



Chiến lược truyền thông về biến đổi khí hậu



CBCC
Capacity Building for Climate Change Project

Hà Nội, tháng 6 năm 2010

Mục lục

Giải thích thuật ngữ	3
1. Giới thiệu	5
1.1. Bối cảnh chung	5
1.2. Giới thiệu về dự án.....	8
2. Phạm vi và mục tiêu	9
2.1. Phạm vi của chiến lược.....	9
2.2. Mục tiêu của chiến lược	10
3. Các nguyên tắc và phương pháp tiếp cận	10
4. Đối tượng của chiến lược	11
4.1. Chính quyền và cơ quan quản lý các cấp	11
4.2. Khối doanh nghiệp nhà nước và tư nhân.....	12
4.3. Các tổ chức chính trị-xã hội	12
4.4. Các tổ chức dân sự xã hội	13
4.5. Các cơ quan nghiên cứu và đào tạo	14
4.6. Các cơ quan truyền thông.....	14
4.7. Cộng đồng dân cư	15
4.8. Tư vấn & Tài trợ quốc tế	16
5. Kênh và thông điệp truyền thông	16
5.1. Kênh truyền thông.....	16
5.2. Chủ đề và Thông điệp truyền thông	18
6. Các loại hình hoạt động truyền thông	21
7. Kế hoạch hành động 2010-2012	25
8. Tổ chức thực hiện	29
9. Cơ chế giám sát và đánh giá	30

Giải thích thuật ngữ

Một số thuật ngữ liên quan đến truyền thông

1. **Tuyên truyền** là việc truyền thông tin một chiều đến người nhận nhằm tác động đến quan điểm của họ và kêu gọi họ chấp nhận thực hiện một hành vi nào đó. Các hình thức tuyên truyền là: báo chí, đài phát thanh, tivi, phân phát tranh cổ động, giảng bài.
2. **Truyền thông** là việc truyền thông tin hai chiều trong đó bên truyền tin cố gắng cung cấp thông tin và kêu gọi thay đổi hành vi, còn bên nhận tin sẽ cung cấp một số phản hồi như là kết quả của việc nhận tin. Các phản hồi này có thể được thực hiện thông qua hội thoại hoặc hoạt động. Các hình thức truyền thông là: Phỏng vấn, họp dân, phát tranh cổ động có thảo luận, đối thoại, chiếu phim theo chủ đề có thảo luận
3. **Giáo dục** là 1 quá trình hai chiều trong đó người dạy hỗ trợ và đảm bảo sao cho người học lĩnh hội được những kiến thức, hiểu biết, thái độ và kỹ năng nhằm đạt được các mục tiêu lâu dài trong suốt cuộc đời. Một quá trình giáo dục cần: Nâng cao kiến thức và hiểu biết; Cung cấp và dạy các kỹ năng; Thay đổi thái độ; Tăng cường sự tham gia; Củng cố hoạt động và hành vi; Dạy kỹ năng giải quyết và phân tích vấn đề, suy nghĩ thấu đáo và ra quyết định
4. **Giáo dục môi trường** là quá trình phát triển một cộng đồng dân cư có nhận thức rõ ràng và quan tâm đến môi trường cũng như các vấn đề liên quan, có kiến thức, kỹ năng, động cơ và sẵn sàng làm việc độc lập hoặc phối hợp nhằm tìm ra giải pháp cho những vấn đề hiện tại và phòng chống các vấn đề có thể nảy sinh trong tương lai” (*Hội nghị toàn cầu lần thứ nhất về Môi trường Nhân văn ở Stockholm – Thụy Điển, 1972*)
5. **Chiến lược truyền thông** là sự kết hợp nhiều yếu tố truyền thông sao cho tiếp cận với các đối tượng một cách hiệu quả nhất nhằm đạt được các mục tiêu truyền thông đã đề ra. Chiến lược truyền thông bao gồm các yếu tố: thông điệp, cách tiếp cận và kênh truyền thông
6. **Thông điệp truyền thông** là nội dung thông tin mà ta muốn chuyển tải đến đối tượng nhằm một mục đích nhất định. Các dạng thông điệp thường sử dụng là: Tình cảm - Lý trí; Lạc quan - Bi quan; Đám đông - Cá nhân; Hải hước - Nghiêm trang; Một chiều - Hai chiều; Chắc chắn - Mơ hồ
7. **Kênh truyền thông** (còn gọi là hình thức/biện pháp) là cách mà ta chuyển tải thông điệp đến đối tượng để họ có thể tiếp nhận được. Có 3 kênh truyền thông chính: Cho cá nhân; Cho nhóm; Đại chúng

