

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

Đánh giá và tổng kết

T7/2025

MỤC LỤC

1 TỔNG QUAN

2 NHỮNG KẾT QUẢ CHÍNH

**3 KHUYẾN NGHỊ CHO CÁC
CHIẾN DỊCH NÂNG CAO
NHẬN THỨC CỘNG ĐỒNG
TRONG TƯƠNG LAI**

TỔNG QUAN

Thời gian: 15 tháng

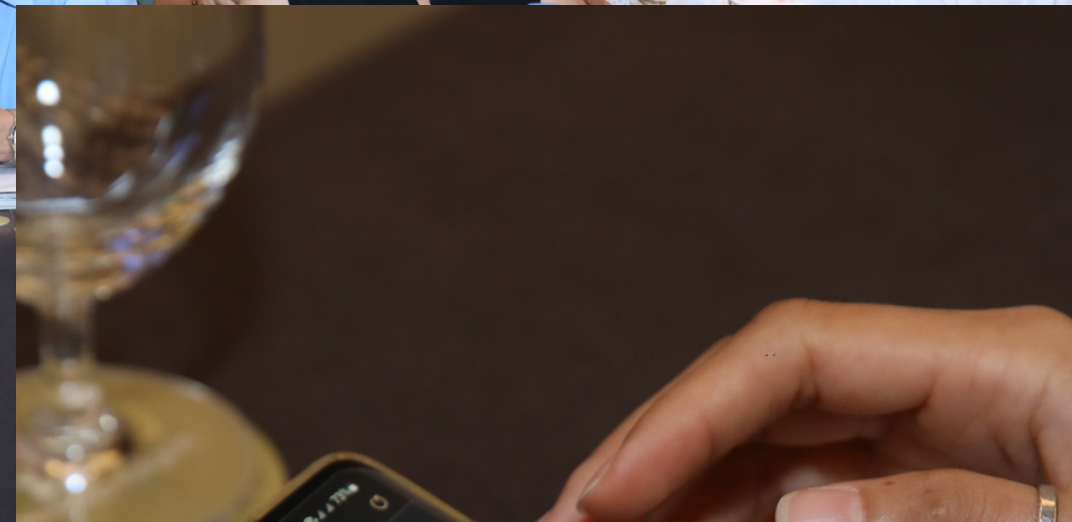
Hợp tác giữa ETP, Bộ Tài chính (trước đây là Bộ Kế hoạch và Đầu tư), với sự hỗ trợ xuyên suốt từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (tiếp quản chức năng quản lý báo chí từ Bộ Thông tin và Truyền thông)

Mục tiêu: Hỗ trợ nhiệm vụ 2.2. Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh (2021-2030), tập trung vào việc tổ chức các chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng để thúc đẩy lối sống xanh, lối sống bền vững và nhận thức về chuyển đổi năng lượng trong môi trường giáo dục, cộng đồng, cơ quan chính phủ và doanh nghiệp





