

BÁO CÁO PHÂN TÍCH VÀ LẬP BẢN ĐỒ ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU

CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG NÂNG CAO NHẬN
THỨC CỘNG ĐỒNG VỀ CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG

2024

Báo cáo này do liên danh gồm Art Times, Công ty Cổ phần Truyền hình Cáp Hà Nội (Hà NộiCab) và Công ty Tư vấn Đầu tư Năng lượng và Môi trường (E3 Việt Nam) thực hiện theo hợp đồng đã ký kết với UNOPS (Văn phòng Dịch vụ Dự án Liên Hợp Quốc). Báo cáo không nhất thiết phản ánh quan điểm của UNOPS, những người được đề cập trong lời cảm ơn hoặc trích dẫn.

Nội dung của báo cáo này không được phép sao chép toàn bộ hoặc một phần, phân phối dưới bất kỳ hình thức nào cho tổ chức hoặc cá nhân khác mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của cả liên danh và UNOPS.

Liên danh không chịu trách nhiệm pháp lý về tổn thất hoặc thiệt hại phát sinh từ nội dung, quan điểm được trình bày trong báo cáo đối với bất kỳ bên thứ ba nào.

LỜI CẢM ƠN

CÁC ĐỐI TÁC CHÍNH

Đối tác Chuyển dịch Năng lượng Đông Nam Á, Văn phòng Dịch vụ Dự án của Liên Hợp Quốc

Tầng 14, 208 Tòa nhà Lumpini số 208 Wireless Road, Bangkok 10330, Thái Lan

+66 988 321 614

etp@unops.org

<https://www.energytransitionpartnership.org/>

Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Việt Nam

6B Hoàng Diệu, Quán Thánh, Ba Đình Hà Nội, Việt Nam

<https://www.mpi.gov.vn/>

NHÓM THỰC HIỆN

Trưởng nhóm và Tác giả chính: Hoàng Dự

Chuyên gia: TS. Natalia Nikokosheva, TS Lê Thành Ý, Ths Trần Văn Tùng, Ths Nguyễn Thị Hải Yến, Ths Phạm Ngọc Thắng, Nguyễn Minh Phong

Nhóm thực hiện xin gửi lời cảm ơn tới sự hỗ trợ từ *Bộ Kế hoạch và Đầu tư* (MPI) và *Đối tác Chuyển dịch năng lượng Đông Nam Á* (ETP).

Đặc biệt, chúng tôi xin chân thành cảm ơn các ý kiến chỉ đạo từ: Ông Lê Tuấn Anh, Vụ trưởng Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ; Ông Phạm Minh Hùng, Phó Vụ trưởng Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ; ông Nguyễn Mạnh Sơn, Trưởng Nhóm Điện thuộc Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ; và Ths Nguyễn Ngọc Thủy, Điều phối viên Quốc gia ETP. Ngoài ra, chúng tôi cũng gửi lời cảm ơn tới các ý kiến đóng góp quý báu từ PGS.TS Phùng Chí Sỹ (Giám đốc Trung tâm Công nghệ Môi trường kiêm Phó Chủ tịch Hiệp hội bảo vệ Thiên nhiên và Môi trường Việt Nam phía Nam), TS Lê Xuân Nghĩa (Thành viên Hội đồng Tư vấn chính sách Tài chính và Tiền tệ Quốc gia), TS Lê Doãn Hợp (Nguyên Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông), TS Nguyễn Sĩ Dũng (Nguyên Phó Chủ nhiệm Văn phòng Quốc hội), TS Lê Đăng Doanh (Nguyên Giám đốc Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung Ương), ông Hoàng Hữu Lượng (Nguyên Vụ trưởng Vụ Báo chí), ông Nguyễn Anh Tuấn (Phó Chủ tịch thường trực kiêm Tổng thư ký Hiệp hội Năng lượng Việt Nam), và các cơ quan báo chí Trung ương, Hà Nội và TP Hồ Chí Minh.

NỘI DUNG

Giới thiệu	16
Bối cảnh của dự án.....	18
Vai trò, hình thức và loại hình giao tiếp	20
Phương pháp luận	24
Quy trình thu thập dữ liệu và các thông số chính.....	24
Phương pháp và thông số phân tích dữ liệu.....	28
Những phát hiện đáng chú ý từ các hội thảo tham vấn.....	29
Sự tham gia thực tế và sẵn sàng tham gia	30
Kiến thức và sở thích về các chủ đề chuyển đổi năng lượng	31
Mục tiêu đề xuất cho chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng.....	34
Nền tảng truyền thông được đề xuất	35
Sẵn sàng thay đổi hành vi thông qua giao tiếp	36
Thông tin chi tiết từ các cuộc thảo luận về lòng tự do.....	37
Khuyến nghị chung.....	40
Những phát hiện đáng chú ý từ khảo sát toàn quốc.....	43
Đặc điểm nhân khẩu - xã hội	44
Sự tham gia thực tế và sẵn sàng tham gia	44
Kiến thức và sở thích về các chủ đề chuyển đổi năng lượng	46
Tùy chọn nội dung trong các chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng.....	52
Các kênh truyền thông được sử dụng thường xuyên	55
Rào cản ảnh hưởng đến việc tiếp cận thông tin liên quan đến chuyển đổi năng lượng	58
Những phát hiện chính từ hội thảo tham vấn và khảo sát.....	62
Lập bản đồ và phân tích đối tượng cũng như các chiến lược chuyển tiếp	69



Tóm tắt chung

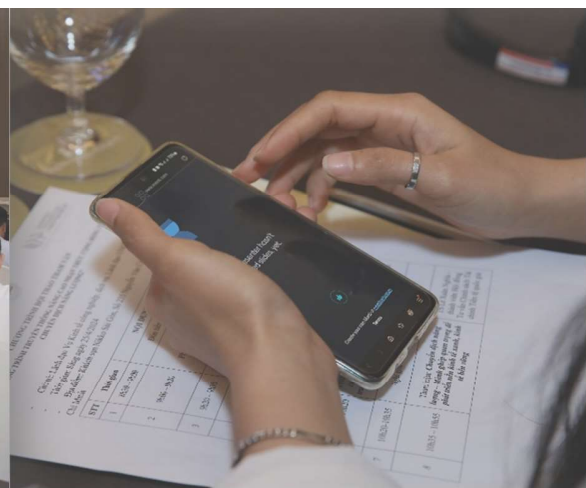
Quá trình chuyển đổi năng lượng của Việt Nam không chỉ hướng đến yếu tố môi trường bền vững, mà còn cả an sinh xã hội và nâng cao nhận thức cộng đồng thông qua việc đảm bảo sự tham gia toàn diện của người dân. Theo đó, cách tiếp cận công bằng và bình đẳng đóng vai trò quan trọng đảm bảo lợi ích bao trùm, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đối với các cá nhân và cộng đồng. Việc chính phủ tập trung ưu tiên vào cách tiếp cận này nhấn mạnh tầm quan trọng đảm bảo lợi ích mang tính công bằng, bền vững trong quá trình chuyển đổi năng lượng.

Hiện Việt Nam đang phải đối mặt với một số thách thức trong quá trình chuyển đổi năng lượng, bao gồm việc hài hòa mục tiêu về phát triển kinh tế xanh với các hoạt động sử dụng nhiên liệu hóa thạch hiện hữu, cũng như xóa bỏ những quan niệm chưa đúng và cách tiếp cận có phần còn bị động trong chuyển đổi năng lượng. Điều này đòi hỏi phải kết hợp vai trò đồng bộ của chính sách và khuyến khích sự tham gia tích cực của người dân. Đồng thời, duy trì vai trò của cộng đồng và chiến lược lấy con người làm trung tâm có ý nghĩa quan trọng để đạt được các mục tiêu về phát triển kinh tế xã hội.

Hiện nay, việc tiếp cận thông tin liên quan đến năng lượng giữa các thành phần trong xã hội còn chưa đồng đều, qua đó cần có chương trình truyền thông chủ động. Các chiến lược truyền thông phù hợp sử dụng ngôn ngữ để tiếp cận và cách tiếp cận chiến dịch bao trùm là điều cần thiết để đảm bảo mọi thành phần trong xã hội Việt Nam được hưởng lợi một cách công bằng từ các hoạt động sử dụng năng lượng bền vững.

Dự án hỗ trợ kỹ thuật "**Chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng**", thuộc chương trình hợp tác giữa Chương trình Đối tác Chuyển dịch Năng lượng Đông Nam Á (ETP) và Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ (DISE), Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI), nhằm mục đích nâng cao nhận thức của người dân liên quan đến quá trình chuyển dịch năng lượng. Liên danh gồm Thời báo Văn học Nghệ thuật (Art Times), Công ty Cổ phần Truyền hình Cáp Hà Nội (HanoiCab) và Công ty Tư vấn Đầu tư Năng lượng và Môi trường (E3 Việt Nam) được chọn làm đối tác thực hiện hỗ trợ kỹ thuật này.

Để đảm bảo hiệu quả của chương trình truyền thông, chúng tôi đã tiến hành lập bản đồ và phân tích toàn diện các đối tượng mục tiêu. Quá trình này nhằm đảm bảo các chiến lược triển khai phù hợp với nhu cầu và ưu tiên của từng nhóm mục tiêu khác nhau. Thông qua việc hiểu rõ đặc thù của từng nhóm đối tượng mục tiêu, chúng tôi sẽ lên kế hoạch triển khai chương trình truyền thông một cách hiệu quả, hướng đến việc truyền tải thông điệp phù hợp, cách thức giải quyết các rào cản và thúc đẩy hỗ trợ cho các sáng kiến năng lượng tái tạo từ nhiều bên, bao gồm chính phủ, khu vực tư nhân, cộng đồng và khu vực công.



Chúng tôi đã tổ chức hai hội thảo tham vấn tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, cũng như khảo sát trên toàn quốc để thu thập thông tin chi tiết. Quá trình này đã thu hút sự tham gia tích cực của các bên liên quan và đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo thành công của chương trình truyền thông trong giai đoạn triển khai.

1. **Hội thảo tư vấn:** Khuôn khổ chương trình có bao gồm các cuộc thảo luận và khảo sát tương tác nhằm xác định các rào cản và ưu tiên đối với các chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển đổi năng lượng. Những đại biểu tham gia hội thảo, bao gồm đại diện cơ quan chính phủ, giới học thuật, khu vực tư nhân, báo chí và hiệp hội... đều rất tích cực trong việc chia sẻ quan điểm và đề xuất về quá trình chuyển dịch năng lực, bao gồm cả vấn đề truyền thông.
2. **Khảo sát:** Chúng tôi đã tiến hành khảo sát ở quy mô toàn quốc, nhận được 516 phản hồi, góp phần hiểu rõ hơn nhận thức của người dân, những vướng mắc và mức độ quan tâm đến chuyển dịch năng lượng. Cách tiếp cận định lượng này mang tính bổ sung cho những hiểu biết định tính được ghi nhận từ các hội thảo, mang đến cái nhìn toàn diện về cảm nhận của công chúng, cũng như sự sẵn sàng tham gia các sáng kiến năng lượng tái tạo.

Quá trình tham vấn và khảo sát xoay quanh các nội dung sau:

- i. Quan điểm và thái độ của người dân liên quan đến các sáng kiến chuyển dịch năng lượng
- ii. Mức độ quan tâm trong việc tham gia sáng kiến chuyển dịch năng lượng sau chương trình
- iii. Kiến thức về lĩnh vực năng lượng
- iv. Chủ đề ưa thích
- v. Thói quen sử dụng truyền thông
- vi. Cách thức trình bày ưa thích
- vii. Đối tượng mục tiêu được đề xuất
- viii. Kỳ vọng về chương trình truyền thông nâng cao nhận thức
- ix. Rào cản tiếp thu thông tin

Liên quan đến phân tích dữ liệu, chúng tôi đã phân loại các kết quả dựa trên những nội dung này để thiết kế chương trình truyền thông cộng đồng. Ngoài ra, chúng tôi phân tầng dữ liệu theo giới tính (nam và nữ) để xác định xem giới tính có ảnh hưởng đến hành vi và ưu tiên của các cá nhân liên quan đến thói quen sử dụng truyền thông và chuyển đổi năng lượng hay không. Phân tích của chúng tôi cho thấy giới tính không ảnh hưởng lớn đến hành vi của những người tham gia nghiên cứu. Do đó, việc phân rõ giới tính trong quá trình thiết kế chương trình truyền thông là không cần thiết.

Từ các hội thảo tham vấn và khảo sát, chúng tôi rút ra những phát hiện chính sau:

QUAN ĐIỂM VÀ THÁI ĐỘ CỦA NGƯỜI DÂN LIÊN QUAN ĐẾN CÁC SÁNG KIẾN CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG

Các đại biểu tham gia hội thảo đã trình bày quan điểm về lợi ích của năng lượng tái tạo, đồng thời xác định sự cần thiết phải tiếp tục hoàn thiện thể chế và phát triển cơ sở hạ tầng nhằm thúc đẩy quá trình chuyển dịch năng lượng. Cuộc khảo sát cho thấy công chúng chưa hoàn toàn hiểu rõ các khái niệm chuyển dịch năng lượng chuyển dịch năng lượng. Do đó cho thấy sự cần thiết phải nâng cao nhận thức của người dân.

MỨC ĐỘ QUAN TÂM THAM GIA CÁC SÁNG KIẾN CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG SAU CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG

Duy trì sự quan tâm của công chúng sau khi kết thúc chương trình truyền thông phụ thuộc vào việc truyền tải hiệu quả thông điệp về các lợi ích về kinh tế cũng như tác động lâu dài. Những câu chuyện thành công và trường hợp điển hình được đánh giá là những động lực thúc đẩy hiệu quả, cho dù một bộ phận người dân cho rằng họ vẫn cần thêm các thông tin trước khi đưa ra quyết định.

Kiến thức về năng lượng

Các ý kiến tham vấn tại hội thảo và kết quả khảo sát đều nhấn mạnh sự cần thiết phải tiếp tục nâng cao kiến thức của các đối tượng mục tiêu và công chúng, đặc biệt là về các khung chính sách và công nghệ năng lượng tái tạo. Điều này đòi hỏi các giải pháp truyền thông có mục tiêu nhằm cung cấp hiệu quả các thông tin hữu ích và hỗ trợ chính quyền đưa ra quyết sách hiệu quả.



CHỦ ĐỀ ƯA THÍCH

Các đại biểu bày tỏ sự quan tâm đến những chủ đề thiết thực như khai thác tài nguyên tái tạo và công nghệ năng lượng sạch. Mặc dù sự ủng hộ của công chúng đối với năng lượng tái tạo là không phải bàn cãi, nhưng mức độ quan tâm khác nhau giữa các chủ đề cho thấy cần cách tiếp cận đa dạng và chọn lọc.



THỐI QUEN

Chiến lược truyền thông hiệu quả bao gồm việc sử dụng kết hợp các phương tiện truyền thông truyền thống để tiếp cận rộng rãi đối tượng người dân, đồng thời tận dụng các nền tảng kỹ thuật số để thu hút nhiều đa dạng các thành phần trong xã hội, đặc biệt là giới trẻ. Truyền hình, báo điện tử và mạng xã hội nổi lên như những kênh chính để phổ biến thông tin, được điều chỉnh để đáp ứng thói quen sử dụng truyền thông khác nhau.

CÁCH TRÌNH BÀY NỘI DUNG ƯA THÍCH

Thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận về các câu chuyện thành công, truyền cảm hứng, cùng cách thể hiện trực quan là ý kiến chung của những người tham gia khảo sát. Công chúng muốn tiếp cận các nội dung mang tính thực tiễn, cho thấy việc cần tập trung đưa ra những nội dung, kiến thức cụ thể về

các lợi ích trong việc sử dụng năng lượng tái tạo.



ĐỀ XUẤT CÁC ĐỐI TƯỢNG MỤC TIÊU

Các phân khúc đối tượng chính được xác định bao gồm các cơ quan chính phủ, doanh nghiệp tư nhân, tổ chức giáo dục, cơ quan địa phương, các nhà báo, phóng viên, và công chúng. Mỗi nhóm yêu cầu các chiến lược truyền thông phù hợp với nhu cầu cụ thể và mức độ tham gia tương ứng.

KỶ VỌNG VỀ CHƯƠNG TRÌNH NÂNG CAO NHẬN THỨC CÔNG CỘNG

Các đại biểu tham gia nhấn mạnh tầm quan trọng của các chiến dịch truyền tải thông tin hữu ích nhằm làm rõ các lợi ích về sức khỏe, môi trường và kinh tế. Cách tiếp cận đa chiều kết hợp những kiến thức kỹ thuật, khuyến nghị thực tế và các ví dụ điển hình sẽ đóng vai trò quan trọng thúc đẩy sự tham gia tích cực hơn của công chúng.

RÀO CẢN TIẾP NHẬN THÔNG TIN

Các rào cản chính ngăn cản người dân tiếp cận thông tin hiệu quả bao gồm thông tin sai lệch, độ phức tạp về kỹ thuật và thiếu hướng dẫn dễ tiếp cận. Việc giải quyết những thách thức này đòi hỏi phải có chiến lược truyền thông minh bạch giúp đơn giản hóa thông tin phức tạp và tạo dựng niềm tin giữa các bên liên quan.

Bảng dưới đây cung cấp thông tin phân tích và phân loại đối tượng chi tiết dựa trên các thông số chính. Phân tích toàn diện này nhằm cung cấp thông tin cho việc lên kế hoạch và thực hiện các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng phù hợp với nhu cầu và sở thích cụ thể của từng nhóm đối tượng mục tiêu. Thông qua việc hiểu rõ và giải quyết những thách thức và xác định được ưu tiên đặc thù của từng nhóm đối tượng khác nhau, chúng tôi có thể nâng cao hiệu quả chương trình truyền thông và tinh chỉnh nội dung chương trình phù hợp. Quá trình lập bản đồ đối tượng cũng góp phần tăng mức độ tương tác và nhận thức của người dân với chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng.

Bảng tổng hợp phân tích đối tượng mục tiêu

Thông số	Các cơ quan chính phủ	Doanh nghiệp tư nhân	Người có ảnh hưởng trong cộng đồng	Cơ sở giáo dục	Truyền thông, báo chí	Công chúng
Đặc trưng	Bao gồm các quan chức chính phủ các cấp từ TƯ tới địa phương.	Bao gồm các tập đoàn lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ và các công ty khởi nghiệp.	Những nhân vật có ảnh hưởng trong cộng đồng địa phương	Trường học, cao đẳng và đại học	Phóng viên, nhà báo làm việc trong các cơ quan báo chí	Các thành phần đa dạng trong xã hội với mức độ quan tâm và hiểu biết khác nhau về chuyển dịch năng lượng.
Nhận thức hiện tại	Cần tăng cường nhận thức và nắm rõ các chính sách liên quan đến năng lượng trong các cơ quan chính phủ, đặc biệt là cấp địa phương.	Hạn chế về nhận thức khiến việc áp dụng rộng rãi các thực hành bền vững về chuyển dịch năng lượng còn hạn chế.	Ghi nhận mức độ gia tăng về nhận thức, nhưng vẫn đối mặt với hạn chế về môi trường pháp lý và cơ sở hạ tầng.	Tăng mức độ quan tâm đến nâng cao kiến thức về năng lượng tái tạo nhưng đòi hỏi phải có chương trình giảng dạy mang tính hệ thống và toàn diện.	Mức độ kiến thức khác nhau về các khía cạnh trong chuyển dịch năng lượng; tần suất đưa tin bài không nhất quán do phụ thuộc vào xu hướng thông tin từng thời điểm	Đa số chưa tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng; một bộ phận không nhỏ chưa hiểu rõ về khái niệm chuyển dịch năng lượng.

Mức độ quan tâm tham gia	Cần thông tin rõ ràng, cụ thể về lợi ích trong ngắn, dài hạn và cơ hội kinh tế để duy trì mức độ quan tâm trong dài hạn.	Làm nổi bật lợi ích tài chính và mô hình hoạt động có thể thúc đẩy việc áp dụng rộng rãi hơn các giải pháp năng lượng tái tạo.	Yếu tố về sức khỏe và môi trường như giảm ô nhiễm không khí và lợi ích kinh tế từ đảm bảo an ninh năng lượng là mối quan tâm chính.	Duy trì sự tương tác thông qua các chương trình nâng cao kiến thức và khuyến khích tham gia vào các dự án chuyển dịch năng lượng.	Quan tâm đến các câu chuyện có liên hệ tới lợi ích cộng đồng, nội dung đặc thù mới mẻ, có tác động lớn trong xã hội	Có xu hướng sẽ tham gia tích cực vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng trong tương lai, nhưng đòi hỏi cần nhiều thông tin hơn để đưa ra quyết định
Kiến thức năng lượng	Cần đào tạo toàn diện về những lợi ích năng lượng tái tạo và hàm ý chính sách liên quan, cùng với những chương trình đào tạo trực quan.	Yêu cầu tập trung chiến lược vào giáo dục và ý nghĩa thực tế của việc chuyển đổi năng lượng đối với hoạt động kinh doanh, ví như chuỗi cung ứng, cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM), tiêu chí ESG	Cần các chương trình giáo dục mục tiêu để nâng cao kiến thức, kĩ năng, từng bước tham gia tích cực vào các sáng kiến chuyển đổi năng lượng	Yêu cầu nền tảng kiến thức, hiểu biết nâng cao để lồng ghép vào các chương trình giáo dục và truyền thông	Cần những thông tin rõ ràng, cô đọng, và cơ hội tiếp cận những nguồn thông tin, báo cáo chuyên sâu, chính xác về những chủ đề liên quan đến chuyển dịch năng lượng	Thu hẹp khoảng cách kiến thức và nâng cao hiểu biết của công chúng là rất quan trọng để tham gia hiệu quả.

Chủ đề ưa thích	Chính sách, quy định, đầu tư và	Đổi mới sáng tạo và công nghệ, phương thức sản xuất hiện đại, quản lý rủi ro kinh doanh, chuỗi cung ứng, tài chính, thương mại	Lợi ích sức khỏe và môi trường, tác động tới cộng đồng, các dự án năng lượng tái tạo cấp địa phương	Năng lượng tái tạo, giáo dục, công nghệ năng lượng sạch, khoa học môi trường, phát triển bền vững	Những câu chuyện mang thông tin, dữ liệu hữu dụng, chủ đề từ góc nhìn nhân sinh, phát triển công nghệ, tác động chính sách	Nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng, giao thông xanh, thay đổi lối sống, quy định và chính sách
Thói quen sử dụng truyền thông	Các phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) đảm bảo phạm vi tiếp cận rộng khắp	Nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội) để tạo các nội dung mang tính thu hút và thúc đẩy tương tác, đối thoại	Phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) và các sự kiện sinh hoạt cộng đồng để đảm bảo phạm vi tiếp cận ở cấp địa phương	Nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội, cổng thông tin trực tuyến) dành cho giáo dục tương tác và truyền tải nội dung hấp dẫn	Thường xuyên cập nhật các báo cáo chuyên ngành, thông cáo báo chí, cập nhật thông tin từ nhiều nguồn và truyền thông số	Phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) để tiếp cận rộng rãi công chúng, nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội) để thu hút giới trẻ

Các cách thức trình bày nội dung ưa thích	Thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận; các trường hợp điển hình; câu chuyện thành công; kinh nghiệm quốc tế	Những ví dụ điển hình cho thấy lợi ích về tài chính và mô hình hoạt động; các ứng dụng thực tế	Những câu chuyện thành công, có tác động đến cộng đồng, ứng dụng thực tế, nội dung trực quan và tương tác.	Các module học, công cụ tương tác, nghiên cứu trường hợp thực tế, câu chuyện thành công, nội dung trực quan như video và đồ họa thông tin.	Các thông tin dữ liệu ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích, thông cáo báo chí, infographic	Thông tin cơ bản, rõ ràng; những gợi ý thiết thực; chủ đề đa dạng; kinh nghiệm quốc tế; ví dụ thực tế từ cuộc sống, trình bày trực quan
Rào cản tiếp cận thông tin	Thông tin sai lệch; sử dụng thuật ngữ mang tính chuyên môn khó hiểu, dài dòng, thiếu thông tin dễ tiếp cận	Thiếu tin tưởng vào các công nghệ mới, ngần ngại vì sự phức tạp, khó khăn trong tiếp cận thông tin	Thông tin sai lệch và thuật ngữ kỹ thuật phức tạp dễ tạo ra sự nhầm lẫn, khó hiểu. Hạn chế trong việc tiếp cận thông tin rõ ràng, ngắn gọn	Thiếu chương trình giảng dạy mang tính hệ thống và nguồn lực giành cho giáo dục về năng lượng tái tạo. Thuật ngữ kỹ thuật tạo ra rào cản trong việc tiếp cận, tìm hiểu thông tin	Các chủ đề phức tạp, hạn chế trong việc tiếp cận các nguồn tin đáng tin cậy, hạn chế về nguồn lực, kiến thức, nhân lực trong việc đưa tin chuyên sâu	Khó khăn trong việc tiếp cận thông tin, thiếu thời gian, quan niệm về vấn đề phức tạp, và thiếu sự quan tâm cản trở việc tiếp nhận thông tin.