Một số thuật ngữ liên quan đến biến đổi khí hậu

1. **Thời tiết** là trạng thái khí quyển tại một địa điểm nhất định được xác định bằng tổ hợp các yếu tố: nhiệt độ, áp suất, độ ẩm, tốc độ gió, mưa,...
2. **Khí hậu** thường được định nghĩa là trung bình theo thời gian của thời tiết (thường là 30 năm, WMO).
3. **Dao động khí hậu** là sự dao động xung quanh giá trị trung bình của khí hậu trên quy mô thời gian, không gian đủ dài so với hiện tượng thời tiết riêng lẻ. Ví dụ về dao động khí hậu như hạn hán, lũ lụt kéo dài và các điều kiện khác do chu kỳ El Nino và La Nina gây ra.
4. **Biến đổi khí hậu** là sự biến đổi trạng thái của khí hậu so với trung bình và/hoặc dao động của khí hậu duy trì trong một khoảng thời gian dài, thường là vài thập kỷ hoặc dài hơn. Biến đổi khí hậu có thể là do các quá trình tự nhiên bên trong hoặc các tác động bên ngoài, hoặc do hoạt động của con người làm thay đổi thành phần của khí quyển hay trong khai thác sử dụng đất.

5. **Khả năng bị tổn thương do tác động của biến đổi khí hậu** là mức độ mà một hệ thống (tự nhiên, xã hội, kinh tế) có thể bị tổn thương do BĐKH, hoặc không có khả năng thích ứng với những tác động bất lợi của biến đổi khí hậu.
6. **Ứng phó với biến đổi khí hậu** là các hoạt động của con người nhằm thích ứng và giảm nhẹ biến đổi khí hậu.
7. **Thích ứng với biến đổi khí hậu** là sự điều chỉnh hệ thống tự nhiên hoặc con người đối với hoàn cảnh hoặc môi trường thay đổi, nhằm mục đích giảm khả năng bị tổn thương do dao động và biến đổi khí hậu hiện hữu hoặc tiềm tàng và tận dụng các cơ hội do nó mang lại.
8. **Giảm nhẹ biến đổi khí hậu** là các hoạt động nhằm giảm mức độ hoặc cường độ phát thải khí nhà kính.
9. **Kịch bản biến đổi khí hậu** là giả định có cơ sở khoa học và tính tin cậy về sự tiến triển trong tương lai của các mối quan hệ giữa KT-XH, GDP, phát thải khí nhà kính, biến đổi khí hậu và mực nước biển dâng. Lưu ý rằng, kịch bản biến đổi khí hậu khác với dự báo thời tiết và dự báo khí hậu là nó đưa ra quan điểm về mối ràng buộc giữa phát triển và hành động.
10. **Nước biển dâng** là sự dâng mực nước của đại dương trên toàn cầu, trong đó không bao gồm triều, nước dâng do bão... Nước biển dâng tại một vị trí nào đó có thể cao hơn hoặc thấp hơn so với trung bình toàn cầu vì có sự khác nhau về nhiệt độ của đại dương và các yếu tố khác.

1. Giới thiệu

1.1. Bối cảnh chung

1.1.1. Biến đổi khí hậu

Biến đổi khí hậu (viết tắt là BĐKH), mà trước hết là sự nóng lên toàn cầu và mực nước biển dâng, là một trong những thách thức lớn nhất đối với nhân loại trong thế kỷ 21. Thiên tai và các hiện tượng khí hậu cực đoan khác đang gia tăng ở hầu hết các nơi trên thế giới, nhiệt độ và mực nước biển trung bình toàn cầu tiếp tục tăng nhanh chưa từng có và đang là mối lo ngại của các quốc gia trên thế giới.