KẾT QUẢ CHÍNH

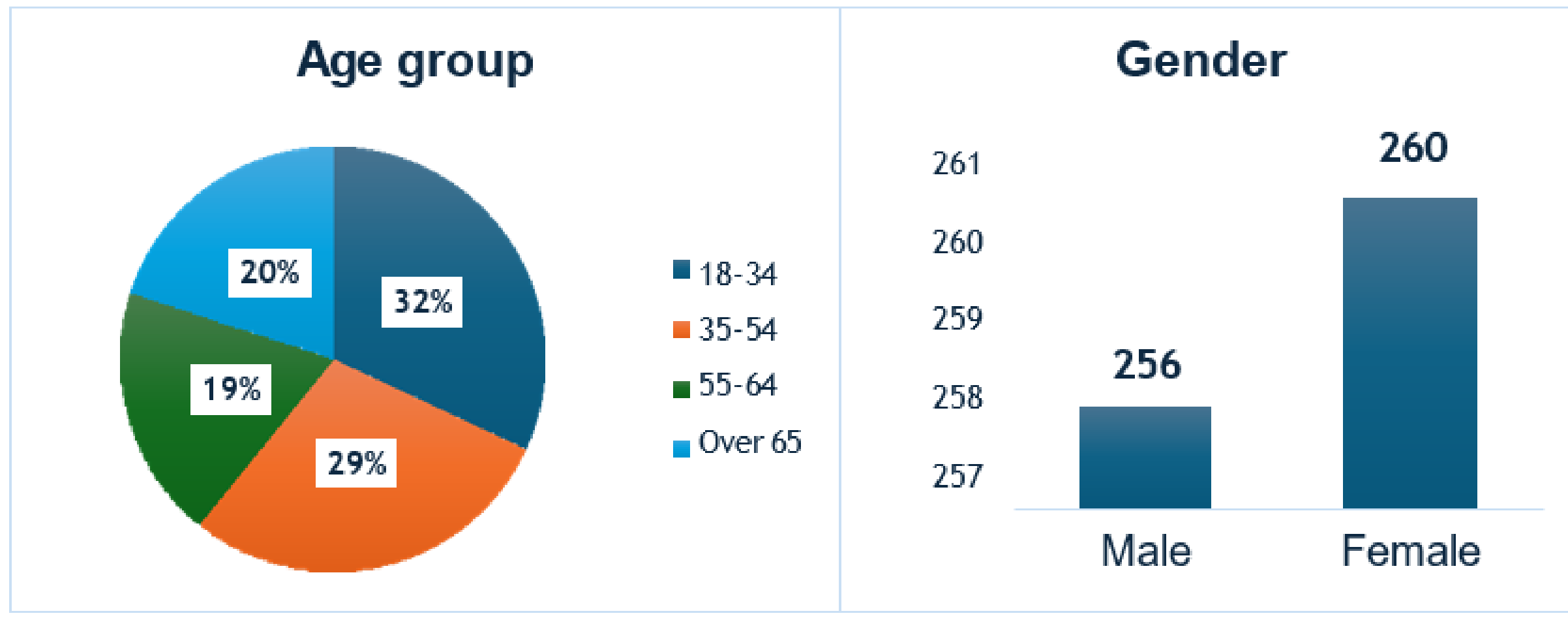


1. CÁC HỘI THẢO THAM VẤN TẠI HÀ NỘI (23.4) VÀ HỒ CHÍ MINH (25.4)

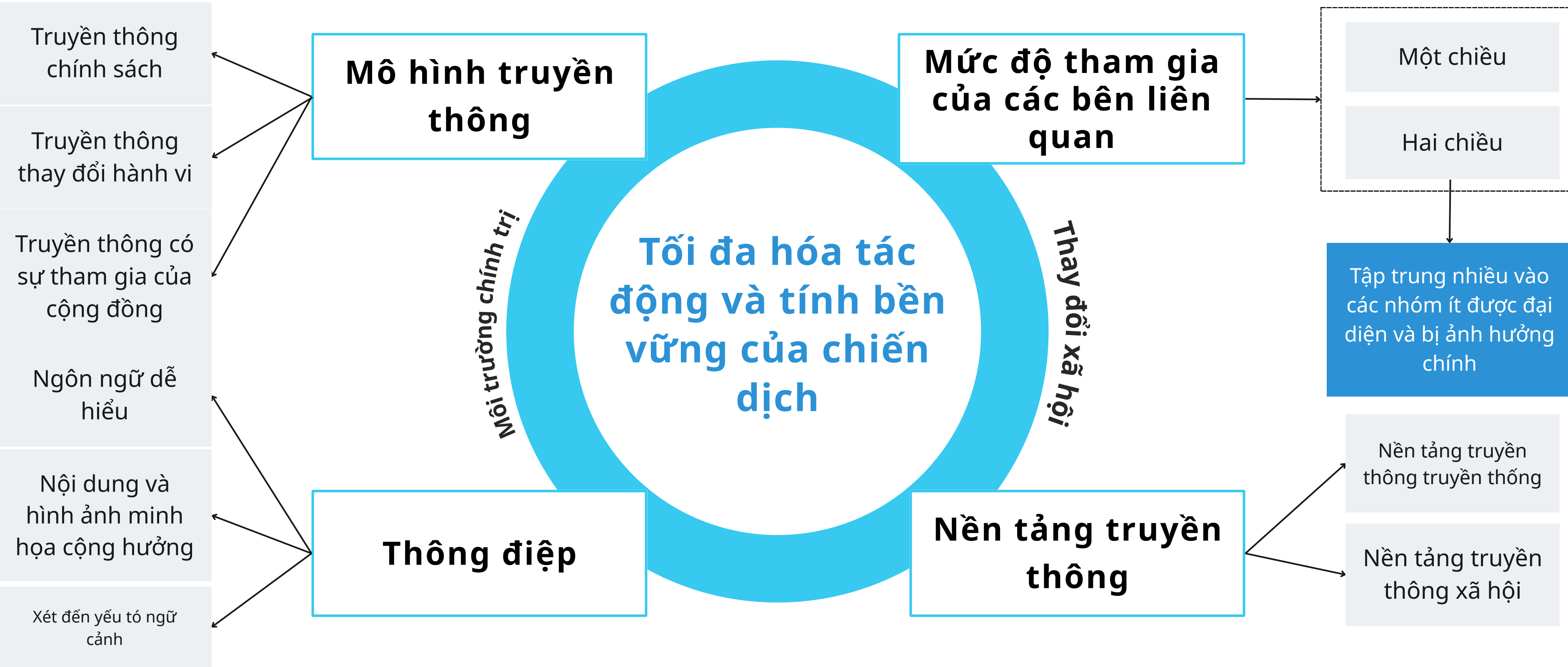


2. KHẢO SÁT TOÀN QUỐC

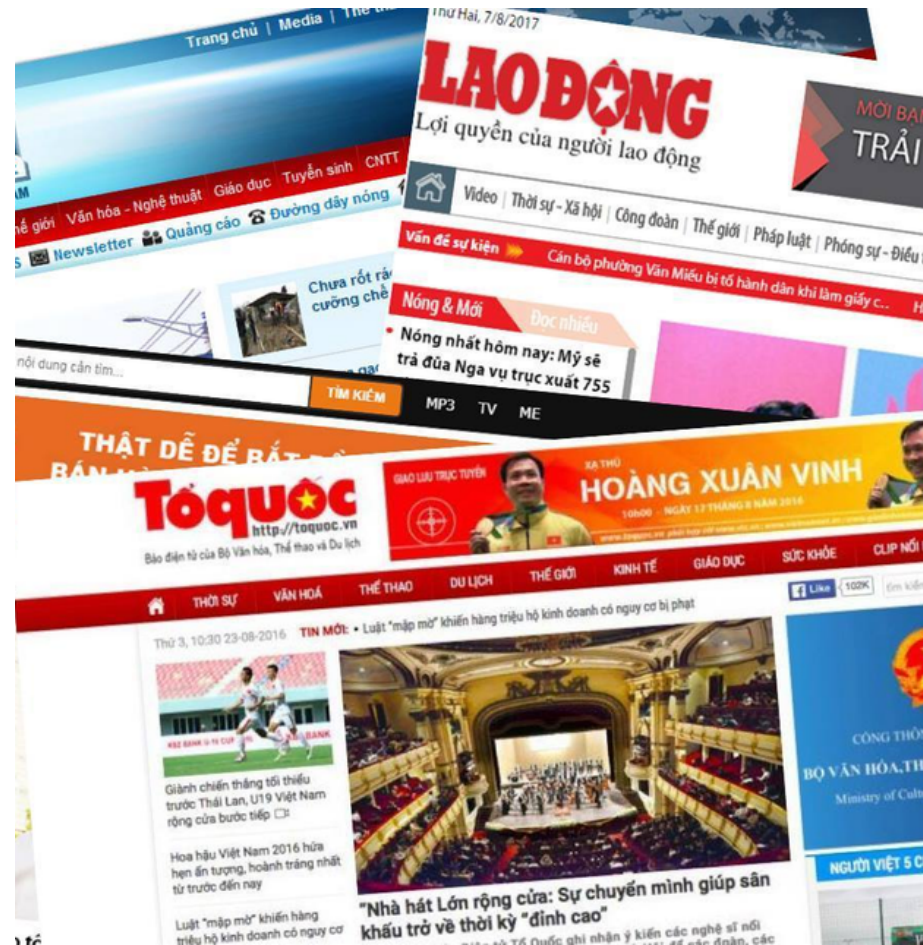
- Một cuộc khảo sát với 516 phản hồi từ nhiều nhóm nhân khẩu học khác nhau [HC1] [HC2] cho thấy công chúng ngày càng quan tâm đến các vấn đề môi trường và nhu cầu về nội dung thực tế, dễ hiểu về các hoạt động tiết kiệm năng lượng và năng lượng tái tạo.



3. XÂY DỰNG KẾ HOẠCH CHƯƠNG TRÌNH NÂNG CAO NHẬN THỨC CỘNG ĐỒNG



CÁC SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG ĐƯỢC THIẾT KẾ RIÊNG CHO CHƯƠNG TRÌNH



1 Báo trực tuyến
50 bài viết đã được xuất bản trên các tờ báo điện tử đa dạng và phù hợp (525 link)



2 Đồ họa thông tin và video ngắn:
18 đồ họa thông tin và 12 video ngắn được chia sẻ trên nhiều nền tảng truyền thông xã hội của 3 cơ quan truyền thông