Chiến lược tương tác	Cung cấp thông tin rõ ràng, minh bạch và hỗ trợ cá nhân hóa. Cung cấp các hướng dẫn chính sách mang tính ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích. Tương tác thông qua các nền tảng báo chí chính thống	Sử dụng phương thức truyền thông dựa trên thông tin cụ thể, rõ ràng, nêu bật các lợi ích hữu hình để xây dựng lòng tin và sự ủng hộ. Cung cấp các ví dụ thực tế.	Đơn giản hóa thông tin phức tạp, sử dụng ngôn ngữ đơn giản và cung cấp các ví dụ thực tế. Tương tác thông qua nội dung hướng vào cộng đồng	Phát triển chương trình giáo dục toàn diện và cung cấp các tài nguyên để tiếp cận. Đơn giản hóa các khái niệm phức tạp bằng cách sử dụng các phương tiện trực quan và công cụ tương tác.	Tạo điều kiện tiếp cận phòng vấn chuyên gia, cung cấp các tài liệu dễ hiểu, súc tích cho báo chí, tạo điều kiện tiếp cận các thông tin, dữ liệu độc quyền, tổ chức các khóa đào tạo về chủ đề năng lượng	Cung cấp thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận bằng ngôn ngữ đơn giản. Sử dụng kết hợp phương thức truyền thông truyền thống và kỹ thuật số để tiếp cận nhiều thành phần trong xã hội. Đơn giản hóa các khái niệm phức tạp và làm nổi bật các lợi ích thiết thực
-----------------------------	--	--	--	--	--	---

Dựa trên các đề xuất cụ thể cũng như kết quả phân tích và lập bản đồ đối tượng mục tiêu, chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng sẽ sử dụng các phương pháp tiếp cận **đa dạng một cách chiến lược để tối đa hóa tác động**.

Thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, chương trình sẽ tận dụng truyền hình, phát thanh, báo chí và mạng xã hội để đảm bảo nội dung có thể tiếp cận tới đa mọi thành phần trong xã hội. Cách tiếp cận toàn diện này sẽ góp phần nâng cao kiến thức chung và nhận thức về tính cấp thiết của việc chuyển đổi sang các nguồn năng lượng bền vững.

Hơn nữa, chương trình còn áp dụng cách tiếp cận thông qua sử dụng thông tin, dữ liệu rõ ràng, minh bạch, nhằm nâng cao nhận thức và hiểu biết của cộng đồng về các khía cạnh về kĩ thuật, kinh tế và môi trường trong lĩnh vực năng lượng. Với những thông tin có sẵn, dễ tiếp cận, chúng tôi đảm bảo thông tin chính xác và tin cậy thông qua cách trình bày đa dạng như infographic, video và sản phẩm báo chí.

Chúng tôi cũng lồng ghép các **nguyên tắc truyền thông thay đổi hành vi**. Ngoài việc cung cấp thông tin, cách tiếp cận này còn nhằm mục đích truyền cảm hứng và thúc đẩy việc thay đổi thói quen tiêu thụ năng lượng của công chúng. Thông điệp nhấn mạnh vào lợi ích của năng lượng tái tạo và các bước hành động mà mỗi cá nhân có thể thực hiện.

Ngoài ra, bằng cách sử dụng các kỹ thuật thúc đẩy sự tham gia của xã hội, chương trình tạo môi trường cho cộng đồng tham gia tích cực vào quá trình chuyển đổi năng lượng. Chúng tôi đã tiến hành các hội thảo tham vấn và tương tác với các bên liên quan để đảm bảo sự tham gia rộng rãi và tạo sự đồng thuận trong cộng đồng đối với các giải pháp năng lượng tái tạo.

Ở bước tiếp theo, chúng tôi sẽ lập một kế hoạch hành động chi tiết về truyền thông chuyển dịch năng lượng, nêu rõ các mục tiêu, chiến lược, nội dung đề xuất, và nền tảng truyền thông. Kế hoạch sẽ đóng vai trò như một lộ trình thực hiện các chiến lược truyền thông có mục tiêu và mang tác động rộng rãi nhằm thu hút và huy động sự tham gia của công chúng vào các giải pháp năng lượng bền vững.



GIỚI THIỆU



Chuẩn dịch năng lượng là một xu thế toàn cầu nhằm giảm phát thải khí nhà kính và hạn chế tác động của biến đổi khí hậu đối với trái đất vào giữa thế kỷ này. Báo cáo về quá trình chuyển dịch năng lượng toàn cầu năm 2023 của Cơ quan Năng lượng tái tạo quốc tế (IRENA) dự đoán nhu cầu nhiên liệu hóa thạch toàn cầu sẽ giảm đáng kể trong ba mươi năm tới, dự kiến từ khoảng 80% xuống còn 55% hoặc ít hơn trong tổng tỷ trọng năng lượng sơ cấp vào năm 2050. Sự thay đổi này sẽ được thúc đẩy bởi xu hướng tăng trưởng nhanh chóng của các nguồn năng lượng tái tạo, bao gồm tua bin gió, tấm pin mặt trời và pin xe điện. Thỏa thuận COP28 nhấn mạnh tính cấp bách của quá trình chuyển đổi này, kêu gọi tăng gấp ba lần công suất năng lượng sạch được lắp đặt lên ít nhất 11.000 gigawatt (GW) vào năm 2030.

Quá trình chuyển dịch năng lượng không chỉ mang lại lợi ích cho môi trường mà còn tập trung vào đảm bảo an sinh xã hội. Đặc biệt, đối với các nền kinh tế đang chuyển dịch từ nhiên liệu hóa thạch, quá trình này sẽ khuyến khích vào việc thúc đẩy sự tham gia toàn diện và cập nhật kiến thức cho người dân. Chính phủ Việt Nam cũng nhấn mạnh đến sự cần thiết phải có cách tiếp cận công bằng và bình đẳng, đảm bảo lợi ích được phân bổ công bằng, rộng rãi, và giảm thiểu những tác động tiêu cực tiềm ẩn đối với các cá nhân, cộng đồng và khu vực.

Tuy nhiên, giải quyết những thách thức giữa một nền kinh tế xanh đang trên đà phát triển và các hoạt động sử dụng nhiên liệu hóa thạch hiện hữu, trong khi vẫn bảo vệ sinh kế của một bộ phận người dân là một thách thức cấp bách. Trong khi quá trình chuyển dịch năng lượng hứa hẹn tạo ra hàng triệu việc làm mới, một số trở ngại đang ngăn cản quá trình này như những quan niệm chưa chính xác và cách tiếp cận còn thụ động. Để quá trình chuyển dịch năng lượng thành công sẽ đòi hỏi cách tiếp cận tổng hòa từ chính sách đến hành động, trong đó xác định người dân có vai trò trọng yếu trong quá trình này. Chính vì vậy, việc đảm bảo sự hỗ trợ mạnh mẽ của cộng đồng và áp dụng chiến lược lấy con người làm trung tâm là rất quan trọng để tối đa hóa sang kiến tạo việc làm và tăng cường phát triển kinh tế - xã hội. Điều quan trọng là phải đảm bảo rằng mọi tiếng nói đều được lắng nghe và các nhóm bị ảnh hưởng có thể tiếp cận công bằng với các lợi ích của từ việc áp dụng năng lượng sạch.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại những khác biệt đáng kể về mức độ nhận thức, mà lý do chính đến từ việc tiếp cận thông tin chưa đồng đều giữa các thành phần khác nhau trong xã hội. Điều này cho thấy việc cần thiết triển khai các biện pháp truyền thông chủ động, nhằm đảm bảo quá trình chuyển dịch năng lượng công bằng và bền vững.

Để đảm bảo mọi thành phần trong xã hội đều hưởng lợi từ quá trình chuyển dịch năng lượng, chương trình truyền thông hướng tới việc thu thập tương tác phản hồi của công chúng trong suốt giai đoạn triển khai, qua đó có thể điều chỉnh nội dung kịp thời, các sản phẩm truyền thông sử dụng ngôn từ đơn giản, dễ hiểu, có xét tới các nhóm đối tượng khác nhau.

BỐI CẢNH DỰ ÁN

Dự án hỗ trợ kỹ thuật "Chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng", thuộc chương trình hợp tác giữa Đối tác chuyển đổi năng lượng (ETP) và Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ (DISE), Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI), nhằm mục đích nâng cao nhận thức của người dân liên quan đến quá trình chuyển dịch năng lượng. Mục tiêu này sẽ được thực hiện thông qua các nhiệm vụ chính sau:

- i. Cung cấp thông tin cho công chúng về các khía cạnh khác nhau của quá trình chuyển đổi năng lượng, bao gồm các công nghệ, chính sách và quy định về năng lượng tái tạo để hỗ trợ quá trình chuyển dịch và các biện pháp thực hành tiết kiệm năng lượng;
- ii. Nâng cao hiểu biết của người dân về vai trò của họ trong quá trình chuyển dịch năng lượng và cách thiết thực mà người dân có thể đóng góp hiệu quả vào quá trình này;
- iii. Khuyến khích công chúng chủ động tham gia các hoạt động về sử dụng năng lượng hiệu quả, cũng như quá trình chuyển dịch năng lượng.

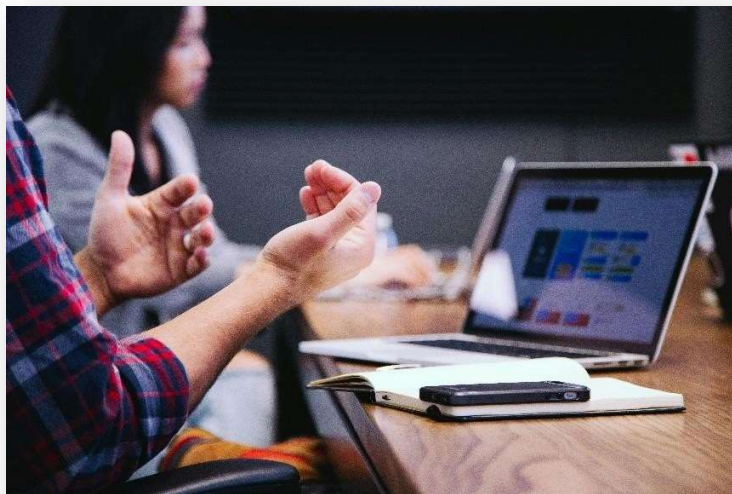
Báo cáo Phân tích và lập bản đồ đối tượng mục tiêu nằm trong phạm vi của dự án. Báo cáo được thực hiện nhằm mục tiêu phân tích, làm rõ nhận thức, quan điểm và các ưu tiên của công chúng về quá trình chuyển dịch năng lượng ở Việt Nam, từ đó thực hiện các điều chỉnh phù hợp, nếu cần thiết cho quá trình triển khai trong giai đoạn tiếp theo của chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng. Các kết quả từ báo cáo cũng giúp xác định những đối tượng mục tiêu chính hướng tới, mức độ nhận thức và thái độ của họ đối với các sáng kiến năng lượng tái tạo.

Theo đó, báo cáo hướng tới mục tiêu chuyển tải những thông tin, thông điệp một cách hiệu quả nhất và phù hợp với từng đối tượng người dân khác nhau, tiến tới mục tiêu cuối cùng là đạt được sự đồng thuận trong xã hội đối với quá trình chuyển dịch năng lượng. Chúng tôi cũng xem xét đến các khía cạnh về nhân khẩu học và tình hình kinh tế xã hội, chẳng hạn như tuổi tác và giới tính, để hiểu sâu hơn quan điểm của những người tham gia. Các mục tiêu nghiên cứu có thể được chia thành các câu hỏi sau:

- i. Công chúng có quan điểm và mức độ hiểu biết như thế nào về quá trình chuyển dịch năng lượng?
- ii. Thói quen của công chúng trong việc sử dụng truyền thông để tiếp nhận thông tin?
- iii. Kỳ vọng của công chúng về chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng?
- iv. Các chiến lược phù hợp cho từng nhóm tuổi và giới tính?

VAI TRÒ, HÌNH THỨC VÀ CÁC MÔ HÌNH TRUYỀN THÔNG

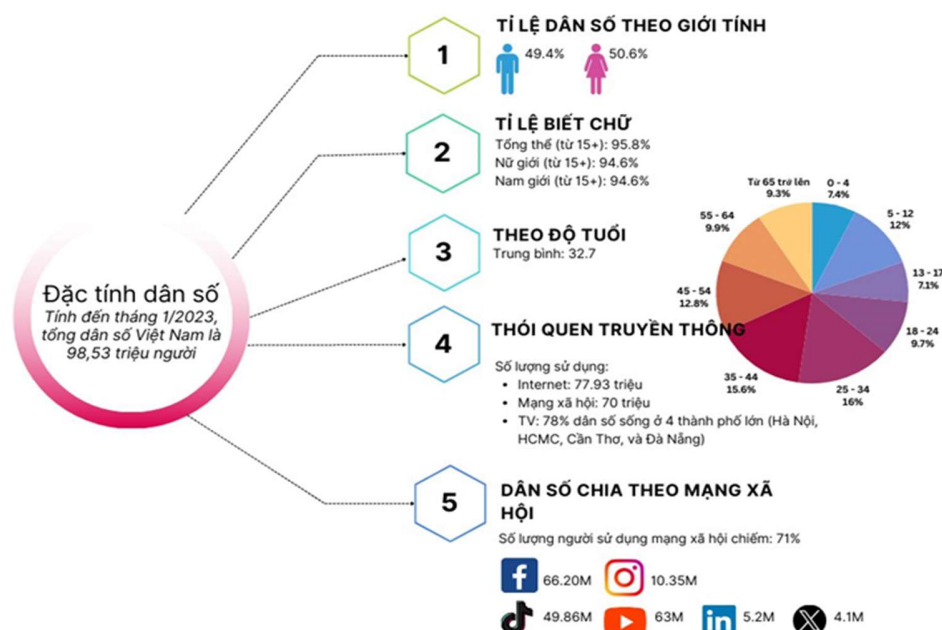
Động lực tìm kiếm thông tin và kiến thức ảnh hưởng đáng kể đến việc hình thành thái độ và hành vi tương ứng về vấn đề chuyển dịch năng lượng. Nền tảng kiến thức một khi ngày càng được tăng cường và củng cố sẽ tạo ra các tác động tích cực đến niềm tin và quan điểm xã hội, từ đó thúc đẩy sự đồng thuận xã hội và các hành vi thân thiện với môi trường¹.



Trong bối cảnh Việt Nam, truyền thông có vai trò quan trọng trong việc thực thi chính sách, pháp luật và được coi là công cụ đắc lực để tăng cường đoàn kết dân tộc. Trong thời đại bùng nổ thông tin ngày nay, truyền thông vẫn đóng vai trò quan trọng, xuất phát từ bối cảnh hoạt động báo chí đang vô cùng sôi động tại Việt Nam. Lĩnh vực báo chí Việt Nam hiện ghi nhận hơn 808 cơ quan truyền thông, bao gồm 138 tờ báo và 670 tạp chí. Trong số này, sáu cơ quan truyền thông đa phương tiện lớn—Báo Nhân Dân, Báo Quân đội Nhân dân, Báo Công an Nhân dân, Thông tấn xã Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) và Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV)—đóng vai trò nòng cốt. Các cơ quan này hiện đang vận hành 15 đơn vị truyền thông, trong đó có 11 tờ báo, 3 tạp chí và Truyền hình kỹ thuật số VTC.

Ngoài các loại hình truyền thông truyền thống, một tỉ lệ lớn dân số Việt Nam đang tham gia các mạng xã hội. Thống kê ghi nhận tính đến tháng 1/2023, gần 90% người dùng Internet ở Việt Nam đang tham gia ít nhất một nền tảng mạng xã hội.

¹Arlt, D., Schumann, C., C Wolling, J. (2023). Công chúng biết gì về các giải pháp công nghệ để đạt được mức trung hòa carbon? Kiến thức của người dân về quá trình chuyển dịch năng lượng và vai trò của truyền thông. *Frontiers in Communication*, 8. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1005603>



Hình 1: Tổng quan về bối cảnh truyền thông ở Việt Nam.
(Nguồn: Tư vấn tổng hợp dựa trên Datareportal)

Các loại hình và phương thức truyền thông là những khái niệm thiết yếu được sử dụng để phân biệt giữa các mô hình, phương pháp và cơ cấu tổ chức của hoạt động truyền thông. Đây là nền tảng để xây dựng các kế hoạch truyền thông với các tiêu chí cụ thể, và là cơ sở cho việc theo dõi và đánh giá hiệu quả các chiến lược hoặc chương trình truyền thông. Việc phân loại này cũng cho phép các cơ quan truyền thông tinh chỉnh cách tiếp cận để phù hợp với nhu cầu riêng của từng đối tượng mục tiêu, đảm bảo việc truyền tải thông điệp và tạo ra tác động một cách hiệu quả.

Trong các hình thức truyền thông đa dạng, truyền thông đại chúng nổi bật nhờ phạm vi tiếp cận rộng rãi và sức ảnh hưởng đối với lượng lớn khán giả. Do đó, chúng tôi mong muốn hướng chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng đến với loại hình này. Truyền thông đại chúng có chức năng vừa là phương tiện vừa là phương pháp giúp nâng cao nhận thức xã hội và gia tăng tương tác với người dân. Trong đó, truyền thông đại chúng gồm nhiều kênh truyền thông đa dạng sẽ giúp tác động đến nhiều thành phần trong xã hội, đóng vai trò then chốt trong việc tạo nên sức mạnh và vai trò định hướng của truyền thông. Trong số các nền tảng này, báo chí – thông qua các hình thức báo in, phát thanh, truyền hình và trực tuyến – đóng vai trò là nền tảng của truyền thông đại chúng. Hình thức truyền thông này về cơ bản là một mạng lưới các kênh truyền thông nhắm đến một bộ phận lớn người dân để thông tin, chia sẻ và định hướng xã hội nhằm giải quyết các vấn đề trong đời sống xã hội.

Truyền thông sẽ diễn ra ở nhiều cấp độ khác nhau, bao hàm giữa các cá nhân, gia đình, nhóm xã hội và đại chúng. Giao tiếp hiệu quả ở mọi cấp độ đều đòi hỏi những điều kiện nhất định: kỹ năng, mục đích và phương tiện giao tiếp cần thiết. Những điều kiện này phụ thuộc vào mức độ phát triển xã hội, bao gồm những tiến bộ về con người, văn hóa, kỹ thuật và công nghệ, qua đó tạo môi trường cho các nắm rõ về vai trò cũng như nhu cầu về truyền thông trong xã hội.

Truyền thông thường bao gồm nhiều phương pháp khác nhau, bao gồm các bài phát biểu, bài viết, chương trình phát sóng và các hoạt động ngoại giao. Truyền thông tuân thủ ba khía cạnh chính: mục đích và nội dung, sự rõ ràng và đơn giản, và sự phù hợp với các đặc điểm tâm lý trong xã hội.

Khía cạnh giao tiếp	Mô tả
Mục đích và nội dung	Thông điệp rõ ràng, ngắn gọn và có tác động cộng hưởng với công chúng
Sự rõ ràng và đơn giản	Thông điệp phải dễ hiểu và dễ thực hiện, phù hợp với mức độ hiểu biết của công chúng
Liên quan đến đặc điểm tâm lý và xã hội	Hiểu rõ bối cảnh xã hội và đặc điểm về tâm lý để tạo ra thông điệp phù hợp

Bảng 1: Nguyên tắc giao tiếp

Một số yếu tố chính, bao gồm nguồn, nội dung, kênh, người nhận, phản hồi và tiếng ồn, đóng vai trò quan trọng đảm bảo truyền thông hiệu quả tới đúng đối tượng mục tiêu.



Hình 2: Các yếu tố tạo nên hoạt động truyền thông hiệu quả

Nhìn chung, các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng cần phù hợp với các cấu phần truyền thông này. Hiệu quả của các chương trình phụ thuộc vào khả năng cung cấp thông tin đơn giản và dễ tiếp cận đến đối tượng mục tiêu, đảm bảo rằng thông điệp được hiểu, chấp nhận và thúc đẩy sự thay đổi hành vi. Thành công trong các chiến dịch này được đo lường bằng khả năng giải quyết những thiếu sót về thông tin, nâng cao nhận thức và tác động đến thái độ cũng như hành vi của nhóm đối tượng mục tiêu. Do đó, sự hiểu biết thấu đáo về bối cảnh kinh tế xã hội, sự phức tạp về văn hóa, xu hướng hành vi và ưu tiên của công chúng là yếu tố then chốt trong việc tạo ra một chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng hấp dẫn và có tác động lớn góp phần thúc đẩy quá trình thành công về chuyển dịch năng lượng.

PHƯƠNG PHÁP LUẬN

QUÁ TRÌNH THU THẬP DỮ LIỆU VÀ CÁC THÔNG SỐ CHÍNH

Để hoàn thành báo cáo này, chúng tôi sử dụng cả phương pháp định tính và định lượng, bao gồm các hội thảo tham vấn cộng đồng và khảo sát ở quy mô toàn quốc.