Theo Báo cáo Phát triển con người năm 2007/2008 của Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP) thì người dân ở những vùng nông thôn nghèo có nguy cơ bị tổn thương cao do biến đổi khí hậu; biến đổi khí hậu sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới những tài nguyên trong hệ sinh thái mà họ phải dựa vào để gìn giữ sinh kế (như các cây trồng, thủy sản, nguyên liệu, nhiên liệu, v.v...) Hơn thế nữa, các thành tựu đạt được của Các Mục tiêu Phát triển Thiên niên kỷ cũng có thể bị huỷ hoại.

Ngay cả tầng lớp trung lưu tại các nền kinh tế mới nổi cũng có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng trong vài thập kỷ sắp tới do các tác động về kinh tế và xã hội của những thiên tai như lụt lội, hạn hán và bão xảy ra ngày càng nhiều và với mức độ ngày càng nghiêm trọng, và kéo theo đó là những ảnh hưởng đến sức khỏe của con người.

Ở Việt Nam, trong khoảng 50 năm qua, nhiệt độ trung bình năm đã tăng khoảng 0,7°C, mực nước biển đã dâng khoảng 20 cm. Hiện tượng El-Nino, La-Nina ngày càng tác động mạnh mẽ đến Việt Nam. BĐKH thực sự đã làm cho các thiên tai, đặc biệt là bão, lũ, hạn hán ngày càng ác liệt. Theo tính toán, nhiệt độ trung bình ở Việt Nam có thể tăng lên 3°C và mực nước biển có thể dâng 1 m vào năm 2100. Theo Bộ TN&MT, nếu mực nước biển dâng 1 m, khoảng 40 nghìn km² đồng bằng ven biển Việt Nam sẽ bị ngập hàng năm, trong đó 90% diện tích thuộc các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long bị ngập hầu như hoàn toàn.

Hậu quả của BĐKH đối với Việt Nam là nghiêm trọng và là một nguy cơ hiện hữu cho mục tiêu xoá đói giảm nghèo, cho việc thực hiện các mục tiêu thiên niên kỷ và sự phát triển bền vững của đất nước. Các lĩnh vực, ngành, địa phương dễ bị tổn thương và chịu tác động mạnh mẽ nhất của biến đổi khí hậu là: tài nguyên nước, nông nghiệp và an ninh lương thực, sức khỏe; các vùng đồng bằng và dải ven biển.

Nhận thức rõ được điều đó, Chính phủ Việt Nam đã sớm tham gia và phê chuẩn Công ước Khung của Liên Hiệp Quốc về BĐKH và Nghị định thư Kyoto, và gần đây nhất, năm 2008 đã xây dựng Chương trình mục tiêu quốc gia (CTMTQG) về BĐKH. Đồng thời kêu gọi cộng đồng các nhà tài trợ cùng với các bộ, ngành và địa phương triển khai nhiều dự án nghiên cứu tình hình diễn biến và tác động của BĐKH cũng như các biện pháp ứng phó với BĐKH.

Trong bối cảnh như vậy, vai trò chủ đạo của dự án “Tăng cường năng lực ứng phó với BĐKH ở Việt Nam, nhằm giảm nhẹ tác động và kiểm soát phát thải khí nhà kính” (gọi tắt là CBCC) là cung cấp và hỗ trợ cho Bộ Tài nguyên và Môi trường (TN&MT) cũng như các đơn vị thực hiện chính khác ở cả cấp quốc gia và địa phương trong việc phát triển nguồn nhân lực, năng lực thể chế và kỹ thuật để các cơ quan này có thể giải quyết được những thách thức trên. Chính vì thế, những sản phẩm và những hoạt động cụ thể của Dự án CBCC phải có liên hệ mật thiết và rõ ràng với các mục tiêu và nhiệm vụ của CTMTQG.