3 Phát sóng
16 bản tin, 12 phóng sự, 2 tọa đàm và 1 phim tài liệu sẽ được phát sóng trên 3 kênh truyền hình lớn

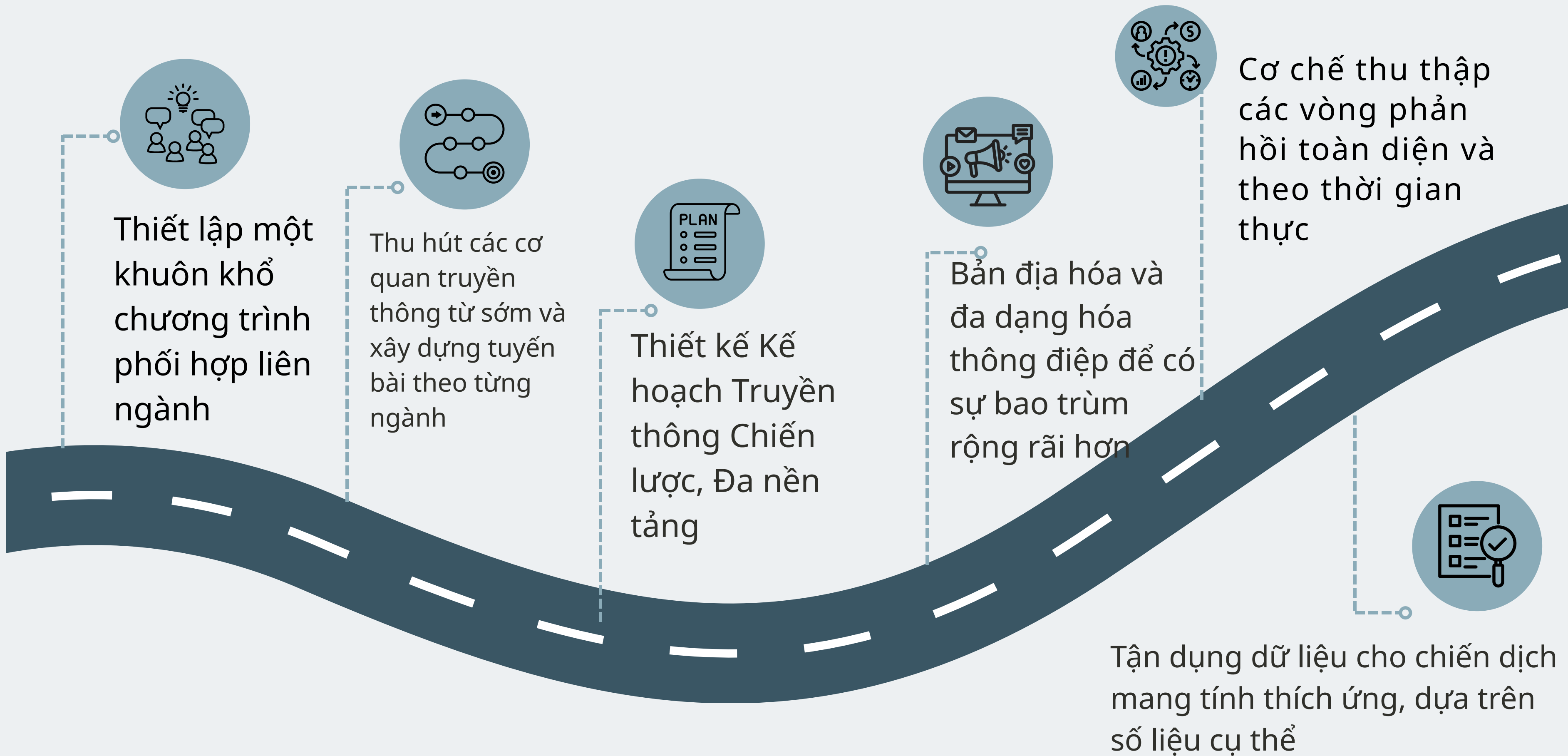
SỐ LIỆU TÁC ĐỘNG

- Theo Cục Báo chí, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, tính đến tháng 6 năm 2025, Việt Nam đã có tổng cộng 1.264 bài báo về chuyển đổi năng lượng được xuất bản. Trong số đó, Chiến dịch này đã đóng góp 525 sản phẩm.
- Dựa trên đánh giá độc lập của Vietnam & World Report, cơ quan truyền thông chính thức của Bộ Ngoại giao, tổng lượng người xem đã vượt quá 1 triệu lượt xem trên tất cả các nền tảng.
- Chiến dịch nâng cao nhận thức cộng đồng này đã thu hút nhiều đối tượng khác nhau, bao gồm cả người dân ở vùng nông thôn và cộng đồng người thiểu số.

PHỐI HỢP CHẶT CHẼ GIỮA CÁC BÊN LIÊN QUAN ĐÓNG VAI TRÒ QUAN TRỌNG



- Các tổ chức hoạch định chính sách có liên quan
- Các hiệp hội xã hội và nghề nghiệp
- Các cơ quan truyền thông
- Các bên liên quan khác bao gồm các đối tác phát triển, khu vực tư nhân và học viện



KHUYẾN NGHỊ CHO CÁC CHƯƠNG TRÌNH NÂNG CAO NHẬN THỨC CỘNG ĐỒNG TRONG TƯƠNG LAI