Để tối đa hóa tác động và đảm bảo hiệu quả trong việc thu thập thông tin, chúng tôi đã xây dựng các tham số chính phục vụ cho hội thảo tham vấn cộng đồng và công tác khảo sát. Những tham số này cung cấp thông tin hữu ích cho việc điều chỉnh chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng. Các tham số cụ thể như sau:

Tham số	Cơ sở lý luận	Hội thảo tham vấn	Khảo sát
<i>Nhân khẩu học</i>	<i>Yếu tố về nhân khẩu học</i> , bao gồm độ tuổi và giới tính đóng vai trò là chính cho việc phân khúc đối tượng. Yếu tố tạo ra sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học ảnh hưởng đến việc tiếp nhận và giải thích thông điệp, do đó cần có các cách tiếp cận phù hợp phù hợp với nhu cầu và thói quen cụ thể của từng nhóm thành phần riêng biệt. Điều chỉnh thông điệp và cách thức triển khai phù hợp với từng nhóm đối tượng cụ thể sẽ gia tăng hiệu quả tương tác và đảm bảo mục tiêu triển khai.		o
<i>Quan điểm hiện tại về các sang kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng</i>	Quan điểm và nhận thức hiện tại là dữ liệu cơ sở để hiểu rõ mức độ nắm bắt của các nhóm đối tượng mục tiêu đối với vấn đề chuyển dịch năng lượng. Thông qua các dữ liệu thu thập, chương trình có thể tập trung vào những vấn đề cần cải thiện, thúc đẩy các hành vi tích cực và điều chỉnh thông điệp phù hợp với trải nghiệm hiện tại của công chúng và động lực.	o	o

<i>Mức độ quan tâm của công chúng đối với chuyển dịch năng lượng sau khi kết thúc chương trình truyền thông</i>	Tham số này giúp đánh giá tính hiệu quả của chương trình trong việc truyền cảm hứng hành động và cam kết giữa các đối tượng mục tiêu.	o	o
<i>Kiến thức về mạng năng lượng</i>	Đánh giá mức độ hiểu biết về mạng năng lượng của các đối tượng mục tiêu là một cách tiếp cận thực tế đã được chứng minh thông qua một nghiên cứu về giáo dục (Bhattacharjee và cộng sự, 2020). Điều quan trọng đối với chương trình là phải phù hợp với mọi mức độ hiểu biết khác nhau và có thể giúp nâng cao nhận thức của công chúng. Tham số này cũng giúp đánh giá tính hiệu quả của chương trình trong việc truyền cảm hứng hành động và cam kết giữa các đối tượng mục tiêu.	o	o
<i>Chủ đề ưu tiên</i>	Việc xác định các chủ đề ưu tiên của đối tượng mục tiêu cho phép chương trình tập trung vào các lĩnh vực được quan tâm và phù hợp nhất. Các chủ đề ưu tiên có thể bao gồm các nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng, chiến lược, chính sách và quy định về biến đổi khí hậu, đầu tư và tài chính, việc làm xanh, và lối sống xanh.	o	o

Thói quen sử dụng truyền thông	Việc hiểu rõ thói quen của công chúng trong việc sử dụng loại hình truyền thông nhất định, ví như mạng xã hội, báo điện tử, truyền hình, đài phát thanh hay báo in, sẽ giúp chương trình phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả và tối ưu hóa tối ưu hóa các giải pháp tiếp cận cộng đồng. Điều này cũng đảm bảo rằng thông điệp của chương trình được truyền tải thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và có tính tin cậy cao, qua đó nâng cao mức độ tương tác và quan tâm của công chúng.	o	o
Cách thức trình bày ưu tiên	Nắm rõ được cách độc giả sử dụng truyền thông— hoặc thông qua video, infographic, bài viết, hội thảo online hay công cụ tương tác— sẽ cho phép chương trình thể hiện các thông tin và thông điệp theo cách cuốn hút và format dễ tiếp cận. Điều này làm tăng khả năng tương tác và tiếp nhận thông tin của công chúng.	o	o
Đề xuất đối tượng mục tiêu	Việc xác định các phân khúc đối tượng mục tiêu cụ thể trong tổng thể xã hội có thể nâng cao hiệu quả của chương trình. Ví dụ: tập trung vào những người có sức ảnh hưởng ở cộng đồng, người làm giáo dục, người lao động..., đây là những người có thể mở rộng và nâng cao tác động của chương trình.	o	

<i>Kỳ vọng đối với chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng</i>	Hiểu được mức độ kỳ vọng của đối tượng mục tiêu đối với chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng sẽ giúp chúng tôi có thể đưa ra kế hoạch triển khai hiệu quả và đáp ứng nhu cầu của mục tiêu hướng tới. Những kỳ vọng này có thể bao gồm mong muốn được tiếp cận nguồn thông tin rõ ràng, ngắn gọn để áp dụng, những đề xuất thiết thực, thí dụ điển hình.	o	o
<i>Rào cản đối với việc tiếp nhận thông tin</i>	Xác định các rào cản cản trở việc tiếp nhận thông tin đóng vai trò quan trọng đảm bảo nỗ lực truyền thông hiệu quả. Những rào cản này có thể bao gồm các thuật ngữ kỹ thuật phức tạp, thiếu khả năng tiếp cận thông tin, sự khác biệt về văn hóa và sự đáng tin của nguồn tin.		o

Bảng 2: Trọng tâm chính của quá trình thu thập và phân tích dữ liệu

Giai đoạn đầu tiên, chúng tôi tổ chức hai hội thảo tham vấn tại Hà Nội (24/4) và Thành phố Hồ Chí Minh (26/4) để thu thập ý kiến chuyên gia và đại biểu về cấu trúc chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng. Các hội thảo này bao gồm phiên thảo luận và khảo sát tập trung vào bốn lĩnh vực chính: đánh giá sự hiểu biết và mức độ tham gia của người dân vào các chương trình truyền thông chuyển dịch năng lượng, xác định các nhóm mục tiêu, đề xuất các hình thức và chủ đề truyền thông cũng như các phương pháp tiếp cận các nhóm dễ bị tổn thương. Hai hội thảo này đã thu được tổng cộng hơn 500 phản hồi.

Sau hai hội thảo, chúng tôi tiếp tục thực hiện một cuộc khảo sát toàn diện ở quy mô toàn quốc nhằm thăm dò ý kiến rộng rãi từ cộng đồng, bao gồm các quan chức chính phủ, chuyên gia ngành năng lượng, giới học thuật, đặc biệt là một bộ phận người dân vốn trước đó chưa tham gia nhiều vào các sang kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng. Cuộc khảo sát này có phân loại các nhóm thành phần trong xã hội thông qua yếu tố độ tuổi và giới tính, đồng thời đề cập đến các khía cạnh khác nhau của quá trình chuyển dịch năng lượng, bao gồm kiến thức, quan điểm và các đề xuất ưu tiên liên quan đến lĩnh vực năng lượng, cũng như đề xuất các nền tảng truyền thông đại chúng (xem Phụ lục). Cuộc khảo sát được thiết kế theo hướng thân thiện với người

dùng và chỉ mất khoảng 5 phút để hoàn thành.

Mục tiêu ban đầu của chúng tôi là khảo sát 385 người ở các vùng và nhóm tuổi khác nhau ở Việt Nam để đảm bảo quy mô đủ lớn để có thể đưa ra những đánh giá đáng tin cậy. Cuộc khảo sát được lên ý tưởng dựa trên việc xem xét các tài liệu liên quan và kết quả của các hội thảo. Được tiến hành từ ngày 01 tháng 6 đến ngày 30 tháng 6 năm 2024, chúng tôi đã sử dụng phương pháp snowball (quả cầu tuyết) và tận dụng mạng lưới đối tác để mở rộng phạm vi khảo sát. Thông tin về khảo sát được gửi qua email, các nền tảng mạng xã hội, và lan tỏa ở các khu vực dân cư. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) cũng hỗ trợ trong quá trình này nhằm giúp cuộc khảo sát đạt được kết quả tốt nhất. Thay vì hướng mục tiêu đến một mẫu đại diện chung, chúng tôi hướng đến khảo sát tỷ lệ phần trăm bằng nhau ở mỗi nhóm tuổi và giới tính.

PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN VỀ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU VÀ CÁC THAM SỐ

Để phân tích dữ liệu, chúng tôi đã áp dụng nhiều phương pháp khác nhau. Trước tiên, chúng tôi phân tích tần suất để cung cấp cái nhìn tổng quan đơn giản về tỷ lệ phần trăm và số lượng sở thích, và tiến hành phân tích mô tả để có cái nhìn sâu hơn bằng cách làm nổi bật sự phân bố và biến thiên của những sở thích này trong mẫu. Về phân tích mô tả, chúng tôi tập trung vào các giá trị trung bình có thể đưa ra các gợi ý về xu hướng trung tâm của dữ liệu và các giá trị độ lệch chuẩn có thể cho thấy sự biến thiên hoặc tính nhất quán của sở thích giữa các người trả lời.

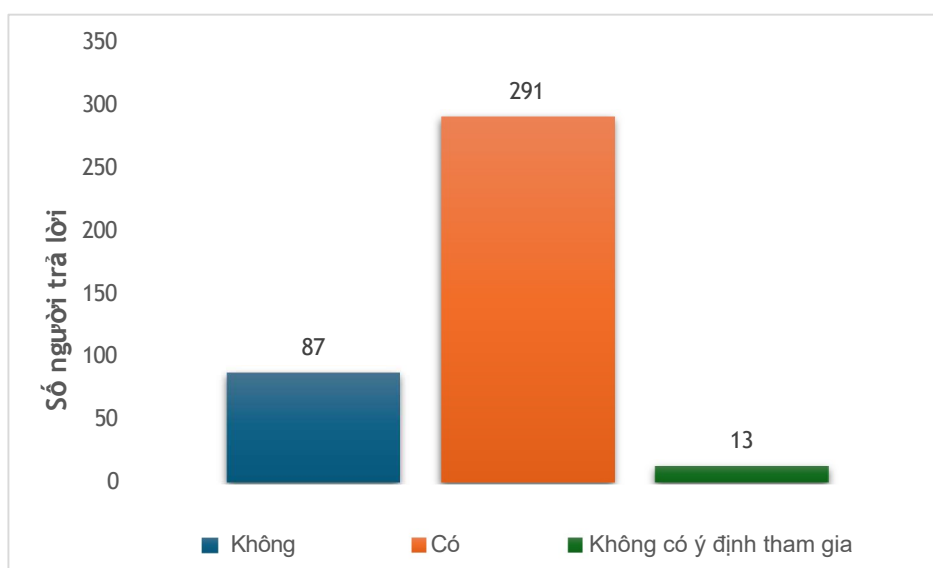
Chúng tôi cũng phân đoạn kết quả dựa trên các nhóm giới tính và thực hiện phân tích so sánh để khám phá các mối liên hệ giữa dữ liệu và giới tính bằng cách sử dụng kiểm định **Mann-Whitney U** và/hoặc **kiểm định Chi-Square** về sự độc lập khi phù hợp. Kiểm định Mann-Whitney U được sử dụng để so sánh sự khác biệt giữa hai nhóm độc lập trên thang đo thứ bậc hoặc dữ liệu không phân phối chuẩn, trong khi kiểm định Chi-Square được sử dụng để đánh giá mối quan hệ giữa các biến phân loại hoặc để so sánh dữ liệu quan sát được với dữ liệu mong đợi. Các phát hiện chính được cấu trúc để trả lời các câu hỏi nghiên cứu chính và tuân thủ các thông số chính được liệt kê trong Bảng 2.

NHỮNG PHÁT HIỆN ĐÁNG CHÚ Ý TỪ HỘI THẢO THAM VẤN



MỨC ĐỘ THAM GIA THỰC TẾ VÀ TƯƠNG LAI

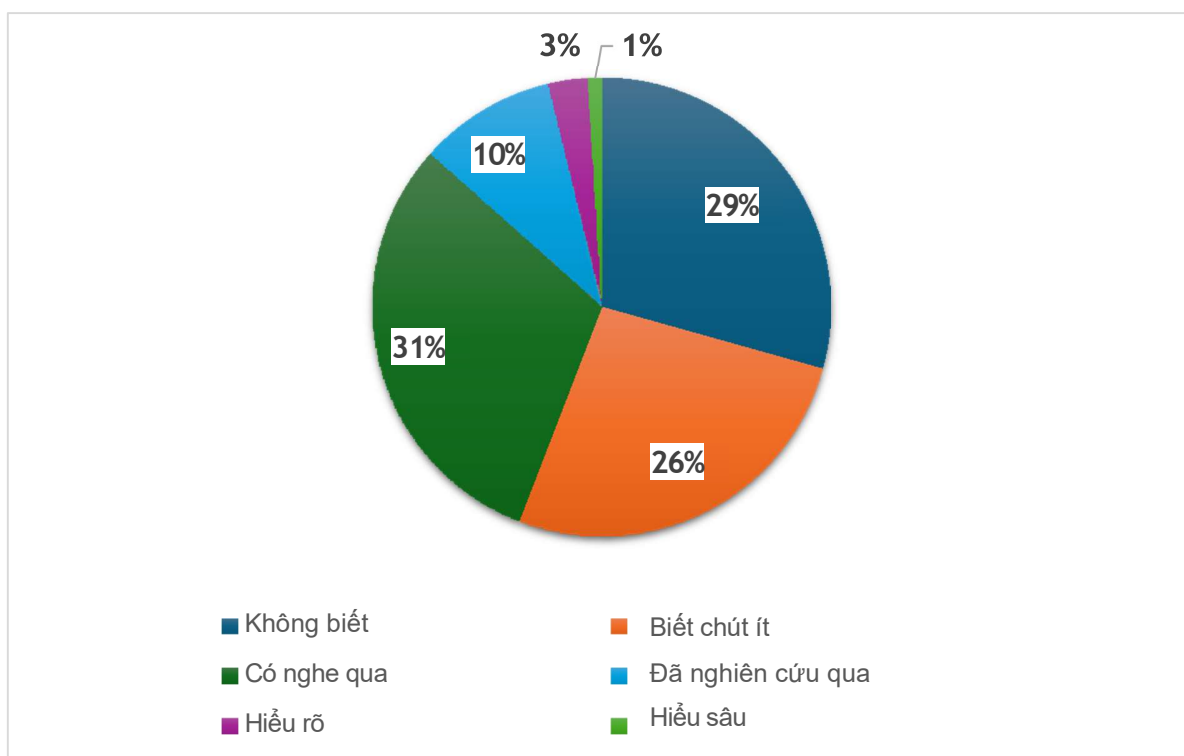
Kết quả khảo sát Menti cho thấy các đại biểu có hiểu biết ở mức độ tích cực liên quan đến các sáng kiến về năng lượng. Trong tổng số người trả lời, có 291 người cho biết họ có đã từng tham gia vào các sáng kiến về năng lượng, đây là con số đáng khích lệ và là nhóm đối tượng tiềm năng có thể huy động để tham gia các sáng kiến trong tương lai. Tuy nhiên, 87 người được hỏi cho biết họ chưa tham gia vào bất kỳ hoạt động nào liên quan đến năng lượng, đây là nhóm mà chương trình truyền thông có thể tiếp cận để tăng cường tính tương tác. Việc hiểu được các rào cản đối với sự tham gia của họ có thể cung cấp thông tin chi tiết về cách thu hút phân khúc này hiệu quả hơn. Một nhóm rất nhỏ người trả lời (13) bày tỏ không có ý định tham gia vào các sáng kiến liên quan đến năng lượng, điều này có thể phản ánh sự thiếu quan tâm, các rào cản mang tính cá nhân hoặc yếu tố khác. Những phát hiện này cho thấy rằng **mặc dù đa phần đã có mức độ nhận thức nhất định, chương trình vẫn có thể mở rộng thêm các đối tượng tham gia thông qua việc giải quyết các rào cản mà những người hiện không tham gia phải đối mặt.**



Hình 3: Mức độ tham gia vào các sáng kiến liên quan đến năng lượng của đại biểu tham gia hội thảo tham vấn

KIẾN THỨC VÀ MỨC ĐỘ ƯU TIÊN VỀ CÁC CHỦ ĐỀ TRONG LĨNH VỰC CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG

Những kết quả thu được từ các hội thảo tham vấn cho thấy mức độ kiến thức đa dạng về các chủ đề liên quan đến năng lượng của những người tham gia. Một phần đáng kể số người được hỏi (125) cho biết họ chưa có khái niệm về vấn đề này, làm bật lên vai trò của truyền thông trong việc nâng cao nhận thức người dân. Ngược lại, một số lượng đáng kể (131) đã biết về các khái niệm năng lượng ở mức cơ bản, điều này cho thấy mức độ nhận thức ở dạng thụ động và thiếu các thông tin hoặc hoạt động hỗ trợ thông tin mang tính chính thống. Nhóm này đại diện cho đối tượng mục tiêu của chương trình thông qua việc tạo điều kiện cho các cách thức tiếp cận mang tính hệ thống và chuyên sâu.



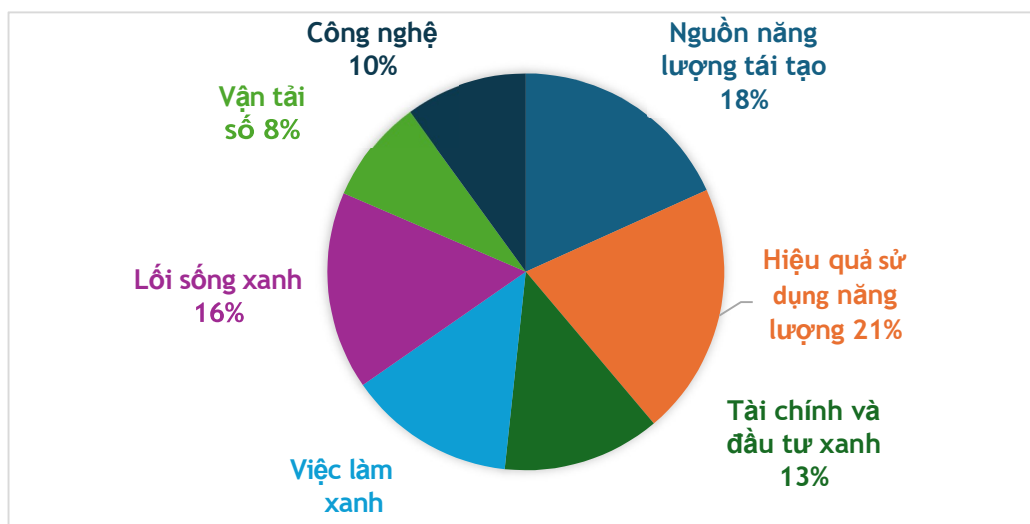
Hình 4: Mức độ hiểu biết của người tham gia về chuyển dịch năng lượng

Ngoài ra, 113 người tham gia cho biết họ có biết chủ đề này ở mức độ cơ bản, một bộ phận (41) đã chủ động nghiên cứu về chủ đề này, và nhóm nhỏ (12) cho biết họ nắm rõ về vấn đề. Cuộc khảo sát ghi nhận 4 phản hồi cho biết có kiến thức sâu về các chủ đề chuyển dịch năng lượng. Dữ liệu khảo sát từ các hội thảo tham vấn cung cấp sự kết hợp thú vị giữa việc tham gia vào các hoạt động liên quan đến năng lượng và mức độ kiến thức của người tham gia về các chủ đề này. Trong số 378 người tham gia hội thảo, phần lớn (291) cho biết họ đã tham gia vào các sáng kiến hoặc hoạt động liên quan đến năng lượng. Điều này cho thấy mức độ tham gia và sẵn sàng cao trong các nỗ lực liên quan đến chuyển dịch năng lượng. Tuy nhiên, sự tham gia tích cực này **không nhất thiết tương quan với mức độ hiểu biết cao về các chủ đề liên quan đến năng lượng**. Sự chênh lệch giữa mức độ tham gia và kiến thức này có một số hàm ý. Thứ nhất, điều này cho thấy mặc dù một bộ phận sẵn sàng và mong muốn tham gia vào các sáng kiến liên quan đến năng lượng nhưng họ có thể không có đủ hiểu biết để đánh giá đầy đủ sự phức tạp và các khía cạnh trong quá trình này. Việc chưa nắm rõ kiến thức có thể ảnh hưởng đến chất lượng và hiệu quả sự tham gia của họ về sau. Ví dụ, những cá nhân có hiểu biết hạn chế sẽ khó có thể đóng vai trò hiệu quả cho nỗ lực thúc đẩy những thay đổi mang tác động lớn, hoặc không hiểu rõ ý nghĩa từ hành động của họ đối với quá trình chuyển dịch năng lượng tổng thể.

Thứ hai, chương trình truyền thông sẽ hướng ưu tiên vào nhóm khảo sát có tỉ lệ sẵn sàng tham gia ở mức cao kết hợp nhưng với kiến thức còn hạn chế. Thông qua việc cung cấp thông tin mang tính toàn diện, dễ tiếp cận về các chủ đề liên quan đến năng lượng, chương trình sẽ giúp nhóm mục tiêu nâng cao khả năng đóng góp hiệu quả hơn đối với các sáng kiến về năng lượng.

Đây được cho là cách thức cần thiết để giúp nhóm đối tượng làm sâu sắc hơn kiến thức hiện có, giúp họ không chỉ đưa ra những quyết định mang tính sáng suốt về chuyển dịch năng lượng, mà còn có thể khuyến khích và vận động người thân, cộng đồng tham gia vào quá trình này.

Ngoài ra, kết quả khảo sát còn cho thấy sự cần thiết phải duy trì tính tương tác và hỗ trợ xuyên suốt. Đối với những người đã biết và tham gia vào một số hoạt động chuyển dịch năng lượng thì cần tiếp tục được trao cơ hội để nâng cao kiến thức và cập nhật những xu hướng mới nhất trong lĩnh vực này.



Hình 5: Các chủ đề quan tâm liên quan đến chuyển dịch năng lượng

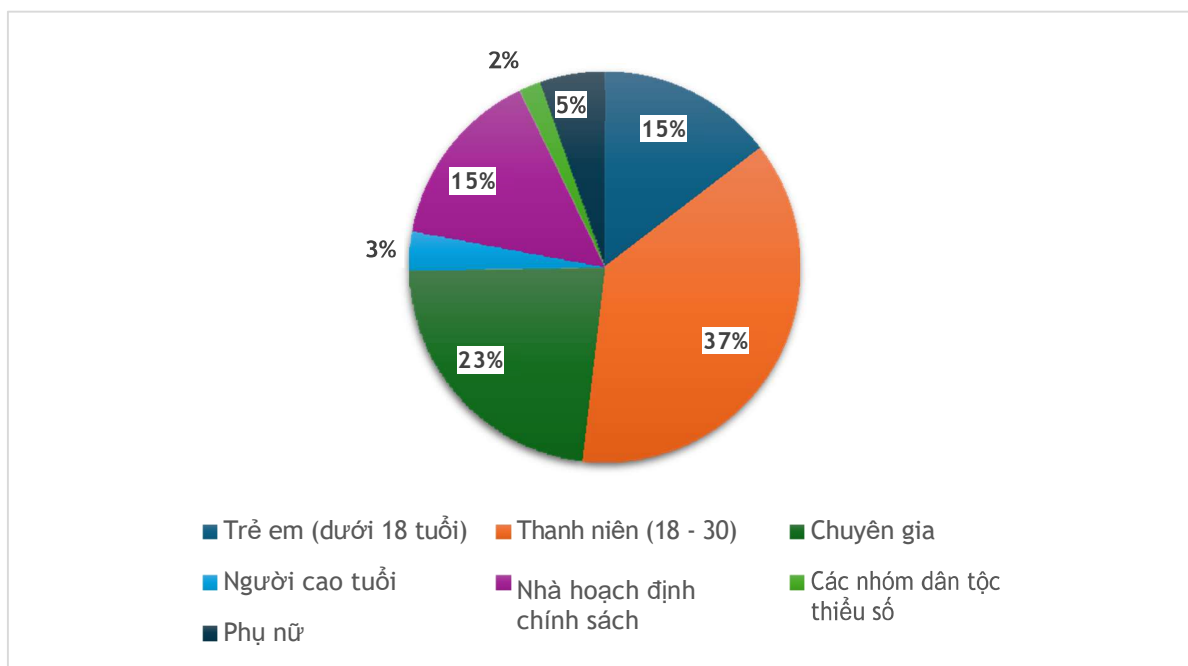
Tại hội thảo, những người tham gia đã bầu chọn về những chủ đề mà họ cho là phù hợp trong chương trình truyền thông nâng cao nhận thức. Vấn đề sử dụng năng lượng hiệu quả và những nguồn năng lượng tái tạo là hai chủ đề nhận được nhiều lượt bình chọn nhất (lần lượt là 21% và 18%). Theo sau là lối sống xanh (16%), việc làm xanh (14%), tài chính và đầu tư xanh (14%). Các chủ đề nhận được ít sự quan tâm nhất là giao thông vận tải và công nghệ (lần lượt là 8% và 10%). Ngoài các chủ đề đã đề cập, chúng tôi cũng thu thập thêm ý kiến bổ sung từ những người tham gia khảo sát, trong đó các chủ đề cũng chủ yếu xoay quanh lối sống xanh, lợi ích cho cộng đồng, giá năng lượng tái tạo, nguồn năng lượng tái tạo và lợi ích về môi trường.