1.1.2. Truyền thông – Một ưu tiên mang tính toàn cầu

Hiện nay trên thế giới, tất cả các quốc gia, tổ chức phi chính phủ trong nước và quốc tế đều đang rất tích cực hoạt động nhằm nâng cao nhận thức, phổ biến kiến thức về BĐKH cho các nhóm đối tượng khác nhau. Điều 6 của Công ước Khung về BĐKH của Liên Hợp Quốc (UNFCCC) kêu gọi các quốc gia tăng cường công tác đào tạo, giáo dục và nâng cao nhận

thức và tạo cơ hội cho cộng đồng tham gia và tiếp cận các thông tin về BĐKH. Nghị định thư Kyoto cũng đề xuất các bên liên quan cùng nhau hợp tác cấp quốc gia và quốc tế nhằm xây dựng và thực hiện các chương trình giáo dục đào tạo bao gồm tăng cường năng lực quốc gia, đồng thời điều phối các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về BĐKH.

Theo kết quả điều tra của UNFCCC, tại các quốc gia trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương thì các nhà quản lý và hoạch định chính sách đã công nhận giáo dục về BĐKH là ưu tiên hàng đầu và truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng đứng vị trí thứ hai.

1.1.3. Truyền thông về BĐKH

Các chiến lược quốc gia về BĐKH chỉ có thể thành công nếu như khuyến khích được sự tham gia của các bên liên quan, cộng đồng và doanh nghiệp. Kinh nghiệm của UNDP cho thấy các chiến lược hay kế hoạch truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng mối quan hệ giữa chính phủ với tổ chức dân sự xã hội, khối doanh nghiệp, các tổ chức quốc tế và cộng đồng. Cần có sự minh bạch, rõ ràng trong quá trình lập kế hoạch, hoạch định các chính sách về BĐKH bởi vì BĐKH là không chắc chắn, tầm nhìn dài hạn, mâu thuẫn giữa lợi ích kinh tế và lợi ích chính trị và xung đột giữa các quốc gia. Các cá nhân và các nhóm cộng đồng cần chấp nhận và thực hiện hiệu quả các chính sách về BĐKH của quốc gia. Như vậy, có thể thấy, một chiến lược truyền thông có thể hỗ trợ chính phủ nhằm đạt được một số mục tiêu quan trọng như sau:

Hỗ trợ cộng đồng tiếp cận các chính sách giảm nhẹ: Không chỉ các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm giảm phát thải khí nhà kính, mà các doanh nghiệp, cộng đồng và cá nhân cần được khuyến khích tham gia thực hiện các chương trình, hoạt động giảm phát thải khí nhà kính. Có thể thấy, truyền thông bằng các phương pháp, hình thức và các kênh khác nhau sẽ hỗ trợ cộng đồng tiếp cận các chính sách mới, nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi theo hướng tích cực với môi trường.

Thực hiện hiệu quả các chiến lược thích ứng: Điều quan trọng là cộng đồng dân cư hiểu được những bản chất có thể dự đoán được của biến đổi khí hậu và những tác động liên quan do BĐKH gây ra đến sự an toàn và sinh kế của họ (cũng như của thế hệ tương lai). Khả năng tiếp cận thông tin, đặc biệt thông qua các hoạt động nâng cao nhận thức trọng tâm và các hoạt động truyền thông hai chiều, có thể giúp cho cộng đồng nhận thấy rằng họ cần quan tâm hơn đến những thay đổi của hệ thống khí hậu. Họ cần biết rằng những hoạt động và những hành vi ứng xử của mình, trên thực tế có thể gây ra những ảnh hưởng đến mức độ dễ bị tổn thương [trước những tác động của BĐKH] của chính họ.

Tóm lại, thông qua các hoạt động nâng cao nhận thức và tăng cường khả năng tiếp cận thông tin, cộng đồng không những sẽ tích cực hơn trong việc tham gia vào các quá trình ra quyết định và đồng thời có những đóng góp cho các nỗ lực thích ứng và giảm nhẹ với biến đổi khí hậu.

