến nông xã, người mỗi sáng đạp xe ra trạm mở nút phát thanh, rồi tối lại quay video bà con nuôi heo sạch để gửi về tỉnh. Điện thoại cô không đời mới, sóng mạng chập chờn, nhưng cô có thứ quan trọng hơn cả 4G, đó là tấm lòng không ngại lặp đi lặp lại.

Cô Hoà từng rút nước mắt khi thấy một bà cụ nghe phát thanh, rồi loay hoay tìm cháu nội nhờ chỉ lại “3 bước làm đệm lót sinh học trong chuồng gà”. Cô không nổi tiếng trên mạng xã hội, không được mời đi tọa đàm truyền thông, nhưng từng video cô quay tay, run run mà chân thật, đã đến được với những người tưởng chừng không thể chạm tới.

*“Bà con nghe một lần chưa hiểu thì nói hai lần, ba lần. Miễn sao sau đó họ làm được”,
“Em đâu cần bà con nhớ tên mình. Chỉ mong bà con nhớ cách trộn phân đúng cũng đủ rồi”.*

Rồi có những đội truyền thông trẻ ở HTX mới lập...

Các bạn ấy là con của nông dân, từng bỏ ruộng đi học, nay về lại làng, tự xưng là “người kể chuyện nông thôn kiểu mới”. Họ không viết báo cáo dài. Họ dựng video ngắn 2 phút, có phụ đề, có nhạc nhẹ nhàng, có giọng kể của chính nông dân, để một “câu chuyện kỹ thuật” thành một “lát cắt cuộc đời”.

Và chợt nhận ra...

Truyền thông trong khuyến nông không nằm ở độ phân giải video, không nằm ở số lượt chia sẻ, mà nằm ở sự thấu hiểu tần số của nông dân.

Có người hiểu bằng tai (radio),

Có người hiểu bằng mắt (video),

Có người hiểu bằng trò chuyện miệng (tiểu phẩm),



Có người hiểu bằng trải nghiệm thật (thử nghiệm mô hình).

Có người chỉ bắt đầu hiểu khi... người con trong nhà kể lại bằng một giọng nhẹ nhàng: “Má ơi, làm kiểu này là sạch hơn, tiết kiệm hơn...”.

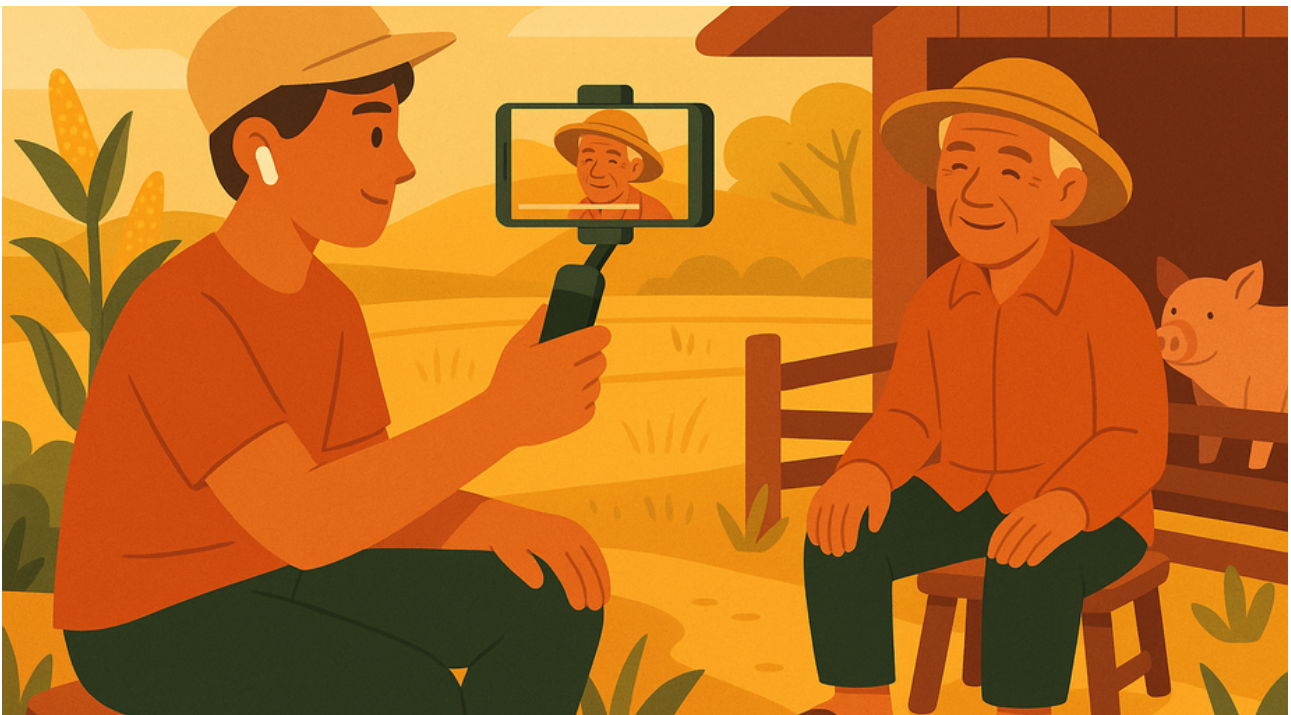
Những lời trái lòng...

Truyền thông là gieo. Gieo đúng hạt, đúng mùa, đúng đất, rồi mới hy vọng nảy mầm.

Truyền thông khuyến nông không chỉ là phổ biến kỹ thuật. Mà là khơi gợi sự tự tin.

Bà con không sợ cái mới. Họ chỉ sợ mình không làm được.

Nên, hãy nói bằng ngôn ngữ đời thường. Đừng giảng như chuyên gia, hãy kể như một người từng trải. Đừng mang cả giáo trình lên video, hãy mang một nụ cười, một ánh mắt tin cậy.



Ngày nào đó, khi không còn ai nhắc đến cụm từ “truyền thông đa phương tiện”, mà chỉ còn những người nông dân tự tin nói: “Giờ cái này tui tui biết rồi. Dễ à. Coi một lần là làm được”.

Thì khi đó, chúng ta đã thành công. Không phải bằng một chiến dịch lớn, mà bằng những chuyển động nhỏ - đều đặn - đầy yêu thương.

Chúng ta hãy cùng nhau đi kể chuyện và thắp lại niềm tin. Vì bà con xứng đáng được tiếp cận tri thức có cảm xúc chứ không chỉ là kỹ thuật trường lớp.

XÍCH LÔ - LÊ MINH HOAN