Hình 6: Ý kiến bổ sung từ người tham gia khảo sát trong hai hội thảo tham vấn

ĐỀ XUẤT NHÓM ĐỐI TƯỢNG HƯỚNG TỚI TRONG CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG

Phản hồi từ người tham gia khảo sát nêu bật một số đặc điểm dân số quan trọng mà chương trình truyền thông cần tập trung. Thanh niên (18-30 tuổi) nổi lên là nhóm mục tiêu được đề xuất nhiều nhất, nhận được 370 phiếu bầu, cho thấy vai trò quan trọng của nhóm này trong việc thúc đẩy những thay đổi tích cực trong tương lai. Việc tập trung vào giới trẻ cũng phản ánh tiềm năng về tác động lâu dài và khả năng thích ứng của nhóm này đối với những đổi thay trong tương lai. Nhóm người trong độ tuổi lao động cũng nhận được sự quan tâm đáng kể với 227 phiếu bầu, cho thấy tầm ảnh hưởng và năng lực của nhóm này có thể thúc đẩy những thay đổi tích cực trong từng lĩnh vực làm việc của họ.



Hình 7: Những nhóm đối tượng mục tiêu được đề xuất

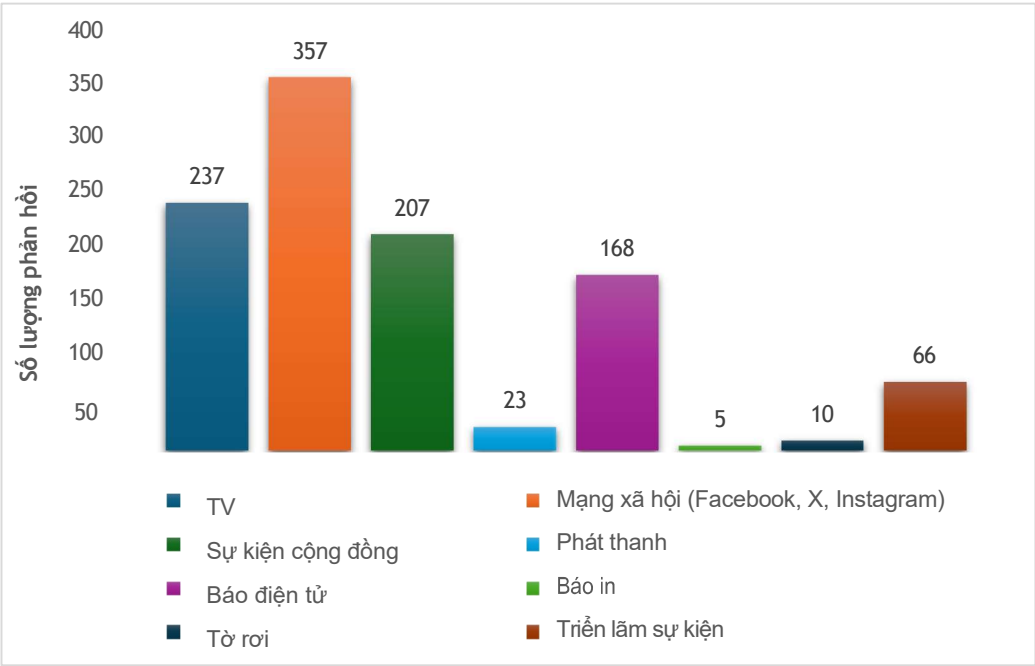
Trẻ em (dưới 18 tuổi) nhận được 145 phản hồi, nhấn mạnh tầm quan trọng của nỗ lực giáo dục sớm trong việc hình thành hành vi và thái độ trong tương lai đối với việc sử dụng năng lượng. Nhóm các nhà hoạch định chính sách nhận được 148 phản hồi, xét tới vai trò quan trọng trong việc tạo dựng chính sách và tiến hành những thay đổi ở quy mô lớn. Phụ nữ (53 phiếu) và các nhóm dân tộc thiểu số (18 phiếu) dù với số phiếu thấp hơn nhưng cũng cho thấy vai trò quan trọng của họ đối với nỗ lực về chuyển dịch năng lượng. Nhóm người cao tuổi với 32 phiếu phần nào cho thấy quan điểm của người tham gia khảo sát về hạn chế trong khả năng thích nghi cũng như ảnh hưởng của họ đối với xu hướng sử dụng năng lượng trong tương lai. Nhìn chung, những khuyến nghị này đều hướng đến điểm chung nhấn mạnh sự cần thiết phải truyền tải thông tin mang tính toàn diện, hệ thống tới các nhóm đối tượng đa dạng, nhằm đảm bảo sự thành công của các quá trình chuyển dịch năng lượng.

ĐỀ XUẤT CÁC NỀN TẢNG TRUYỀN THÔNG

Các nền tảng mạng xã hội, đặc biệt là Facebook, nổi lên là kênh được đề xuất nhiều nhất với 357 phiếu. Điều này phản ánh tính phổ biến và tiềm năng của nền tảng này trong việc truyền tải thông tin. Truyền hình cũng nhận được số phiếu đáng kể (237), do phạm vi tiếp cận rộng rãi và độ tin cậy đối với thông tin được truyền tải. Các sự kiện cộng đồng nhận được 207 phiếu, cho thấy giá trị của sự tham gia trực tiếp, tiếp xúc cá nhân, qua đó tạo dựng sự đồng thuận trong cộng đồng. Báo điện tử (168 phiếu) và các

sự kiện triển lãm, sắp đặt (66 phiếu) cũng được xác định là kênh thông tin hiệu quả, cho thấy vai trò của chúng trong việc cung cấp thông tin chuyên sâu và thúc đẩy tương tác.

Một số kênh truyền thông truyền thống như phát thanh (23), báo in (5) và tờ rơi (10) không nhận được sự quan tâm nhiều từ kết quả khảo sát. Điều này cho thấy sự cần thiết phải tăng cường tận dụng các kênh truyền thông số, hiện đại, có tính tương tác cao, qua đó đảm bảo sự thành công của chương trình truyền thông.

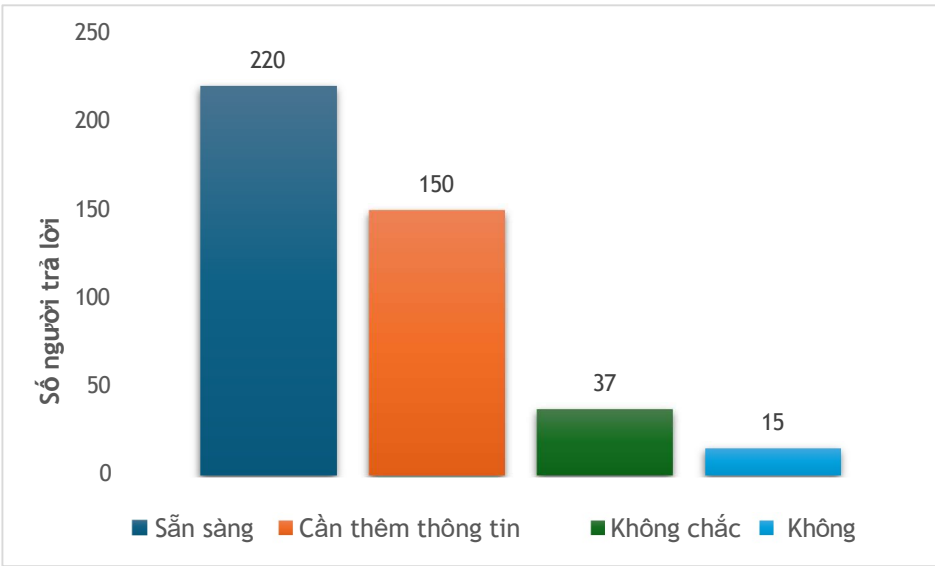


Hình 8: Các nền tảng truyền thông được đề xuất tại hai hội thảo tham vấn

SỰ SẴN SÀNG THAY ĐỔI HÀNH VI THÔNG QUA TRUYỀN THÔNG

Các kết quả khảo sát cho thấy mức độ sẵn sàng khác nhau của những người tham gia trong việc thay đổi hành vi sau các chương trình truyền thông. Một số lượng đáng kể người được hỏi (220) cho biết họ sẵn sàng thay đổi hành vi của mình, cho thấy khả năng tiếp nhận cao đối với các chương trình truyền thông hiệu quả. Đây cũng là cơ hội để các chương trình có thể thúc đẩy và khuyến khích tham gia những sáng kiến, giải pháp hiệu quả ngay trước mắt. Tuy nhiên, một bộ phận đáng kể (150) cho biết họ cần thêm thông tin trước khi thay đổi hành vi, cho thấy sự cần thiết phải duy trì kênh trao đổi rõ ràng, minh bạch, để giải đáp những thắc mắc, băn khoăn của người dân. Ngoài ra còn có 37 người tham gia không chắc chắn về việc sẽ thay đổi hành vi, ghi nhận sự cần thiết gia tăng nỗ lực truyền tải thông điệp và các lợi ích của chuyển dịch năng lượng.

Một nhóm nhỏ (15) khẳng định họ sẽ không thay đổi hành vi, rào cản này đòi hỏi các chiến lược truyền thông mang tính hệ thống và linh hoạt. Những kết quả từ khảo sát cho thấy dù có một bộ phận không nhỏ người dân sẵn sàng thay đổi, vẫn còn đó những thách thức cần giải quyết, tập trung vào vấn đề cung cấp những thông tin cần thiết, bổ ích đáp ứng nhu cầu của người dân và xóa tan những ngần ngại, quan niệm còn chưa đúng về chuyển dịch năng lượng.



Hình 9: Mức độ sẵn sàng thay đổi hành vi của người tham gia nhằm hưởng ứng các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng

PHÁT HIỆN TỪ CÁC PHIÊN THẢO LUẬN TẠI HỘI THẢO

Các hội thảo tham vấn với sự tham gia của các chuyên gia uy tín trong lĩnh vực đã cung cấp những thông tin hữu ích đóng góp vào việc lên kế hoạch triển khai chương trình truyền thông. Các chủ đề chính bao gồm sự cạn kiệt các nguồn tài nguyên thiên nhiên, biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và tầm quan trọng của việc chuyển dịch sang tăng trưởng xanh và thực hành năng lượng bền vững. Mặc dù Chính phủ đã ban hành các văn bản pháp lý thúc đẩy phát triển xanh như Chiến lược tăng trưởng xanh quốc gia và Quy hoạch Phát triển điện 8, nhưng vẫn cần phải tăng cường nỗ lực nâng cao nhận thức và hiểu biết trong ở cấp địa phương và khu vực tư nhân. Hội thảo cũng chỉ ra các rào cản như thiếu hướng dẫn về báo cáo theo tiêu chuẩn ESG, cơ sở hạ tầng còn hạn chế và các ưu tiên kinh tế trong ngắn hạn, nhưng đồng thời cũng nêu bật cơ hội từ việc tận dụng các nguồn tài nguyên tái tạo, tăng cường an ninh năng lượng và thúc đẩy hợp tác quốc tế.

Chủ đề chính

Khuyến nghị

Hiểu biết hiện tại về các sáng kiến năng lượng

- Tận dụng các khung pháp lý hiện có như Chiến lược tăng trưởng xanh quốc gia và Quy hoạch phát triển điện VIII để nâng cao nhận thức và kiến thức ở cấp địa phương.
- Giải quyết các rào cản hiện tại bằng cách nhấn mạnh lợi ích sức khỏe và môi trường của việc giảm ô nhiễm không khí và sự phụ thuộc vào nhiên liệu nhập khẩu.
- Khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân bằng cách chứng minh lợi ích về tài chính và mô hình hoạt động lâu dài của việc chuyển dịch sang năng lượng tái tạo.

Mức độ quan tâm tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng sau khi kết thúc chương trình

- Để duy trì và tăng cường sự quan tâm của công chúng, cần đưa ra thông điệp rõ ràng và nhất quán về các cơ hội kinh tế, chẳng hạn như tạo việc làm mới và tiềm năng đầu tư xã hội.
- Nêu bật những câu chuyện thành công và trường hợp điển hình từ các khu vực hoặc quốc gia khác để truyền cảm hứng tạo lòng tin và thúc đẩy thay đổi hành vi
- Nhấn mạnh tầm quan trọng lợi ích lâu dài so với các lợi ích ngắn hạn thông qua việc nêu bật tác động phát triển bền vững của quá trình chuyển dịch năng lượng.

Chủ đề ưu tiên

- Tập trung vào các chủ đề thiết thực và phù hợp như khai thác tài nguyên tái tạo (gió, mặt trời, thủy điện), công nghệ năng lượng sạch và phương pháp sản xuất hiện đại, tiết kiệm chi phí.
- Thảo luận về các cơ hội đầu tư và tài chính, đặc biệt thông qua hợp tác quốc tế
- Giải quyết các vấn đề kỹ thuật và đầu tư cơ sở hạ tầng hỗ trợ quá trình chuyển dịch năng lượng hiệu quả
- Thảo luận những thách thức liên quan đến Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon của EU, năng lượng tái tạo biến đổi,...

Thói quen sử dụng truyền thông

- Sử dụng nhiều kênh truyền thông đa dạng nhằm đảm bảo hiệu quả tương tác với nhiều thành phần trong xã hội.

	- Các phương tiện truyền thông truyền thống như truyền hình hay phát thanh có thể tiếp cận với đại đa số công chúng, trong khi mạng xã hội có ưu thế về độ phủ sóng trong nhóm thế hệ trẻ và những người am hiểu công nghệ. - Phát triển các chương trình truyền thông toàn diện nêu bật cả những lợi thế và thách thức của quá trình chuyển dịch năng lượng, đảm bảo sự tham gia tích cực và chủ động của cộng đồng.
Rào cản tiếp nhận thông tin	- Nâng cao kiến thức và nhận thức thông qua các chương trình truyền thông và giáo dục tập trung.
Đề xuất đối tượng mục tiêu	- Các nhóm mục tiêu chính bao gồm cơ quan chính phủ cấp địa phương, doanh nghiệp khu vực tư nhân và người có ảnh hưởng ở cộng đồng. - Hợp tác với các tổ chức giáo dục để nâng cao nhận thức trong giới trẻ. - Điều chỉnh thông điệp cho phù hợp với từng đối tượng, tập trung vào mối quan tâm và nhu cầu cụ thể của từng nhóm, chẳng hạn như cơ hội kinh tế cho doanh nghiệp và lợi ích môi trường cho cộng đồng.

Bảng 3: Tổng hợp khuyến nghị từ phiên thảo luận trong các hội thảo tham vấn

KHUYẾN NGHỊ

Thông qua các cuộc khảo sát và hai hội thảo tham vấn tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, chúng tôi đã xây dựng bản đồ phân tích đối tượng sơ bộ dưới đây:



Đối tượng mục tiêu	Cấp độ/loại	Mối quan tâm chính	Kênh truyền thông	Thông điệp chính
Cơ quan Chính phủ/Nhà hoạch định chính sách	Cấp trung ương, địa phương	Xác định rõ các rào cản về thể chế và hạ tầng	Báo cáo, họp báo, diễn đàn, hội thảo, sách trắng, các cơ quan truyền thông nhà nước	Thực hiện chính sách, các lợi ích về sức khỏe, môi trường và lợi ích lâu dài về kinh tế

Khu vực tư nhân/Doanh nghiệp	Các tập đoàn lớn, SME, Công ty năng lượng	Hiểu rõ về tiêu chí liên quan đến ESG, vượt qua các rào cản đầu tư, những thách thức trong tương lai liên quan đến biến đổi khí hậu, lợi ích về tài chính/ mô hình hoạt động	Hội nghị, chuyên đề, những tờ báo chuyên ngành, tạp chí kinh doanh, webinar	Lợi ích tài chính của năng lượng tái tạo, các trường hợp điển hình, hướng dẫn tuân thủ ESG, chiến lược tuân thủ quy định về chuyển dịch năng lượng/biến đổi khí hậu, bao gồm CBAM
Những người có ảnh hưởng ở cộng đồng	Những người có uy tín trong cộng đồng	Nâng cao nhận thức, các vấn đề môi trường/sức khỏe địa phương	Các sự kiện cộng đồng, tờ báo địa phương, mạng xã hội	Lợi ích sức khỏe, các câu chuyện thành công trong cộng đồng, cơ hội tạo việc làm
Cơ sở giáo dục đào tạo	Các trường đại học, trường dạy nghề, trường học	Giáo dục thanh thiếu niên, lồng ghép chủ đề vào chương trình giảng dạy	Hội thảo, chương trình học, sự kiện trong khuôn khổ trường học	Lợi ích lâu dài cho thế hệ tương lai, ứng dụng thực tiễn, các cơ hội nghề nghiệp
Công chúng	Người dân sinh sống tại thành thị và nông thôn, đa dạng về độ tuổi, giới tính (đặc biệt là thanh thiếu niên)	Hiểu rõ lợi ích/thách thức, khắc phục vấn đề về thông tin sai lệch	Truyền hình, đài phát thanh, mạng xã hội, sự kiện công cộng	Lợi ích rõ ràng của năng lượng tái tạo, mẹo tiết kiệm năng lượng, các câu chuyện truyền cảm hứng trong cộng đồng và cá nhân

Nhà báo/cơ quan truyền thông				
	Các nhà báo, chuyên gia truyền thông	Liên tục cập nhật thông tin mới, đa dạng nguồn tin	Hợp báo, thông cáo báo chí, mạng xã hội	Các câu chuyện thực tế, có góc nhìn mang tính nhân sinh, phát triển công nghệ, có tác động về chính sách

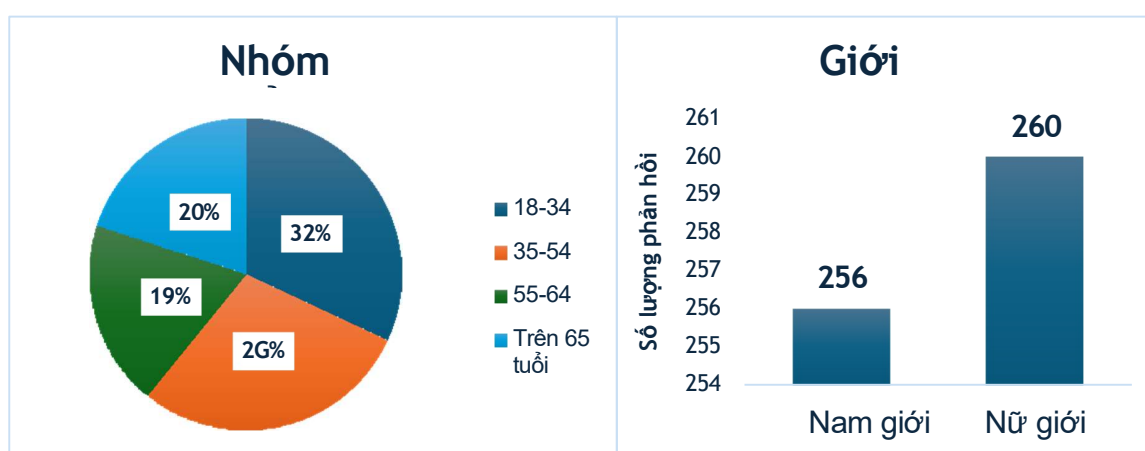
Bảng 4: Kết quả phân tích và lập bản đồ đối tượng từ các hội thảo

Mặc dù các hội thảo tham vấn rất hữu ích trong việc định hướng chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng nhưng điều quan trọng là phải tiến hành các cuộc khảo sát toàn diện để hiểu rõ hơn về mức độ hiểu biết, thái độ và mối quan tâm của công chúng. Những cuộc khảo sát này sẽ giúp xác định những vấn đề cần cải thiện và những nhu cầu cụ thể của công chúng. Thông qua việc nắm bắt được quan điểm của công chúng, chúng tôi sẽ đưa ra những chiến lược truyền thông để giải quyết một cách hiệu quả các vấn đề được đặt ra.

NHỮNG PHÁT HIỆN ĐÁNG CHÚ Ý TỪ KHẢO SÁT TOÀN QUỐC

ĐẶC ĐIỂM VỀ XÃ HỘI VÀ NHÂN KHẨU HỌC

Tổng thể, chúng tôi đã nhận được 516 phản hồi. Để đảm bảo chất lượng và tính hợp lệ của dữ liệu, chúng tôi đã sàng lọc tất cả các câu trả lời và loại bỏ những câu trả lời không liên quan. Các đặc điểm về nhân khẩu học của người tham gia khảo sát được thể hiện chi tiết trong hình dưới đây. Nhìn chung, số lượng mẫu bao gồm số lượng nam và nữ gần như bằng nhau. Sự phân bổ giới tính cân bằng này giúp đảm bảo rằng quá trình phân tích có xét tới các quan điểm của cả hai giới một cách đồng đều. Mẫu này cũng bao gồm nhiều nhóm tuổi khác nhau để cho phép phân tích toàn diện quan điểm thể hệ khác nhau về các sáng kiến chuyển dịch năng lượng.

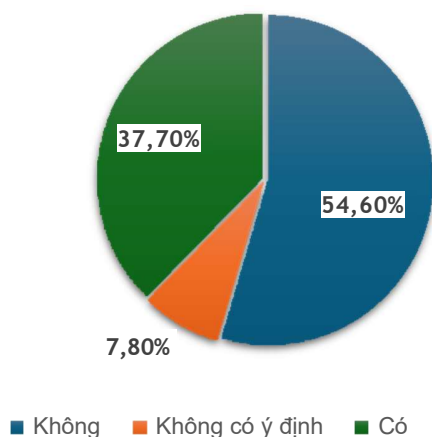


Hình 10: Đặc điểm nhân khẩu học của khảo sát

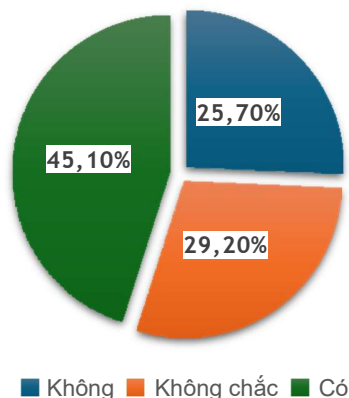
MỨC ĐỘ THAM GIA THỰC TẾ VÀ KHẢ NĂNG SẴN SÀNG THAM GIA

Ngoài câu hỏi về thông tin nhân khẩu-xã hội, chúng tôi còn hỏi những người tham gia về việc họ đã từng tham gia vào các sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng trước đây hay không, cùng với việc liệu họ có sẵn sàng tham gia vào các sáng kiến như hội nghị, đối thoại và hoạt động cộng đồng sau khi chương trình truyền thông kết thúc. Kết quả phản hồi về câu hỏi này được thể hiện trong Hình 11.