1.1.4. Các thách thức của truyền thông về BĐKH

Công tác truyền thông về BĐKH nói chung có rất nhiều những trở ngại. Trước hết, bản chất dài hạn của BĐKH và việc có ít những ví dụ cụ thể về những tác động của nó khiến việc thuyết phục các nhóm đối tượng rằng BĐKH là một chủ đề cần được quan tâm rất khó khăn.

Thứ hai, BĐKH và những tác động của nó có ảnh hưởng đến rất nhiều bên liên quan, kể cả đối với những nhóm đối tượng có có xung đột về lợi ích kinh tế và chính trị. Điều này khiến cho việc điều phối các nỗ lực truyền thông và đảm bảo sự nhất quán của các thông điệp truyền thông là việc không đơn giản. Những thông điệp không rõ ràng, thậm chí trong một số trường hợp trái ngược nhau, đã góp phần phổ biến tư tưởng hồ nghi về bản chất thực sự của biến đổi khí hậu và những tác động của nó đến các quốc gia và nhóm đối tượng khác nhau.

Những thành tựu và kiến thức cập nhật về khoa học về biến đổi khí hậu là những kiến thức chuyên ngành và mang tính kỹ thuật, điều này cũng gây khó khăn các nhà khoa học trong việc truyền tải những kết quả nghiên cứu của mình cho những nhóm đối tượng khác. Việc truyền tải các thông tin này và diễn giải chúng theo một ngôn ngữ đơn giản và dễ hiểu hơn cho các nhóm đối tượng khác nhau thường do giới báo chí và truyền thông đảm nhận. Tuy vậy, bản thân giới báo chí cũng có những khó khăn đặc thù khi viết về BĐKH, trong đó các thách thức chính không chỉ dừng ở sự hiểu biết hạn chế về BĐKH mà còn ở việc tìm kiếm được những đề tài khách quan, đáng tin cậy, đủ hấp dẫn và có khả năng thu hút độc giả để có thể thuyết phục được ban biên tập¹.

Ngoài ra còn có khó khăn mang tính đặc thù khác chi phối bởi bối cảnh truyền thông cụ thể của mỗi quốc gia. Ở Việt Nam, mặc dù hệ thống truyền thông theo ngành dọc đã được xây dựng và hoạt động rất hiệu quả trong nhiều lĩnh vực (Y tế, Giáo dục v.v...), tuy nhiên, việc phối hợp truyền thông liên ngành và chia sẻ thông tin giữa các ngành, lĩnh vực khác nhau vẫn còn rất nhiều hạn chế. Không những thế, kỹ năng và năng lực của các cán bộ truyền thông chuyên trách ở cấp cơ sở đối với nhiều ngành, lĩnh vực, kể cả trong giới báo chí và truyền thông, vẫn còn yếu kém, đặc biệt là trong việc tìm kiếm và khai thác các đề tài ở địa phương. Ngoài ra, một trong những thách thức cần phải kể đến đó là làm sao để truyền tải thông tin đến những nhóm đối tượng gặp khó khăn trong việc tiếp cận các kênh thông tin truyền thống. Ví dụ, việc tổ chức những cuộc họp phổ biến thông tin ở cấp thôn, bản thường không có sự hiện diện của lớp người nghèo nhất của cộng đồng do họ thường đi làm việc xa nhà, ở ngoài đồng, đi biển hay đi làm thuê ở xa, phụ nữ chỉ được tham gia nếu như chồng đi vắng.

Đồng bào dân tộc thiểu số - những người sống ở vùng sâu vùng xa và dễ bị thiên tai và nghèo hơn và trình độ học vấn cũng thấp hơn so với những cộng đồng khác - cần có sự quan tâm đặc biệt trong việc tìm kiếm và sử dụng những kênh truyền thông và thông điệp truyền thông thích hợp.