Đã từng tham gia các sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng



Sẵn sàng tham gia các sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng sau chương trình



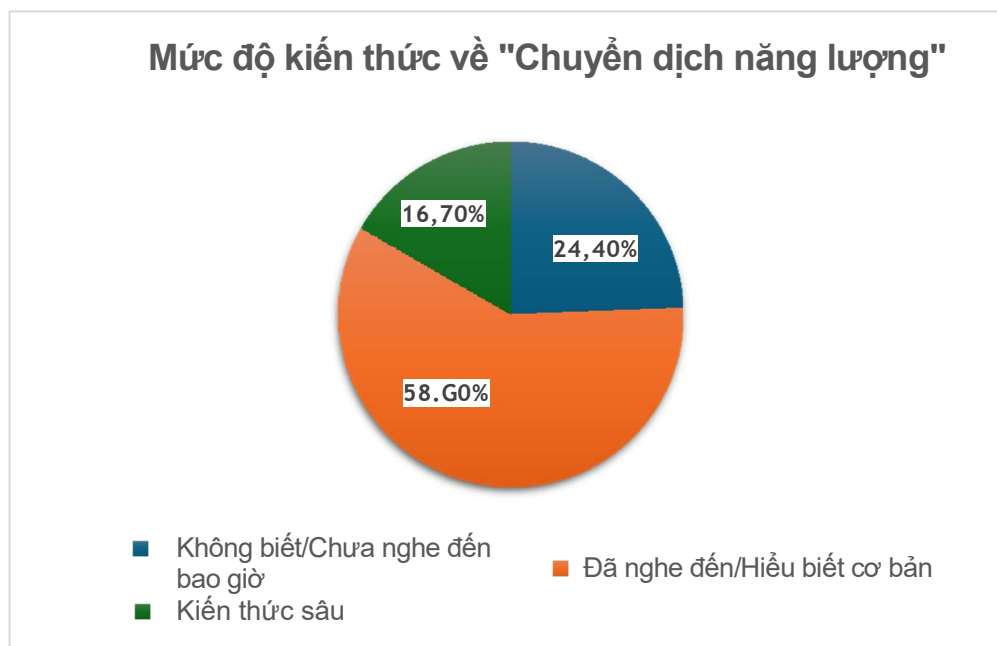
Hình 11: Kết quả phản hồi

Phân tích tỷ lệ người phản hồi từng tham gia các sáng kiến về năng lượng chỉ ra rằng phần lớn (n=281, 54,60%) số người được hỏi chưa tham gia vào các hoạt động liên quan đến năng lượng. Phát hiện này nhấn mạnh sự cần thiết phải tăng cường nhận thức và sự tham gia của người dân, đồng nghĩa với việc cần tăng cường các chương trình truyền thông và chiến lược tiếp cận để tăng mức độ tham gia của công chúng trong các hoạt động thúc đẩy năng lượng bền vững.

Hơn nữa, dữ liệu cho thấy mức độ sẵn sàng khác nhau của người tham gia khảo sát trong việc tham gia vào các sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng. Trong khi 232 người tham gia (45,10%) cho biết sẵn sàng tham gia, một tỷ lệ đáng kể (n=150, 29,20%) cho biết vẫn còn cần cân nhắc. Điều này cho thấy sự cần thiết phải thúc đẩy hoạt động truyền thông nhằm làm rõ những lợi ích và cơ hội liên quan đến các sáng kiến chuyển dịch năng lượng. Hơn nữa, 25,70% số người được hỏi cho biết họ không sẵn sàng tham gia, khi đề cập đến những rào cản hoặc mối lo ngại tiềm ẩn, chẳng hạn như lo ngại về chi phí lớn, thiếu thông tin hoặc thái độ hoài nghi đối với tính hiệu quả của những sáng kiến đó.

Chúng tôi cũng phân loại dữ liệu dựa trên giới tính và nhận thấy có sự đồng đều về mặt giới tính giữa những người từng tham gia sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng² và sẵn sàng tham gia các sáng kiến như vậy sau chương trình³.

KIẾN THỨC VÀ CÁC CHỦ ĐỀ ƯU TIÊN VỀ CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG



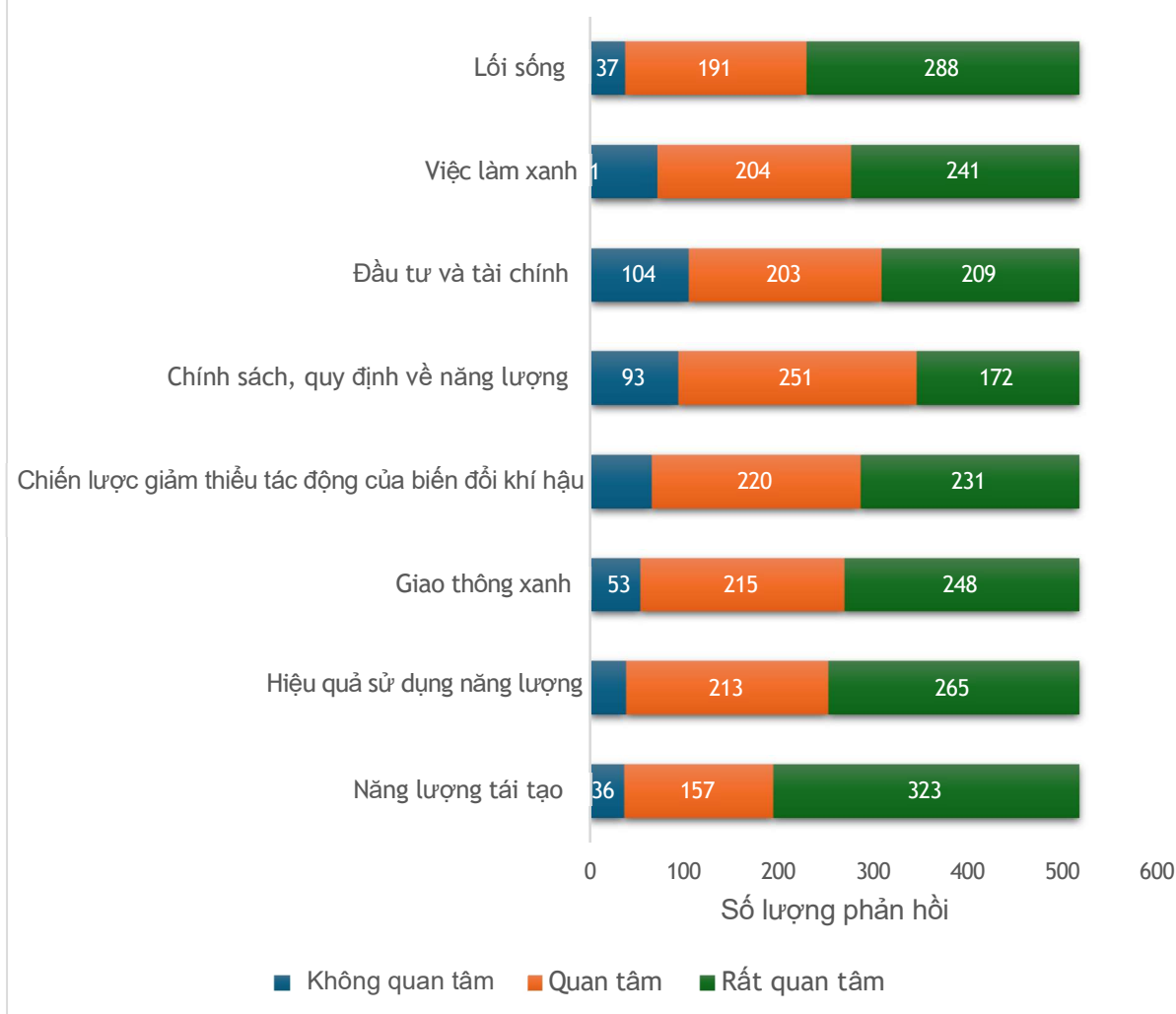
Hình 12: Khảo sát mức độ hiểu biết về chuyển dịch năng lượng của công chúng

Thông tin về mức độ kiến thức liên quan đến "chuyển dịch năng lượng" cho thấy những câu trả lời đa dạng. Một bộ phận (n = 126, 24,40%) chưa bao giờ nghe đến hoặc thiếu kiến thức về thuật ngữ này, trong khi phần lớn (n = 304, 58,90%) đã nghe nói về "chuyển dịch năng lượng" và có hiểu biết cơ bản. Trong khi đó, số lượng tương đối (n = 86, 16,70%) có kiến thức sâu rộng về "chuyển dịch năng lượng", là những người có hiểu biết đầy đủ về sự phức tạp và ý nghĩa của việc quá trình chuyển dịch sang các hoạt động sử dụng năng lượng bền vững. Nhóm này có khả năng đóng vai trò là người ủng hộ hoặc người có ảnh hưởng trong việc thúc đẩy việc áp dụng rộng rãi hơn các sáng kiến chuyển dịch năng lượng trong cộng đồng hoặc tổ chức nơi họ làm việc, sinh hoạt.

²Pearson Chi-Square: $\chi^2 = 1,139$, df = 2, p = 0,566 (p > 0,05)

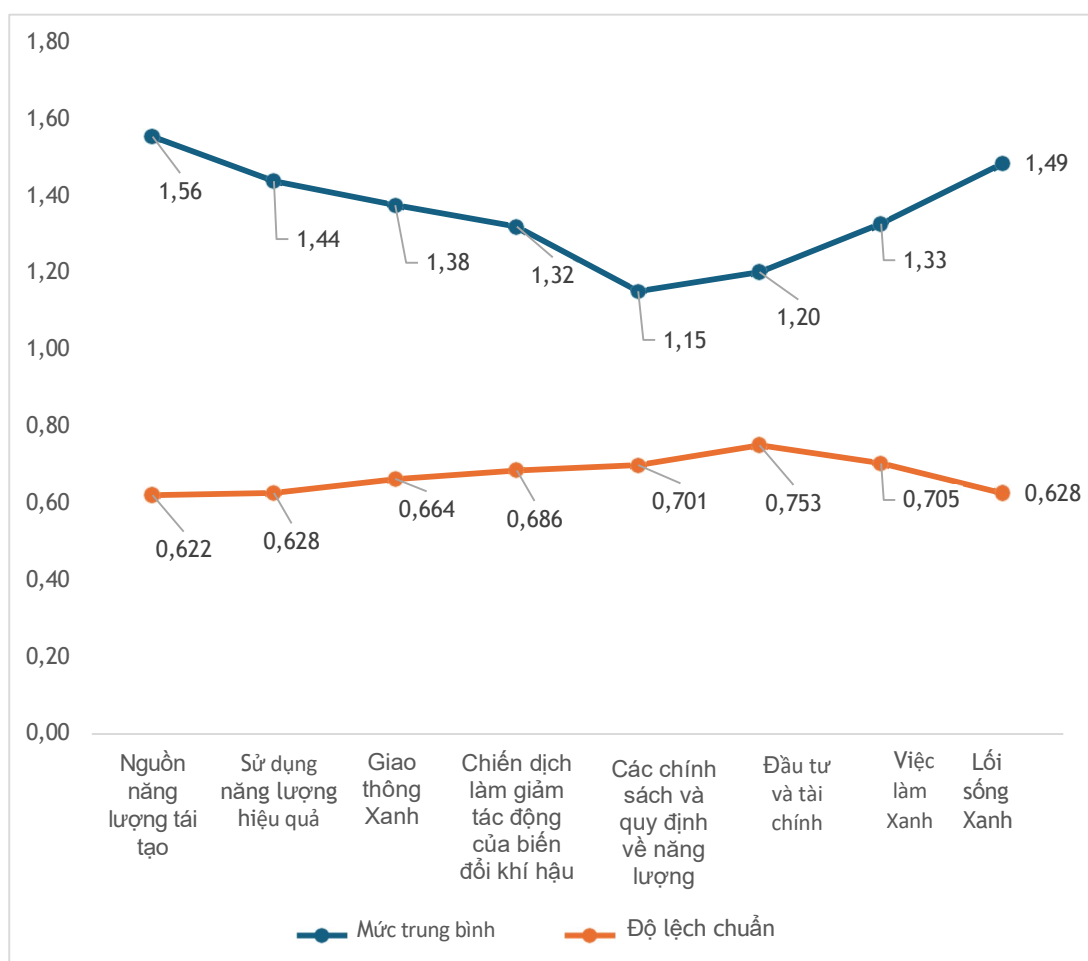
³Pearson Chi-Square: $\chi^2 = 0,272$, df = 2, p = 0,873 (p > 0,05)

Mức độ quan tâm đến các chủ đề liên quan đến chuyển dịch năng lượng



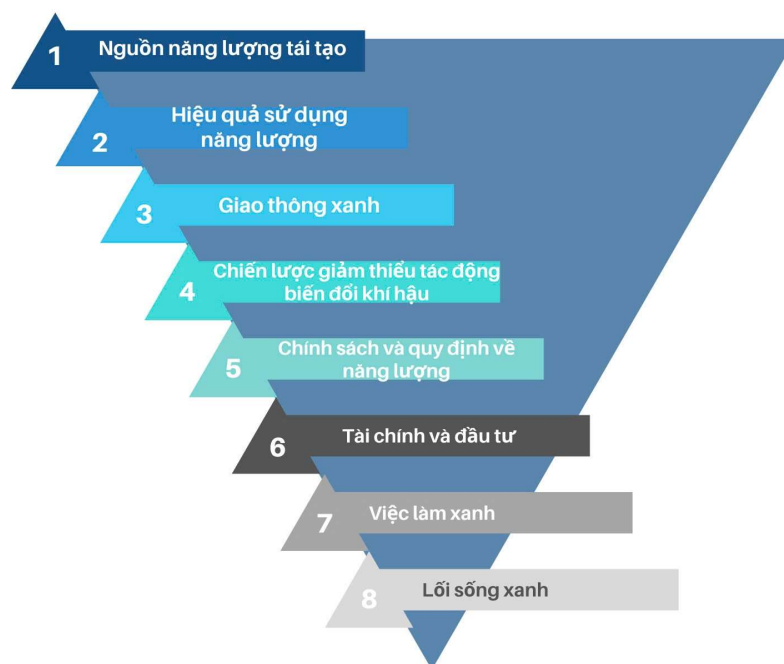
Hình 13: Mức độ quan tâm theo chủ đề

Những phát hiện này cho thấy thái độ nhìn chung là tích cực của công chúng đối với các khía cạnh khác nhau của quá trình chuyển dịch năng lượng. Hầu hết người được hỏi đều bày tỏ sự quan tâm đến các chủ đề được nêu, đặc biệt liên quan đến các nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng và xu hướng thay đổi lối sống. Tuy nhiên, có thể kết quả cũng cho thấy cần nhiều nỗ lực hơn nhằm nâng cao nhận thức và mức độ tham gia của người dân vào các lĩnh vực như chính sách, quy định về năng lượng và đầu tư vào các sáng kiến bền vững. Để hiểu sâu hơn về chủ đề nào thu hút được nhiều sự quan tâm nhất từ người trả lời, chúng tôi tiến hành lập thống kê mô tả đối với từng chủ đề theo thang điểm từ 0 đến 2 (Hình 14).



Hình 14: Đánh giá mức trung bình và độ lệch chuẩn của từng chủ đề liên quan đến chuyển dịch năng lượng

Nhìn chung, dữ liệu cho thấy các nguồn năng lượng tái tạo và lối sống xanh là những chủ đề phổ biến nhất trong số những người được hỏi (trung bình = 1,56 và 1,49 tương ứng), trong khi đầu tư và tài chính, các chính sách và quy định về năng lượng dù có ý nghĩa quan trọng nhưng được đánh giá thấp hơn (trung bình lần lượt là 1,20 và 1,15). Độ lệch chuẩn nằm trong khoảng từ 0,6 đến 0,7 cho thấy rằng mặc dù có sự nhất trí chung về tầm quan trọng của các chủ đề này nhưng vẫn tồn tại một số ý kiến khác nhau. Việc đánh giá trên giúp đưa đến bảng sắp xếp như trong Hình 15 dưới đây.



Hình 15: Sắp xếp các chủ đề theo mức độ quan tâm trong khảo sát

Ngoài các xu hướng chung, nghiên cứu này còn điều tra ảnh hưởng của yếu tố về giới đến các mối ưu tiên đối với các chủ đề chuyển dịch năng lượng đã nêu trên. Để làm rõ về vấn đề này, chúng tôi đã sử dụng các phép thử kiểm định Mann-Whitney U và Chi-Square.

Yếu tố về trong mối quan hệ với	Chủ đề chuyển dịch năng lượng	Kết quả kiểm định Mann-Whitney U	Kết quả kiểm định Chi-Square
	Nguồn năng lượng tái tạo	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,561$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,779$)
	Hiệu quả sử dụng năng lượng	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,178$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,402$)

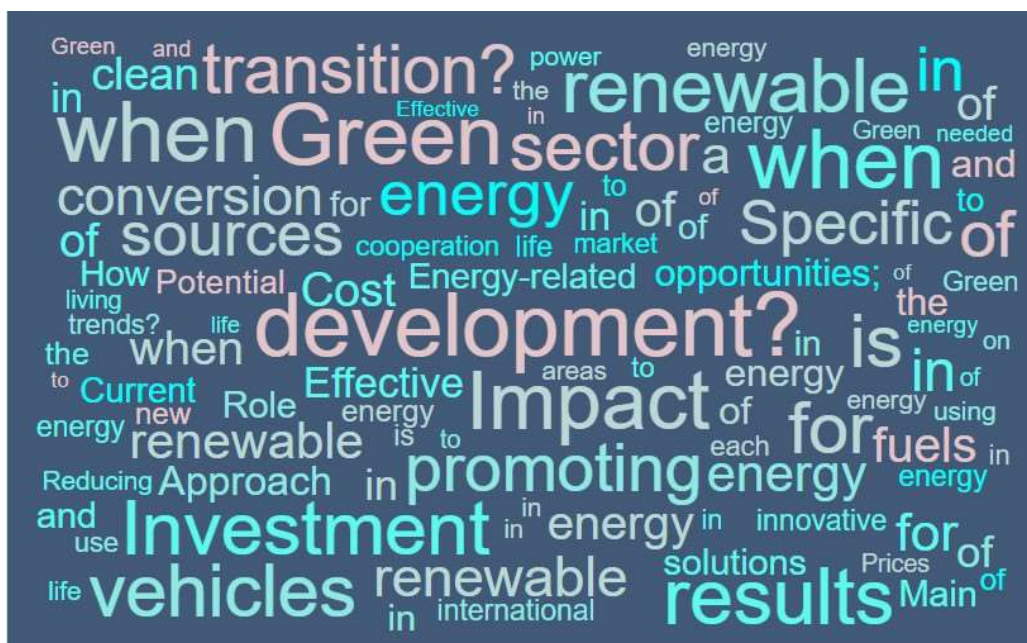
Giao thông xanh	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,729$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,732$)
Chiến lược giảm thiểu biến đổi khí hậu	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,905$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,866$)
Chính sách và quy định về năng lượng	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,515$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,659$)
Đầu tư và Tài chính	Có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,040$)	Có mối liên quan đáng kể ($p = 0,022$)
Việc làm xanh	Không có sự khác biệt đáng kể ($p = 0,261$)	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,519$)

Bảng 5: Kết quả kiểm định Mann-Whitney U và Chi-Square cho thấy mối quan hệ giữa giới tính và các chủ đề được quan tâm liên quan đến chuyển dịch năng lượng

Những phát hiện từ các phép thử kiểm định Mann-Whitney U và Chi-Square đều đưa đến kết luận chung rằng sự khác biệt về giới ảnh hưởng đáng kể đến mối quan tâm về đầu tư và tài chính trong các chủ đề chuyển dịch năng lượng, trong đó nam giới thường có mức độ quan tâm cao hơn. Do đó, cần có các chiến lược truyền thông và tương tác phù hợp nhằm giải quyết những khác biệt này, tiến tới việc tạo dựng những thảo luận mang tính toàn diện và hiệu quả về đầu tư và tài chính trong chuyển dịch năng lượng.

Đối với các chủ đề khác như nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng, giao thông, chiến lược giảm thiểu biến đổi khí hậu, chính sách và quy định về năng lượng, việc làm xanh và lối sống xanh, yếu tố giới tính dường như không ảnh hưởng đáng kể đến mức độ quan tâm. Điều này có nghĩa là các chính sách và sáng kiến nhắm vào các lĩnh vực này có thể được thiết kế với cách tiếp cận tổng quát hơn mà không cần đến các chiến lược cụ thể về giới.

Cũng trong khảo sát, chúng tôi còn yêu cầu người tham gia khảo sát đưa ra các chủ đề bổ sung mà họ quan tâm và nhận được 401 phản hồi. Dưới đây là những chủ đề phổ biến nhất.



Hình 16: Các chủ đề bổ sung được khuyến nghị

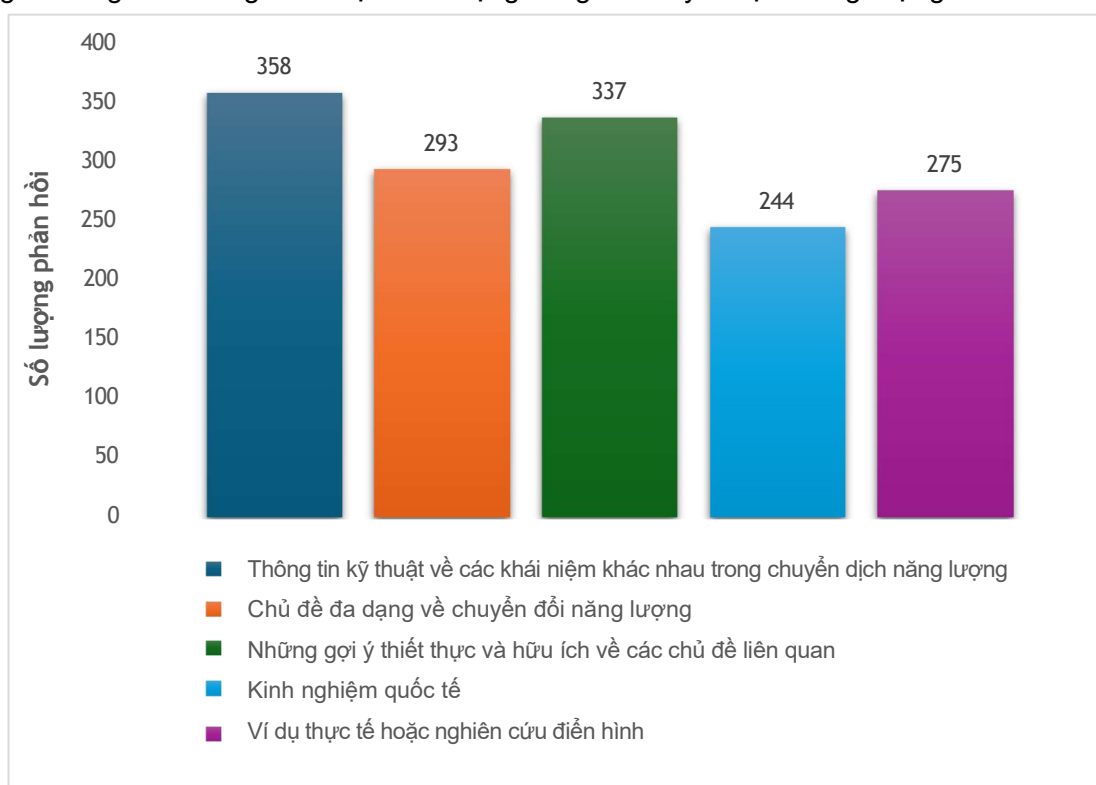
Nhìn chung, các câu hỏi và phản hồi từ người tham gia khảo sát tập trung vào các lĩnh vực sau:

1. Nguồn năng lượng tái tạo: những người tham gia khảo sát đều có chung sự quan tâm về chủ đề liên quan đến các nguồn năng lượng tái tạo. Xu hướng này nhấn mạnh sự hấp dẫn và quan tâm của người dân đối với các giải pháp năng lượng sạch và bền vững.
2. Khung pháp lý và chính sách năng lượng: Đa phần ý kiến bày tỏ mong muốn tham gia với vai trò tích cực hơn trong quá trình tạo dựng chính sách liên quan đến chuyển dịch năng lượng. Điều này cho thấy quan điểm chung về sự quan trọng của chính sách trong việc thúc đẩy chuyển dịch sang năng lượng tái tạo và tạo dựng môi trường pháp lý thuận lợi cho các hoạt động sử dụng năng lượng bền vững.
3. Đầu tư vào cơ sở hạ tầng năng lượng bền vững: Khảo sát ghi nhận tầm quan trọng cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng năng lượng bền vững. Những người tham gia khảo sát đều nhấn mạnh sự quan tâm đến cơ chế tài trợ, định giá năng lượng và phân bổ nguồn lực cho các dự án nhằm chuyển đổi sang các giải pháp năng lượng xanh hơn. Sự quan tâm này cho thấy tầm quan trọng phải xét đến bối cảnh thực tế và nhu cầu tài chính liên quan đến việc nâng cao năng lực năng lượng tái tạo và đảm bảo an ninh năng lượng.
4. Đánh giá tác động và phân tích các kịch bản: Khảo sát cho thấy mối quan tâm từ người dân trong việc hiểu rõ lợi ích và rủi ro liên quan đến việc lựa chọn các giải pháp năng lượng khác nhau, phản ánh tiếp cận chủ động hướng tới việc góp phần giúp các cơ quan chính phủ ra quyết định có tính đến các tác động lâu dài về môi trường, kinh tế và xã hội.

5. Sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả: Khảo sát ghi nhận mối quan tâm thiết thực đối với công nghệ và hành vi nhằm tối ưu hóa việc sử dụng năng lượng và giảm chi phí sử dụng.
6. Cơ hội đầu tư và tài chính xanh: Công chúng có sự quan tâm lớn đến việc hiểu rõ các cơ chế tài chính và cơ hội hỗ trợ triển khai các công nghệ năng lượng tái tạo.
7. Đổi mới công nghệ trong năng lượng: Người tham gia khảo sát cho thấy sự quan tâm tới các giải pháp đổi mới sáng tạo có thể nâng cao độ tin cậy và hiệu quả của hệ thống năng lượng tái tạo.
8. Lợi ích môi trường và xã hội: Nhiều người tham gia khảo sát muốn hiểu rõ lợi ích hữu hình về mặt môi trường và xã hội, đặc biệt liên quan đến sức khỏe, ô nhiễm không khí và phúc lợi xã hội.

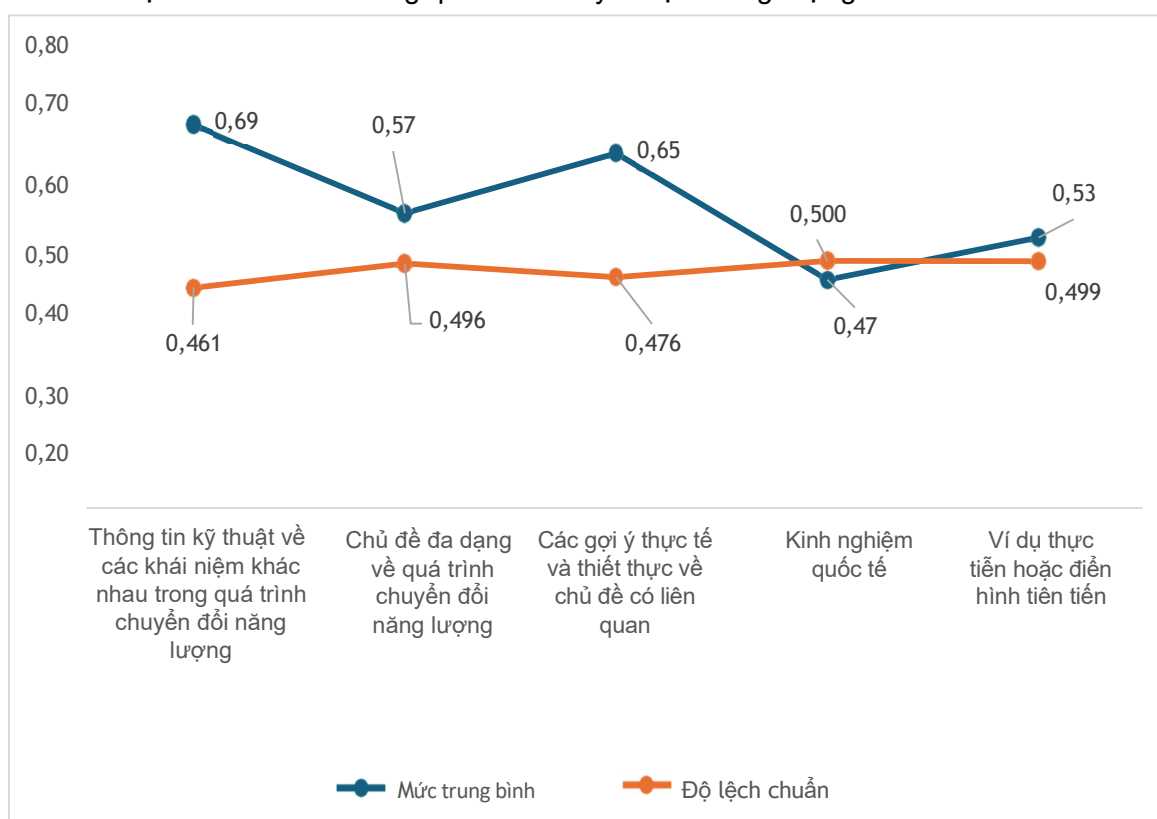
ĐỀ XUẤT NỘI DUNG TRONG CHƯƠNG TRÌNH NÂNG CAO NHẬN THỨC CỘNG ĐỒNG

Dữ liệu khảo sát cho thấy người trả lời có sự quan tâm rõ rệt đối với một số chủ đề nhất định trong chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng.



Hình 17: Mức độ quan tâm về các chủ đề trong chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng

Tỉ lệ cao nhất là thông tin kỹ thuật về các khái niệm khác nhau trong quá trình chuyển dịch năng lượng, chiếm 27,36% tổng số phản hồi. Đứng thứ hai là những chủ đề đưa ra lời khuyên, gợi ý mang tính thiết thực và hữu ích (25,78%). Chủ đề đứng thứ ba là những vấn đề đa dạng liên quan đến chuyển dịch năng lượng, với 22,40%. Điều này cho thấy mặc dù thông tin kỹ thuật và đề xuất thực tế được đánh giá cao nhưng vẫn có sự quan tâm đáng kể đến những nội dung khác xoay quanh lĩnh vực này. Các ví dụ thực tế hoặc nghiên cứu điển hình cũng có mức độ ưu tiên cao, chiếm 21,01%. Điều này chứng tỏ rằng các ứng dụng trong đời sống và các ví dụ hữu hình về khái niệm chuyển dịch năng lượng có ý nghĩa quan trọng đối với công chúng, là minh chứng cụ thể về cách thức áp dụng khái niệm lý thuyết vào thực tế. Cuối cùng, kinh nghiệm quốc tế nhận được 18,64% phản hồi. Mặc dù đây là mức ưu tiên thấp nhất trong số các chủ đề được nêu, nhưng con số này vẫn phản ánh một lượng quan tâm đáng kể đến việc tìm hiểu về các quan điểm và thực tiễn toàn cầu trong quá trình chuyển dịch năng lượng.



Hình 18: Đánh giá trung bình và độ lệch chuẩn của từng chủ đề liên quan đến chuyển dịch năng lượng

Mức độ quan tâm về thông tin kỹ thuật liên quan đến các khái niệm khác nhau trong quá trình chuyển dịch năng lượng là tương đối cao, với điểm trung bình là 0,69. Điều này cho thấy rằng một tỷ lệ đáng kể người được hỏi đánh giá cao những kiến thức chi tiết và kỹ thuật về các chủ

đề chuyển dịch năng lượng. Độ lệch chuẩn 0,461 cho thấy các câu trả lời là nhất quán, khi hầu hết người trả lời đều có chung mức độ quan tâm về thông tin kỹ thuật. Những đề xuất thiết thực và hữu ích về các chủ đề liên quan cũng nhận được sự quan tâm lớn từ công chúng, với điểm trung bình là 0,65. Điểm trung bình cao này cho thấy công chúng mong muốn nhận được lời khuyên hữu ích và phù hợp liên quan đến quá trình chuyển dịch năng lượng. Độ lệch chuẩn 0,476 cao hơn một chút so với thông tin kỹ thuật, cho thấy sự nhất quán vừa phải trong các câu trả lời.

Ngược lại, mức độ ưu tiên dành cho các chủ đề đa dạng về chuyển đổi năng lượng lại thấp hơn một chút, với điểm trung bình là 0,57. Điểm này tuy vẫn cao nhưng thấp hơn điểm về thông tin kỹ thuật và đề xuất thực tế. Độ lệch chuẩn 0,496 cho thấy có nhiều sự khác biệt trong các câu trả lời. Kinh nghiệm quốc tế, với điểm trung bình là 0,47, dường như ít được quan tâm hơn so với các chủ đề khác. Điểm này cho thấy ít người tham gia khả sát muốn tìm hiểu về quá trình chuyển dịch năng lượng từ góc độ quốc tế. Độ lệch chuẩn 0,5, mức cao nhất trong số các loại nội dung, biểu thị sự khác biệt đáng kể về quan điểm, cho thấy quan điểm khác nhau về tính liên quan của kinh nghiệm quốc tế.

Cuối cùng, các ví dụ thực tế hoặc nghiên cứu điển hình có điểm trung bình là 0,53, cho thấy mức độ quan tâm vừa phải. Độ lệch chuẩn 0,499 cho thấy mức độ biến động cao, tương tự như kinh nghiệm quốc tế. Điều này cho thấy rằng trong khi một số người được hỏi đánh giá cao những ví dụ thực tế, thì một số khác có thể không coi chúng là cần thiết.

Yếu tố giới trong mối quan hệ với	Kênh truyền thông	Kết quả kiểm định Chi-Square
	Thông tin kỹ thuật về các khái niệm khác nhau trong chuyển dịch năng lượng	Mối liên quan yếu ($p = 0,0,047$)
	Chủ đề đa dạng về chuyển dịch năng lượng	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,674$)
	Các chủ đề đưa ra lời khuyên thiết thực và hữu ích	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,283$)
	Kinh nghiệm quốc tế	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,294$)

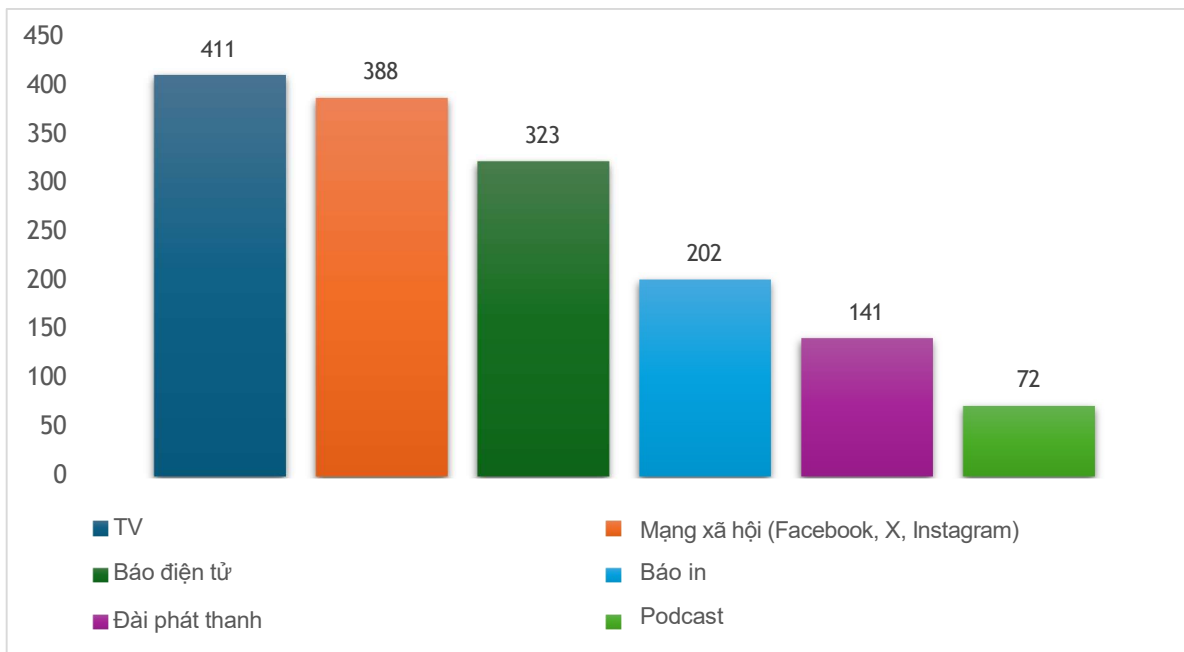
Ví dụ thực tế hoặc nghiên cứu điển hình	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,800$)
--	---

Bảng 6: Kết quả kiểm định Chi-square cho thấy mối quan hệ giữa giới tính và mức độ quan tâm về nội dung trong các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng

Nhìn chung, phân tích chỉ ra rằng giới tính ảnh hưởng đáng kể đến mức độ quan tâm về thông tin kỹ thuật về các khái niệm khác nhau trong chuyển dịch năng lượng ($p = 0,047$), trong đó mức độ quan tâm của nam giới cao hơn nữ giới. Tuy nhiên, đối với các chủ đề đa dạng về chuyển dịch năng lượng, những chủ đề mang gợi ý thiết thực và hữu ích, kinh nghiệm quốc tế và các ví dụ hoặc nghiên cứu điển hình thực tế, không có mối liên hệ đáng kể nào giữa giới tính và mức độ quan tâm.

CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG HAY ĐƯỢC SỬ DỤNG

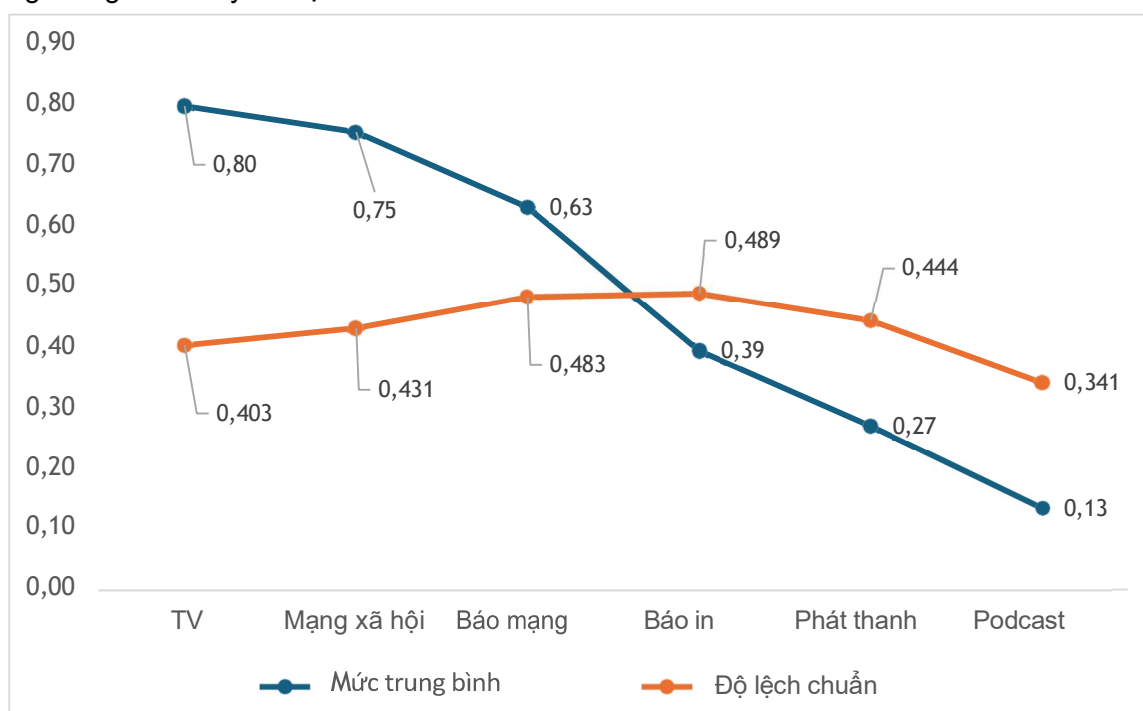
Phân tích hành vi sử dụng phương tiện truyền thông của những người tham gia khảo sát cho thấy sự khác biệt đáng kể. Truyền hình được đánh giá là phương tiện truyền thông có tính tiếp cận rộng rãi, với 79,65% (411 trên 516) số người được hỏi cho biết thường xuyên xem TV. Các nền tảng mạng xã hội, bao gồm Facebook, X (trước đây là Twitter) và Instagram, cũng được sử dụng nhiều, với 75,19% (388 trên 516) số người được hỏi tương tác với các kênh này.



Hình 19: Mức độ sử dụng các kênh truyền thông

Báo điện tử là phương tiện phổ biến thứ ba, với 62,60% (323 trên 516) người phản hồi. Điều này cho thấy xu hướng ngày càng tăng của việc tiếp nhận thông tin qua các nền tảng kỹ thuật số, cũng như tầm quan trọng của việc duy trì thông tin, tin tức qua hình thức trực tuyến. Ngược lại, báo in với tỉ lệ 39,15% (202 trên 516) cho thấy mức độ tương tác vừa phải. Điều này cho thấy vai trò của báo in đối với một bộ phận người dân nhất định, đặc biệt là những người ưa thích tiếp nhận thông tin thông qua các mô hình truyền thông truyền thống.

Sản phẩm phát thanh, với tỉ lệ 27,33% (141 trên 516), là phương tiện ít phổ biến hơn nhưng vẫn cần thiết đối với một số nhóm đối tượng mục tiêu, đặc biệt là đối với một bộ phận người dân địa phương và người đi làm sử dụng phương tiện công cộng, xe hơi. Podcast là phương tiện ít được sử dụng nhất, với tỉ lệ 13,95% (72 trên 516). Mặc dù có mức độ phổ biến thấp hơn nhưng podcast có thể mang lại hiệu quả phù hợp trong những trường hợp đặc thù, đặc biệt là với những nội dung mang tính chuyên biệt.



Hình 20: Xếp hạng trung bình và độ lệch chuẩn của từng kênh truyền thông

Số liệu thống kê mô tả ở trên nêu bật các xu hướng về thói quen sử dụng truyền thông của người tham gia khảo sát. Các giá trị tối thiểu và tối đa cho từng loại phương tiện, nằm trong khoảng từ 0 đến 1, cho thấy rằng tất cả các tùy chọn phương tiện đều đã được người trả lời cân nhắc, trong đó một số cho biết không có ưu tiên (0) và một số khác nêu rõ các ưu tiên (1).

Giá trị trung bình của từng loại phương tiện truyền thông cung cấp chỉ dấu rõ ràng về xu hướng

ưa thích chung của người trả lời. Truyền hình được xem là loại phương tiện truyền thông được ưa thích nhất, với điểm trung bình là 0,80. Thứ hai là các mạng xã hội, với số điểm trung bình là 0,75. Báo điện tử cũng chiếm một tỷ trọng đáng kể, với điểm trung bình là 0,63. Ngược lại, báo in (trung bình = 0,39), đài phát thanh (trung bình = 0,27) và podcast (trung bình = 0,13) cho thấy tỷ lệ ưu tiên thấp hơn, đồng nghĩa với mức độ ưa chuộng ít hơn.

Các giá trị độ lệch chuẩn làm rõ thêm sự thay đổi trong thói quen sử dụng truyền thông của người dân. Truyền hình (Độ lệch chuẩn = 0,403) và mạng xã hội (Độ lệch chuẩn = 0,431) ghi nhận mức độ biến đổi vừa phải, cho thấy rằng mặc dù các loại phương tiện truyền thông này thường được ưa thích hơn nhưng vẫn có khác biệt về mức độ ưa thích này giữa những người trả lời. Báo điện tử (Độ lệch chuẩn = 0,483) và báo in (Độ lệch chuẩn = 0,489) hiển thị mức độ biến động cao hơn, gợi ý nhiều ý kiến đa dạng hơn về các loại phương tiện truyền thông này. Đài phát thanh (Độ lệch chuẩn = 0,444) cũng cho thấy độ biến thiên vừa phải, trong khi podcast (Độ lệch chuẩn = 0,341) cho thấy độ biến thiên thấp hơn, đồng nghĩa với việc quan điểm người trả lời về podcast là khá đồng đều.

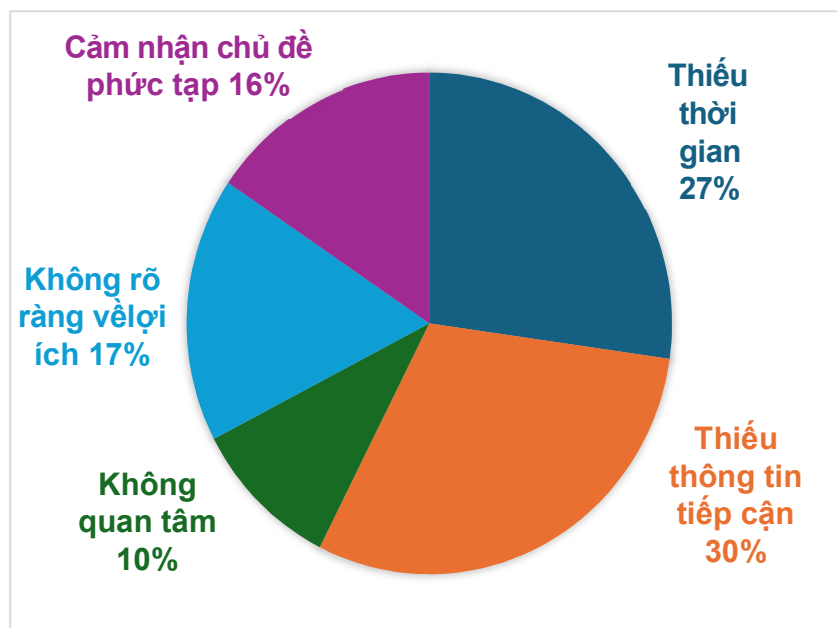
Mối quan hệ giữa yếu tố giới với	Kênh truyền thông	Kết quả kiểm định Chi-Square
	TV	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,121$)
	Mạng xã hội	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,682$)
	Báo điện tử	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,110$)
	Báo in	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,094$)
	Đài phát thanh	Không có mối liên quan đáng kể ($p = 0,423$)

Podcast	Không có mối liên quan đáng kể ($p =$ 0,843)
---------	---

Bảng 7: Kết quả kiểm định Chi-square thể hiện mối quan hệ giữa yếu tố về giới và các kênh truyền thông

Kết quả kiểm định chi-square cho thấy không có mối liên hệ đáng kể nào giữa yếu tố giới và thói quen sử dụng các loại hình truyền thông được đề cập (TV, mạng xã hội, báo điện tử, báo in, đài phát thanh, podcast). Những kết quả này chỉ ra rằng yếu tố giới không đóng vai trò trong việc xác định thói quen sử dụng truyền thông trong số các nhóm người tham gia khảo sát. Kết quả này cho thấy trong quá trình lên kế hoạch triển khai chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng đối với từng kênh truyền thông khác nhau, việc phân tách yếu tố giới tính có thể không cần thiết.

CÁC RÀO CẢN TÁC ĐỘNG ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THÔNG TIN LIÊN QUAN ĐẾN CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG



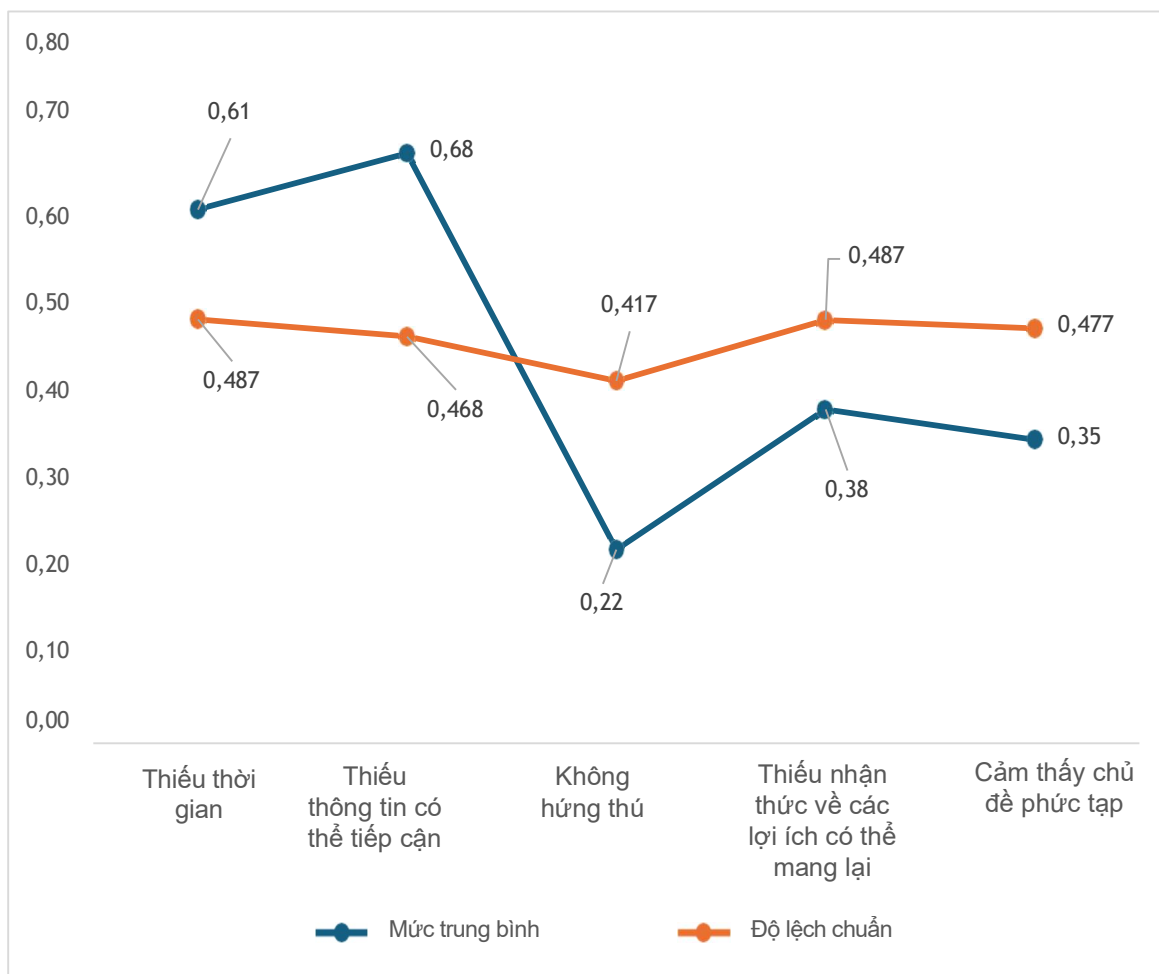
Hình 21: Các rào cản ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thông tin của người tham gia khảo sát

Việc phân tích các rào cản cần cho thấy một số thách thức nổi bật cần được giải quyết. Nổi bật

nhất trong số này là vấn đề hạn chế về thời gian, được trích dẫn bởi 316 (61,2%) người được hỏi. Phát hiện này nhấn mạnh tác động đáng kể của yếu tố thời gian đối với việc mỗi cá nhân trong việc chủ động tham gia các sáng kiến hay thảo luận về chủ đề năng lượng. Hơn nữa, rào cản về khó tiếp cận thông tin, với 350 người trả lời (67,8%), cho thấy việc thiếu hoặc không có đầy đủ thông tin để tiếp cận cho công chúng.

Hơn nữa, khảo sát chỉ ra rằng một tỷ lệ đáng kể số người được hỏi—115 người (22,3%)—bày tỏ việc không mấy quan tâm đến các chủ đề liên quan. Kết quả này cho động lực tự thân hoặc nhận thức cá nhân đóng vai trò then chốt trong việc xác định mức độ sẵn sàng tham gia vào nỗ lực thúc đẩy chuyển dịch năng lượng. Tương tự, 198 người trả lời (38,4%) cho biết không nắm rõ các lợi ích liên quan khiến họ còn ngần ngại tham gia vào quá trình chuyển dịch năng lượng, điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của nỗ lực truyền thông và nêu bật những lợi ích hữu hình để thúc đẩy sự tham gia của công chúng.

Cuối cùng, nhận thức về sự tính phức tạp xung quanh chủ đề này nổi lên như một rào cản đáng kể, với 180 người trả lời (34,9%). Phát hiện này cho thấy rằng nhiều người cảm thấy các chủ đề phức tạp hoặc khó khăn trong việc hiểu rõ các vấn đề liên quan ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định tham gia vào nỗ lực chung của người dân.



Hình 22: Đánh giá trung bình và độ lệch chuẩn của các rào cản ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thông tin

Kiểm tra tần suất cũng đưa ra các kết luận tương tự. Rào cản “Thiếu thời gian” là đáng chú ý với điểm trung bình là 0,61. Độ lệch chuẩn 0,487 cho thấy rằng mặc dù đây là rào cản chung nhưng có một số khác biệt trong mức độ cảm nhận của những người trả lời về yếu tố này. Thứ hai, “Thiếu thông tin dễ tiếp cận” đạt điểm cao nhất trong số các rào cản được liệt kê, với điểm trung bình là 0,68. Độ lệch chuẩn 0,468 cho thấy nhận thức tương đối nhất quán của người trả lời rằng khó khăn trong tiếp cận thông tin là một rào cản lớn.

Ngược lại, rào cản “Không quan tâm” có điểm trung bình thấp hơn đáng kể là 0,22, cho thấy việc thiếu quan tâm không phải là vấn đề lớn đối với hầu hết người trả lời. Tuy nhiên, độ lệch chuẩn 0,417 cho thấy có sự khác biệt đáng kể trong các câu trả lời, cho thấy rằng mặc dù có nhiều người quan tâm nhưng có một bộ phận không nhỏ lại thiếu sự quan tâm. Rào cản “Thiếu hiểu biết về lợi ích” có điểm trung bình là 0,38 cho thấy mức độ quan tâm ở mức trung bình của người

tham gia khảo sát. Độ lệch chuẩn 0,487 cho thấy có nhiều câu trả lời khác nhau, nghĩa là một số người trả lời hiểu rõ lợi ích trong khi những người khác thì không, điều này nêu bật sự cần thiết phải truyền thông rõ ràng hơn về những lợi ích của quá trình chuyển đổi năng lượng.

Cuối cùng, rào cản “Cảm thấy chủ đề này phức tạp” có điểm trung bình là 0,35, cho thấy mức độ khó khăn vừa phải mà người trả lời nhận thấy trong việc hiểu chủ đề. Độ lệch chuẩn 0,477 cho thấy mức độ biến thiên khá lớn, đồng nghĩa với việc trong khi một số người trả lời thấy chủ đề này dễ nắm bắt thì những người khác lại thấy nó khá phức tạp.

Mối quan hệ của yếu tố giới tính với	Kênh truyền thông	Kết quả kiểm định Chi-Square
	Thiếu thời gian	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,373)
	Thiếu thông tin có thể tiếp cận	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,412)
	Không quan tâm	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,200)
	Không hiểu rõ về lợi ích	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,616)
	Cảm thấy chủ đề này phức tạp	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,423)
	Podcast	Không có mối liên quan đáng kể (p = 0,495)

Bảng 8: Kết quả kiểm định chi-square đánh giá mối quan hệ giữa yếu tố giới và các rào cản ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thông tin

Phân tích về kiểm định chi-square cho thấy kết luận nhất quán rằng giới tính không ảnh hưởng đáng kể đến các rào cản được ghi nhận liên quan đến việc tiếp cận thông tin về chuyển dịch năng lượng. Điều này cho thấy cả nam và nữ đều có nhận thức giống nhau về những rào cản này và do đó cần có một chiến lược chung nhằm truyền tải thông tin hấp dẫn và dễ tiếp cận thay vì cách tiếp cận mang tính đặc thù cho từng giới riêng biệt.

NHỮNG PHÁT HIỆN CHÍNH TỪ HỘI THẢO THAM VẤN VÀ KHẢO SÁT SỰ KHẢO SÁT

Từ những phát hiện thu được từ các hội thảo tham vấn và khảo sát, chúng tôi tóm tắt trong bảng dưới đây những khuyến nghị chính trong việc lên kế hoạch về chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng. Các khuyến nghị được nhóm theo các thông số được xác định trong phần phương pháp luận.

Tham số	Hội thảo tham vấn	Khảo sát
<i>Nhân khẩu học</i>	Không áp dụng	Nhìn chung, giới tính không ảnh hưởng đến thói quen và ưu tiên của những người tham gia khảo sát. Khi thiết kế chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng nhắm vào các đối tượng mục tiêu, việc triển khai cách tiếp cận có xét đến yếu tố giới là không cần thiết. Tuy nhiên, liên quan đến kỳ vọng mục tiêu đối với chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng, giới tính ảnh hưởng đến mức độ quan tâm về thông tin kỹ thuật liên quan đến các khái niệm khác nhau trong chuyển dịch năng lượng, trong đó nam giới muốn tìm hiểu rõ về thông tin kỹ thuật hơn so với nữ giới.
<i>Quan điểm hiện tại của người dân về các sáng kiến chuyển dịch năng lượng</i>	Những người tham gia hội thảo tham vấn đã cho thấy mức nhận thức ngày càng tăng về tầm quan trọng và lợi ích của năng lượng tái tạo và các sáng kiến chuyển dịch năng lượng. Tuy nhiên, vẫn còn những rào cản đáng kể ảnh hưởng tới quá trình này. Chúng bao gồm những khoảng trống về quy định,	Phần lớn (54,60%) số người được hỏi chưa tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng, điều này cho thấy một phần đáng kể có thể ít quen thuộc hoặc ít hoạt động hơn trong lĩnh vực này. Khoảng 37,70% đã có mức độ tham gia nhất định và 7,8% người

chẳng hạn như luật và chính sách chưa đầy đủ hoặc không rõ ràng liên quan đến đầu tư vào năng lượng tái tạo, điều kiện cơ sở hạ tầng, đặc biệt là về giao thông và lưới điện. Những rào cản này tạo ra sự thiếu nhất quán trong việc triển khai và mức độ hiểu biết về vấn đề, đặc biệt là ở cấp địa phương, vốn còn nhiều hạn chế trong nhận thức về chính sách tăng trưởng xanh. Ngoài ra các dữ liệu còn ghi nhận mức độ thiếu nhận thức và hiểu biết trong khu vực tư nhân, điều này cản trở việc áp dụng rộng rãi hơn các mô hình, cách làm bền vững về chuyển dịch năng lượng

Để giải quyết những thách thức trên, điều cần thiết là phải thúc đẩy một cách có hệ thống việc tăng cường nhận thức và kiến thức ở tất cả các cấp chính quyền và khu vực tư nhân. Trong đó tập trung nhấn mạnh lợi ích về sức khỏe và môi trường của việc giảm ô nhiễm không khí, cũng như lợi ích kinh tế của việc giảm sự phụ thuộc vào nhiên liệu nhập khẩu, có thể thúc đẩy các bên liên quan tham gia tích cực hơn vào các sáng kiến chuyển đổi năng lượng. Khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân thông qua những minh chứng rõ ràng về lợi ích tài chính và hoạt động lâu dài sẽ giúp vượt qua những trở ngại và thúc đẩy việc áp dụng rộng rãi hơn các giải pháp năng lượng tái tạo.

tham gia không có ý định tham gia vào các sáng kiến như vậy.

Con số trên nhấn mạnh sự cần thiết của các nỗ lực tiếp cận và xây dựng nhận thức có cấu trúc chặt chẽ hơn. Những điều này cần được điều chỉnh để đảm bảo việc tiếp cận công chúng hiệu quả hơn, đặc biệt là những người có mức độ tham gia hạn chế hoặc không tham gia.

Duy trì mức độ quan tâm tham gia các sáng kiến

Việc duy trì và tăng cường sự quan tâm đến các sáng kiến chuyển dịch năng lượng sau chiến dịch đòi hỏi phải có hoạt động truyền thông nhất

Số liệu cho thấy triển vọng tích cực hơn về sự tham gia trong tương lai của người dân (45,10%), đây là con số đáng khích lệ về tỉ lệ người dân sẵn

<i>chuyển dịch năng lượng sau chiến dịch</i>	quán và hấp dẫn nhằm nêu bật các cơ hội kinh tế và lợi ích lâu dài của năng lượng tái tạo. Những đại biểu tham gia hội thảo chỉ ra rằng thông điệp rõ ràng về tạo việc làm, tiềm năng đầu tư xã hội và tác động phát triển bền vững của quá trình chuyển dịch năng lượng là rất quan trọng. Những câu chuyện thành công và nghiên cứu cách làm hay từ các khu vực hoặc quốc gia khác có thể truyền cảm hứng, tạo niềm tin và củng cố cam kết giữa các bên liên quan bằng cách cung cấp những ví dụ cụ thể về kết quả tích cực của các nỗ lực chuyển dịch năng lượng. Để duy trì mối quan tâm này, điều quan trọng là phải tạo ra các cơ hội tương tác thường xuyên để người dân có thể thấy được thành quả thực tế từ nỗ lực của họ. Điều này có thể bao gồm các hội thảo theo sau, cập nhật thường xuyên về tiến độ dự án và cơ hội cho các bên liên quan tham gia vào các sáng kiến mới.	sàng tham gia các sáng kiến trong tương lai. Tuy nhiên, gần một phần ba (29,20%) cho biết họ không chắc sẽ tham gia tiếp. Điều này nêu bật tầm quan trọng của việc duy trì thông tin để tác động tới quyết định của người dân. Cần tăng cường nỗ lực để tìm hiểu lý do đằng sau các câu trả lời “Không chắc chắn” và “Không”. Điều này sẽ cung cấp những hiểu biết rõ ràng về các rào cản đối với sự tham gia (chẳng hạn như thiếu thông tin, chi phí dự kiến) và cơ hội để tăng cường sự tham gia.
<i>Kiến thức về năng lượng</i>	Trong khi hội thảo đã ghi nhận mức độ tham gia cao vào các hoạt động liên quan đến năng lượng của các đại biểu, thì mức độ kiến thức cơ bản về chuyển dịch năng lượng đòi hỏi phải có chiến lược tập trung vào giáo dục và phổ biến thông tin.	Dữ liệu cho thấy một phần đáng kể (24,4%) chưa bao giờ nghe nói đến hoặc thiếu kiến thức về 'chuyển dịch năng lượng'. Phần lớn (58,9%) đã nghe nói về 'chuyển đổi năng lượng' và/hoặc có hiểu biết cơ bản. Phát hiện này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thu hẹp khoảng cách kiến thức và nâng cao hiểu biết của công chúng về các khái niệm chuyển dịch năng lượng khác nhau. Do số lượng đáng kể những người được hỏi không có kinh nghiệm trước đây về chuyển dịch năng lượng, điều này cho

		thấy sự cần thiết phải tập trung vào việc cung cấp kiến thức cơ bản và chính xác hơn thay vì kiến thức chuyên sâu và mang tính kỹ thuật.
<i>Những chủ đề được quan tâm</i>	Những người tham gia bày tỏ sự quan tâm lớn đến các chủ đề thiết thực và phù hợp, liên quan trực tiếp đến cuộc sống hàng ngày và hoạt động kinh doanh của họ. Khai thác tài nguyên tái tạo đứng đầu danh sách các chủ đề được ưu tiên. Ngoài ra, còn có sự quan tâm đáng kể đến việc tìm hiểu về công nghệ năng lượng sạch và các phương pháp sản xuất hiện đại, tiết kiệm chi phí.	Những con số này cho thấy thái độ tích cực nói chung của người dân đối với các chủ đề chuyển dịch năng lượng khác nhau, trong đó tập trung vào các nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng, giao thông xanh và thay đổi lối sống. Các lĩnh vực như chính sách và quy định, đầu tư và tài chính, việc làm xanh có mức độ ưu tiên thấp hơn nhưng cũng mang lại cơ hội cho cách tiếp cận mang tính chọn lọc và phát triển chính sách nhằm tăng cường sự tham gia và hỗ trợ của công chúng.
<i>Hành vi sử dụng truyền thông</i>	Truyền thông hiệu quả đòi hỏi sự kết hợp giữa phương tiện truyền thông truyền thống (TV, radio) để tiếp cận rộng rãi và nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội) để thu hút khán giả trẻ hơn và thúc đẩy đối thoại tương tác. Các phương tiện truyền thông truyền thống, chẳng hạn như truyền hình và đài phát thanh, vẫn cần thiết để tiếp cận nhiều đối tượng, đặc biệt là những người lớn tuổi và những người ở khu vực nông thôn.	Các phát hiện cho thấy các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng nên ưu tiên truyền hình và mạng xã hội làm kênh chính để phổ biến thông tin, do tỷ lệ sử dụng cao trong cộng đồng. Báo điện tử với tỉ lệ cao cũng là một kênh thông tin quan trọng Báo in, phát thanh và podcast, mặc dù ít được ưa chuộng hơn, nhưng cũng có vai trò nhất định, nhất là khi xét đến sự đa dạng về các thành phần trong xã hội.
<i>Phương thức trình bày nội dung</i>	Các đại biểu muốn hướng tới các thông tin được trình bày rõ ràng, dễ tiếp cận, với các hình thức hấp dẫn như câu chuyện thành công, nghiên cứu điển hình và ứng dụng thực tế. Cách tiếp cận này giúp làm đơn giản hóa các khái niệm phức tạp và cung cấp các ví dụ cụ thể về cách các sáng kiến năng lượng tái tạo có thể	Dữ liệu nhấn mạnh mức độ quan tâm lớn đối với thông tin mang tính kỹ thuật, đề xuất thực tế. Mặt khác, người dân cũng muốn tìm hiểu về các chủ đề đa dạng, kinh nghiệm quốc tế và ví dụ thực tế. Đối với các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng, cần cách tiếp

	mang lại lợi ích cho các cá nhân và cộng đồng. Nội dung trực quan, chẳng hạn như đồ họa thông tin, video và các công cụ tương tác, cũng rất được ưa chuộng vì khả năng đơn giản hóa thông tin và làm cho thông tin trở nên dễ hiểu hơn. Để tăng cường mức độ tương tác, nội dung phải được điều chỉnh để giải quyết các mối quan tâm cụ thể của các phân khúc đối tượng khác nhau. Ví dụ: các doanh nghiệp có muốn hiểu rõ những trường điển hình chi tiết thể hiện lợi ích tài chính và hiệu quả trong mô hình hoạt động, trong khi công chúng có thể quan tâm hơn với những câu chuyện nêu bật những cải thiện về sức khỏe và môi trường. Việc cung cấp các mẹo thực tế và khuyến nghị thực tế mà người dân có thể thực hiện để đóng góp cho nỗ lực chuyển dịch năng lượng có thể nâng cao hơn nữa tính hiệu quả của nội dung thông tin.	cân cân bằng giữa nội dung kỹ thuật và nội dung thực tiễn, mang tính áp dụng cao, đồng thời xem xét các mối quan tâm đa dạng đối với các loại thông tin khác.
<i>Đối tượng mục tiêu được đề xuất</i>	Đối tượng chính của chương trình nâng cao nhận thức về chuyển dịch năng lượng bao gồm các cơ quan chính phủ, doanh nghiệp khu vực tư nhân, lãnh đạo cộng đồng, tổ chức giáo dục, công chúng và các đối tác quốc tế.	không áp dụng
<i>Kỳ vọng vào chương trình nâng cao nhận thức</i>	Những người tham gia mong đợi các chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng sẽ cung cấp thông tin và thúc đẩy công chúng tham gia bằng cách nêu bật các lợi ích về sức	Dữ liệu chỉ ra rằng chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng toàn diện về chuyển dịch năng lượng nên bao gồm sự kết hợp của thông tin kỹ thuật, khuyến nghị mang tính thực tiễn, chủ

<i>cộng đồng</i>	khỏe, môi trường và kinh tế của quá trình chuyển dịch năng lượng. Các chương trình nên hướng tới việc giải quyết những quan niệm sai lầm phổ biến và cung cấp thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận để làm sáng tỏ các khái niệm phức tạp. Nhấn mạnh những lợi ích hữu hình, chẳng hạn như cải thiện sức khỏe cộng đồng, tạo việc làm và tăng cường an ninh năng lượng, có thể giúp thúc đẩy sự tham gia rộng rãi hơn.	đa dạng, quan điểm quốc tế và nghiên cứu trường hợp thực tế để thu hút và cung cấp thông tin cho khán giả một cách hiệu quả.
<i>Rào cản tiếp cận thông tin</i>	Các rào cản đáng kể đối với việc tiếp nhận thông tin được xác định trong các hội thảo bao gồm thông tin sai lệch, thuật ngữ kỹ thuật khó hiểu, thiếu hướng dẫn để tiếp cận và thái độ hoài nghi đối với các công nghệ mới. Thông tin sai lệch và thuật ngữ kỹ thuật có thể tạo ra sự nhầm lẫn và cản trở sự hiểu biết, khiến các bên liên quan khó đưa ra quyết định sáng suốt. Vượt qua những rào cản này đòi hỏi phải có chiến lược truyền thông rõ ràng, minh bạch và hỗ trợ cá nhân hóa. Đơn giản hóa thông tin phức tạp, sử dụng ngôn ngữ đơn giản và cung cấp các ví dụ thực tế có thể giúp cải thiện sự hiểu biết. Giải quyết sự hoài nghi thông qua truyền thông dựa trên thông tin, nội dung đáng tin cậy, và thể hiện những lợi ích hữu hình của năng lượng tái tạo cũng có thể giúp xây dựng lòng tin và sự ủng hộ cho các sáng kiến chuyển dịch năng lượng.	Dữ liệu cho thấy rào cản quan trọng nhất đối với việc tiếp cận thông tin là thiếu thông tin để tiếp cận và thiếu thời gian. Các rào cản liên quan đến mức độ hiểu biết, chẳng hạn như thiếu sự quan tâm, hiểu biết về lợi ích và nhận thức về sự phức tạp của chủ đề cũng được nêu lên. Cần triển khai các chiến lược hiệu quả để giải quyết những rào cản này. Đặc biệt, cần có sự truyền thông rõ ràng hơn về lợi ích của việc chuyển dịch năng lượng, thông tin phải dễ tiếp cận và dễ hiểu đối với công chúng.

Các hội thảo tham vấn và khảo sát đã cung cấp sự hiểu biết toàn diện về nhận thức, quan điểm của công chúng, cũng như mức độ tham gia của họ đối với các sáng kiến chuyển dịch năng

lượng. Các hội thảo cũng đã nêu bật một số rào cản và cơ hội quan trọng trong việc thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo ở Việt Nam. Nhìn chung, các đại biểu đều chia sẻ quan điểm về tầm quan trọng và lợi ích của năng lượng tái tạo, chẳng hạn như cải thiện sức khỏe cộng đồng và đảm bảo an ninh năng lượng, nhưng cũng xác định những trở ngại đáng kể. Chúng bao gồm những khoảng trống về quy định, điều kiện cơ sở hạ tầng và thiếu nhận thức và hiểu biết trong cả khu vực chính phủ và tư nhân. Các hội thảo nhấn mạnh sự cần thiết phải triển khai các chương trình truyền thông và giáo dục mang tính hệ thống ở tất cả các cấp chính quyền và khu vực tư nhân để tăng cường sự tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng.

Mặt khác, cuộc khảo sát cho thấy mức độ tham gia và kiến thức đa dạng về chuyển dịch năng lượng. Một bộ phận đáng kể số người được hỏi cho biết họ ít hoặc gần như không tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng, điều này cho thấy cần triển khai các chương trình nâng cao nhận thức mang tính đồng bộ. Mặc dù người tham gia đều bày tỏ thái độ tích cực đối với các chương trình, sáng kiến về năng lượng trong tương lai, nhưng gần một phần ba số người được hỏi vẫn không chắc chắn. Điều này nêu bật sự cần thiết phải duy trì truyền thông có mục tiêu và tiếp tục cung cấp thông tin hữu ích tới người dân. Hơn nữa, kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn thách thức về nhận thức không đồng đều giữa các nhóm bộ phận dân cư, trong đó nhiều người chưa nắm được hiểu biết cơ bản về các khái niệm chuyển dịch năng lượng. Giải quyết những thách thức này thông qua thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận là rất quan trọng để thúc đẩy sự ủng hộ rộng rãi hơn của công chúng đối với các sáng kiến năng lượng tái tạo.

BẢN ĐỒ PHÂN TÍCH ĐỐI TƯỢNG VÀ CHIẾN LƯỢC TRONG THỜI GIAN TỚI

Để giải quyết một cách hiệu quả những thách thức được nhận diện từ các hội thảo tham vấn và khảo sát, chúng tôi đã tiến hành lập bản đồ và phân tích các đối tượng mục tiêu liên quan đến sáng kiến chuyển dịch năng lượng. Bảng dưới đây nêu chi tiết các đối tượng mục tiêu dựa trên các đặc điểm riêng, mức độ nhận thức, quan tâm, kiến thức về năng lượng, chủ đề được đề xuất, thói quen sử dụng phương tiện truyền thông, phương thức trình bày ưu tiên, rào cản tiếp thu thông tin và chiến lược tương tác. Phân tích toàn diện này nhằm hỗ trợ việc lên kế hoạch và triển khai chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng phù hợp với nhu cầu và mức độ quan tâm cụ thể của từng nhóm bên liên quan. Thông qua việc hiểu rõ và hướng tới những thách thức và mối quan tâm riêng của các nhóm đối tượng khác nhau, chúng tôi có thể nâng cao hiệu quả của chương trình truyền thông và tổ chức hiệu quả kế hoạch triển khai của chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng. Quá trình lập bản đồ đối tượng cũng hỗ trợ mở rộng phạm vi tiếp cận và tính tương tác của người dân về chương trình.

	Các cơ quan chính phủ	Khu vực tư nhân	Các nhà lãnh đạo cộng đồng	Cơ sở giáo dục	Nhà báo, người làm truyền thông	Công chúng
Đặc trưng	Bao gồm các quan chức cấp trung ương và địa phương	Bao gồm các tập đoàn lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ và các công ty khởi nghiệp.	Những nhân vật có ảnh hưởng trong cộng đồng địa phương.	Trường học, cao đẳng và đại học bao gồm giảng viên, sinh viên và nhân viên hành chính.	Phóng viên, nhà báo làm việc trong các cơ quan truyền thông	Công chúng đến từ các tầng lớp xã hội khác nhau với mức độ quan tâm và kiến thức khác nhau về quá trình chuyển dịch năng lượng.
Mức độ nhận thức hiện tại	Nhận thức và hiểu biết còn chưa đồng đều về các chính	Thiếu nhận thức và hiểu biết cản trở việc áp dụng rộng rãi hơn các	Thể hiện nhận thức ngày càng tang nhưng đối mặt với nhiều rào	Gia tăng xu hướng quan tâm đến giáo dục năng lượng tái	Mức độ nhận thức và hiểu biết về các khía cạnh liên quan đến	Đa số chưa tham gia vào các sáng kiến chuyển dịch năng lượng; một

	sách liên quan đến chuyển dịch năng lượng, đặc biệt ở cấp địa phương	thực hành bền vững.	cản như hạn chế về môi trường chính sách và điều kiện cơ sở hạ tầng	tạo nhưng đòi hỏi chương trình giảng dạy mang tính hệ thống và toàn diện hơn.	chuyển dịch năng lượng chưa đồng đều; thường bị ảnh hưởng bởi xu hướng tin tức hiện tại	phần đáng kể ít quen thuộc với khái niệm này.
Mức độ quan tâm tham gia các sáng kiến	Yêu cầu chứng minh rõ ràng về lợi ích lâu dài và cơ hội kinh tế để duy trì sự quan tâm.	Làm nổi bật các lợi ích tài chính và mô hình hoạt động có thể thúc đẩy việc áp dụng rộng rãi hơn các giải pháp năng lượng tái tạo.	Được thúc đẩy bởi lợi ích sức khỏe và môi trường của việc giảm ô nhiễm không khí và lợi ích kinh tế của đảm bảo an ninh năng lượng.	Tính tương tác có thể được duy trì thông qua các chương trình giáo dục và sự tham gia vào các dự án chuyển đổi năng lượng.	Quan tâm đến các câu chuyện có tác động đến xã hội, nội dung mới mẻ, phù hợp với đại đa số đối tượng công chúng	Cho thấy xu hướng tích cực sẵn sàng tham gia các sáng kiến tương lai, nhưng đòi hỏi nhiều thông tin hơn trước khi đưa ra quyết định tham gia
Kiến thức năng lượng	Cần đào tạo toàn diện về những lợi ích năng lượng tái tạo và hàm ý chính sách liên quan, cùng với những chương trình đào tạo trực quan.	Yêu cầu tập trung chiến lược vào giáo dục và ý nghĩa thực tế của việc chuyển đổi năng lượng đối với hoạt động kinh doanh, ví như chuỗi cung ứng, cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM),	Cần các chương trình giáo dục mục tiêu để nâng cao kiến thức, kĩ năng, từng bước tham gia tích cực vào các sáng kiến chuyển đổi năng lượng	Yêu cầu nền tảng kiến thức, hiểu biết nâng cao để lồng ghép vào các chương trình giáo dục và truyền thông	Cần những thông tin rõ ràng, cô đọng, và cơ hội tiếp cận những nguồn thông tin, báo cáo chuyên sâu, chính xác về những chủ đề liên quan đến chuyển dịch	Thu hẹp khoảng cách kiến thức và nâng cao hiểu biết của công chúng là rất quan trọng để tham gia hiệu quả.

		tiêu chí ESG			năng lượng	
Chủ đề ưa thích	Chính sách, quy định, đầu tư và	Đổi mới sáng tạo và công nghệ, phương thức sản xuất hiện đại, quản lý rủi ro kinh doanh, chuỗi cung ứng, tài chính, thương mại	Lợi ích sức khỏe và môi trường, tác động tới cộng đồng, các dự án năng lượng tái tạo cấp địa phương	Năng lượng tái tạo, giáo dục, công nghệ năng lượng sạch, khoa học môi trường, phát triển bền vững	Những câu chuyện mang thông tin, dữ liệu hữu dụng, chủ đề từ góc nhìn nhân sinh, phát triển công nghệ, tác động chính sách	Nguồn năng lượng tái tạo, hiệu quả sử dụng năng lượng, giao thông xanh, thay đổi lối sống, quy định và chính sách
Thói quen sử dụng truyền thông	Các phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) đảm bảo phạm vi tiếp cận rộng khắp	Nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội) để tạo các nội dung mang tính thu hút và thúc đẩy tương tác, đối thoại	Phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) và các sự kiện sinh hoạt cộng đồng để đảm bảo phạm vi tiếp cận ở cấp địa phương	Nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội, cổng thông tin trực tuyến) dành cho giáo dục tương tác và truyền tải nội dung hấp dẫn	Thường xuyên cập nhật các báo cáo chuyên ngành, thông cáo báo chí, cập nhật thông tin từ nhiều nguồn và truyền thông số	Phương tiện truyền thông truyền thống (TV, phát thanh) để tiếp cận rộng rãi công chúng, nền tảng kỹ thuật số (mạng xã hội) để thu hút giới trẻ
Các cách thức trình bày nội dung ưa thích	Thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận; các trường hợp điển hình; câu chuyện thành công; kinh	Những ví dụ điển hình cho thấy lợi ích về tài chính và mô hình hoạt động; các ứng	Những câu chuyện thành công, có tác động đến cộng đồng, ứng dụng thực tế, nội dung trực	Các module học, công cụ tương tác, nghiên cứu	Các thông tin dữ liệu ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích, thông cáo báo chí, infographic	Thông tin cơ bản, rõ ràng; những gợi ý thiết thực; chủ đề đa dạng; kinh nghiệm quốc tế; ví dụ thực tế

	nghiệm quốc tế	dụng thực tế	quan và tương tác.	trường hợp thực tế, câu chuyện thành công, nội dung trực quan như video và đồ họa thông tin.		từ cuộc sống, trình bày trực quan
Rào cản tiếp cận thông tin	Thông tin sai lệch; sử dụng thuật ngữ mang tính chuyên môn khó hiểu, dài dòng, thiếu thông tin để tiếp cận	Thiếu tin tưởng vào các công nghệ mới, ngại vì sự phức tạp, khó khăn trong tiếp cận thông tin	Thông tin sai lệch và thuật ngữ kỹ thuật phức tạp dễ tạo ra sự nhầm lẫn, khó hiểu. Hạn chế trong việc tiếp cận thông tin rõ ràng, ngắn gọn	Thiếu chương trình giảng dạy mang tính hệ thống và nguồn lực giành cho giáo dục về năng lượng tái tạo. Thuật ngữ kỹ thuật tạo ra rào cản trong việc tiếp cận, tìm hiểu thông tin	Các chủ đề phức tạp, hạn chế trong việc tiếp cận các nguồn tin đáng tin cậy, hạn chế về nguồn lực, kiến thức, nhân lực trong việc đưa tin chuyên sâu	Khó khăn trong việc tiếp cận thông tin, thiếu thời gian, quan niệm về vấn đề phức tạp, và thiếu sự quan tâm cản trở việc tiếp nhận thông tin.

Chiến lược tương tác	Cung cấp thông tin rõ ràng, minh bạch và hỗ trợ cá nhân hóa. Cung cấp các hướng dẫn chính sách mang tính ngắn gọn, dễ hiểu, súc tích. Tương tác thông qua các nền tảng báo chí chính thống	Sử dụng phương thức truyền thông dựa trên thông tin cụ thể, rõ ràng, nêu bật các lợi ích hữu hình để xây dựng lòng tin và sự ủng hộ. Cung cấp các ví dụ thực tế.	Đơn giản hóa thông tin phức tạp, sử dụng ngôn ngữ đơn giản và cung cấp các ví dụ thực tế. Tương tác thông qua nội dung hướng vào cộng đồng	Phát triển chương trình giáo dục toàn diện và cung cấp các tài nguyên để tiếp cận. Đơn giản hóa các khái niệm phức tạp bằng cách sử dụng các phương tiện trực quan và công cụ tương tác.	Tạo điều kiện tiếp cận phòng vấn chuyên gia, cung cấp các tài liệu dễ hiểu, súc tích cho báo chí, tạo điều kiện tiếp cận các thông tin, dữ liệu độc quyền, tổ chức các khóa đào tạo về chủ đề năng lượng	Cung cấp thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận bằng ngôn ngữ đơn giản. Sử dụng kết hợp phương thức truyền thông truyền thống và kỹ thuật số để tiếp cận nhiều thành phần trong xã hội. Đơn giản hóa các khái niệm phức tạp và làm nổi bật các lợi ích thiết thực
----------------------	--	--	--	--	--	---

Bảng 9: Bảng tổng hợp phân tích và đánh giá các đối tượng mục tiêu

Dựa trên các khuyến nghị và hiểu biết từ quá trình thu thập dữ liệu, chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng về quá trình chuyển dịch năng lượng hướng tới việc tận dụng chiến lược cách tiếp cận đa dạng để tối đa hóa tác động. Chương trình tận dụng lợi thế từ các phương tiện truyền thông đại chúng có phạm vi tiếp cận rộng như truyền hình, phát thanh, báo chí và mạng xã hội để phổ biến thông tin đến nhiều đối tượng. Bằng cách này, chương trình đảm bảo rằng thông điệp sẽ tiếp cận được một cách đa dạng các nhóm đối tượng công chúng, bao gồm các nhóm tuổi, ngành nghề và khu vực khác nhau. Phạm vi tiếp cận rộng có ý nghĩa lớn nhằm nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc chuyển dịch sang các nguồn năng lượng bền vững, thông qua việc nâng cao nhận thức chung và làm rõ tính cấp bách của chương trình.

Chương trình truyền thông mang đến cho công chúng các thông tin đáng tin cậy và đã được kiểm chứng liên quan đến các khía cạnh kỹ thuật, kinh tế và môi trường của năng lượng nhằm nâng cao nhận thức và hiểu biết của người dân. Chúng tôi sử dụng thông tin có mức độ chính xác và tin cậy cao để hỗ trợ cho việc liên kế hoạch, triển khai và đánh giá các chiến lược truyền thông. Cách tiếp cận này nhằm đảm bảo rằng thông tin được chia sẻ là chính xác và đáng tin cậy. Để đảm bảo tiếp cận rộng rãi, chúng tôi sẽ sử dụng nhiều phương thức truyền thông khác nhau như infographic, video và các bài báo nhằm cung cấp thông tin rõ ràng, dễ tiếp cận.

Ngoài ra, chương trình còn kết hợp các yếu tố truyền thông thay đổi hành vi. Mục tiêu chính ở đây không chỉ là cung cấp thông tin mà còn truyền cảm hứng và tạo môi trường thúc đẩy việc thay đổi hành vi của công chúng liên quan đến việc tiêu thụ và tiết kiệm năng lượng. Điều này liên quan đến việc xây dựng các thông điệp nêu bật lợi ích của năng lượng tái tạo và các hành động thực tế, khả thi mà các cá nhân và cộng đồng có thể thực hiện để góp phần vào quá trình chuyển dịch năng lượng. Thông qua các thông điệp được chắt lọc, nội dung và các hoạt động tương tác, chương trình hướng đến việc tác động đến thái độ và hành vi của công chúng, khuyến khích sự thay đổi theo hướng thực hành năng lượng bền vững hơn.

Chương trình cũng sử dụng cách tiếp cận nhằm huy động sự tham gia của xã hội, nhằm thu hút và khuyến khích cộng đồng tham gia tích cực vào quá trình chuyển dịch năng lượng. Thông qua việc tổ chức các hội thảo tham vấn và chủ động tiếp cận các bên liên quan trong giai đoạn thu thập dữ liệu, chương trình tạo cơ hội cho công chúng tham gia và chung tay hành động vì lợi ích xã hội. Các hoạt động này được thiết kế nhằm nâng cao ý thức làm chủ và trách nhiệm của từng cá nhân trong cộng đồng, khuyến khích họ ủng hộ và áp dụng các giải pháp năng lượng tái tạo. Ở bước tiếp theo, chúng tôi sẽ lập một kế hoạch chi tiết về truyền thông chuyển dịch năng lượng, nêu rõ các mục tiêu, chiến lược, nền tảng truyền thông, nội dung đề xuất và các chiến thuật khác. Kế hoạch sẽ đóng vai trò như một lộ trình thực hiện các chiến lược truyền thông có mục tiêu nhằm thu hút và huy động công chúng tạo sự đồng thuận đối với các giải pháp năng lượng bền vững.

Phụ lục

Khảo sát sự quan tâm của công chúng đối với quá trình chuyển dịch năng lượng

Khảo sát này là một phần của chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng về chuyển dịch năng lượng, trong khuôn khổ hợp tác giữa Đối tác Chuyển dịch Năng lượng Đông Nam Á (ETP) (ETP)/UNOPS và Vụ Kinh tế Công nghiệp, Dịch vụ (DISE), Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Mục đích của khảo sát là thu thập thông tin từ người dân nhằm hiểu rõ mối quan tâm của họ đối với các chủ đề chuyển dịch năng lượng, cũng như các kênh truyền thông ưu tiên.

Sự tham gia của bạn sẽ giúp chúng tôi thiết kế một chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng hiệu quả, nhằm thúc đẩy các hoạt động sử dụng năng lượng bền vững.

Cuộc khảo sát sẽ mất khoảng 10 phút để hoàn thành và tất cả các câu trả lời sẽ được giữ bí mật. Ý kiến đóng góp của bạn rất có giá trị trong việc giúp chúng tôi hiểu được thái độ của công chúng đối với quá trình chuyển dịch năng lượng và điều chỉnh các chiến lược truyền thông để tiếp cận và thu hút cộng đồng tốt hơn.

Xin lưu ý rằng việc tham gia khảo sát này là hoàn toàn ẩn danh. Chúng tôi sẽ không thu thập bất kỳ thông tin nhận dạng cá nhân nào và phản hồi của bạn sẽ chỉ được sử dụng cho mục đích của chương trình này.

Cảm ơn bạn đã đóng góp cho một tương lai xanh hơn!

THÔNG TIN NHÂN KHẨU HỌC

Trong phần này, bạn sẽ trả lời hai câu hỏi về thông tin nhân khẩu học (tuổi và giới tính).

1. Bạn nằm trong độ tuổi nào?

- ☐ 18 – 34
- ☐ 35 – 54
- ☐ 55 – 64
- ☐ 65 hoặc lớn hơn

2. Giới tính của bạn?

- ☐ Nam
- ☐ Nữ
- ☐ Thuộc thành phần khác
- ☐ Không tiết lộ

3. Bạn đã từng tham gia các sang kiến về chuyển dịch năng lượng?

- ☐ Có
- ☐ Không
- ☐ Không muốn

4. Bạn có muốn tham gia các sự kiện hoặc sáng kiến liên quan đến chuyển dịch năng lượng (ví dụ như hội thảo, tọa đàm, dự án cộng đồng)?

- ☐ Có
- ☐ Không
- ☐ Không chắc chắn

CÁC CHỦ ĐỀ VỀ CHUYỂN DỊCH NĂNG LƯỢNG

Các câu hỏi dưới đây sẽ nhằm mục đích tìm hiểu mức độ hiểu biết và sự quan tâm của bạn đối với từng lĩnh vực cụ thể trong quá trình chuyển dịch năng lượng.

1. Bạn có biết về khái niệm "chuyển dịch năng lượng"?

- ☐ Không biết/Chưa từng nghe qua
- ☐ Đã nghe qua/Ở mức cơ bản
- ☐ Có hiểu biết sâu

2. Mức độ quan tâm của bạn về các chủ đề liên quan đến chuyển dịch năng lượng?

Chủ đề	Không quan tâm	Quan tâm	Rất quan tâm
Các nguồn năng lượng tái tạo (mặt trời, gió, nước...)			
Sử dụng năng lượng hiệu quả			
Giao thông bền vững (xe điện, giao thông công cộng, xe đạp...)			
Các chiến lược giảm thiểu tác động biến đổi khí hậu			
Chính sách và quy định về năng lượng			
Tài chính và đầu tư			
Cơ hội việc làm			
Lối sống			

3. Có chủ đề nào khác mà bạn quan tâm? (Xin hãy nêu cụ thể):

4. Bạn kỳ vọng gì từ chương trình nâng cao nhận thức cộng đồng?

- ☐ Thông tin kĩ thuật về những khái niệm khác nhau trong chuyển dịch năng lượng
- ☐ Đa dạng các chủ đề về chuyển dịch năng lượng
- ☐ Những gợi ý thiết thực và hữu ích về các chủ đề liên quan
- ☐ Kinh nghiệm quốc tế
- ☐ Các thí dụ thực tế trong cuộc sống hoặc trường hợp điển hình

CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG

Những câu hỏi sau sẽ nhằm hiểu rõ thói quen sử dụng các kênh truyền thông của bạn

1. Những kênh truyền thông nào mà bạn hay sử dụng để cập nhật thông tin? (Có thể chọn nhiều phương án)

- ☐ TV
- ☐ Mạng xã hội (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- ☐ Báo điện tử
- ☐ Báo in/Tạp chí
- ☐ Radio
- ☐ Podcasts

2. Bạn muốn nhận thông tin về chuyển dịch năng lượng thông qua cách thức nào?

- ☐ Video ngắn
- ☐ Infographics và những công cụ hỗ trợ trực quan
- ☐ Các bài viết/bài đăng tải trên blog
- ☐ Các công cụ/phần mềm tương tác trực tuyến
- ☐ Hội thảo/tọa đàm trực tuyến
- ☐ Bài đăng trên mạng xã hội
- ☐ Cập nhật tin tức qua email và thông báo
- ☐ Podcast
- ☐ Phóng sự, phim tài liệu

3. Những yếu tố nào có thể ảnh hưởng đến việc bạn tiếp cận các thông tin liên quan đến chuyển dịch năng lượng? (Có thể chọn nhiều phương án)

- ☐ Thiếu thời gian
- ☐ Thiếu thông tin để tiếp cận
- ☐ Không quan tâm
- ☐ Không rõ về lợi ích
- ☐ Cảm thấy chủ đề phức tạp

PHẢN HỒI VÀ CẢM ƠN!

Bạn có câu hỏi hoặc mối quan tâm cụ thể nào về chuyển dịch năng lượng muốn đưa vào trong chương trình nâng cao nhận thức này không?

Cảm ơn bạn đã dành thời gian và có những đóng góp quý báu cho dự án! Nếu bạn có bất kỳ câu hỏi hoặc ý kiến bổ sung nào, vui lòng liên hệ với người phụ trách dự án là Bà Nguyễn Thị Hải Yến, qua địa chỉ email haiyen@ethree.vn