1.1.5. Hiện trạng kiến thức, thái độ và hành vi về BĐKH trong nước và trên thế giới

Năm 2007, Ngân hàng Toàn cầu am hiểu địa phương (HSBC) đã điều tra thái độ của cộng đồng dân cư về những thay đổi khí hậu trong chín thị trường lớn, từ Mỹ đến Trung Quốc. Kết quả là có 4 mức độ hành vi khác nhau như sau:

- Quan tâm tới BĐKH
- Tin tưởng vào những giải pháp đang thực hiện
- Cam kết cá nhân cho những đóng góp vào các giải pháp hiện tại
- Lạc quan tin tưởng rằng các vấn đề về BĐKH sẽ được giải quyết

Các câu hỏi điều tra của nghiên cứu này bao gồm những câu hỏi như “Theo bạn hiện nay các nhóm đối tượng nào đang đóng vai trò lãnh đạo trong công tác thích ứng với Biến đổi khí hậu?”, “Nhóm nào nên đóng vai trò lãnh đạo?”

Các kết quả nghiên cứu như của HSBC là cực kỳ cần thiết cho việc thiết kế các biện pháp truyền thông có hiệu quả, bởi vì chúng cung cấp những thông tin rất hữu ích về những khoảng trống về thông tin liên quan tới BĐKH hiện nay, những phương pháp tiếp cận (một cách có hiệu quả) các nhóm đối tượng khác nhau và cách thiết kế các thông điệp có ý nghĩa và cốt yếu đối với những nhóm này.

Việt Nam là một trong năm quốc gia trên thế giới dễ bị tổn thương nhất do các tác động của biến đổi khí hậu. Hiện tại có rất ít những nghiên cứu về mức độ nhận thức hoặc thái độ đối với vấn đề BĐKH của người dân Việt Nam, tuy nhiên có những lý do để chúng ta có thể nhận định rằng mức độ nhận thức nói chung vẫn còn thấp. Trong một cuộc khảo sát trên quy mô toàn cầu về “mối quan tâm của chúng ta đối với hiện tượng ấm lên toàn cầu”, Việt Nam

¹ Ward (2008)

là một trong những nước ít lo lắng nhất về BĐKH². Mặc dù ở Việt Nam hiện chưa có những khảo sát về kiến thức, thái độ và hành vi trên diện rộng về biến đổi khí hậu tính đến thời điểm này, tuy nhiên, một số những kết quả khảo sát định tính ở cấp địa phương, ví dụ như một nghiên cứu của Oxfam tại Bến Tre và Quảng Trị chỉ ra rằng các chính quyền địa phương hiện không nhận thức đủ vấn đề biến đổi khí hậu và họ thiếu thông tin, phương pháp, công cụ và kinh nghiệm để đối phó với nó.

1.2. Giới thiệu về dự án

Dự án “Tăng cường năng lực ứng phó với BĐKH ở Việt Nam, nhằm giảm nhẹ tác động và kiểm soát phát thải khí nhà kính” (CBCC), do UNDP tài trợ, Viện Khí tượng thủy văn và môi trường (IMHEN), Bộ Tài nguyên và Môi trường và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn thực hiện, kéo dài từ năm 2009 đến năm 2012 tại thành phố Cần Thơ, tỉnh Bình Định và Ninh Thuận.

Mục tiêu phát triển của dự án đồng nhất với mục tiêu chính của CTMTQG, đó là “Giảm thiểu tính dễ bị tổn thương của dân chúng và các vùng cảnh quan của Việt Nam thông qua các biện pháp thích ứng và giảm nhẹ phù hợp”. Mục tiêu này chỉ có thể đạt được thông qua nỗ lực lâu dài, trong đó cần thiết phải có sự kết hợp giữa những giải pháp thích ứng và giảm nhẹ của quốc gia và quốc tế. Trách nhiệm cung cấp - và điều chỉnh - các nguyên tắc chỉ đạo, chiến lược và kế hoạch hành động thuộc về các cơ quan ở cấp Trung ương và cấp tỉnh. Tuy nhiên chắc chắn phải có sự nhận thức, tham gia và đóng góp tích cực của cộng đồng cũng như những hỗ trợ mang tính sáng tạo từ các tổ chức nghiên cứu và các tổ chức tư nhân có trách nhiệm xã hội.

Bảng 1: Các mục tiêu và kết quả của dự án

Mục tiêu dự án	Kết quả mong đợi
<p>a) Chính sách BĐKH và kế hoạch hành động được xây dựng và lồng ghép vào các Chương trình/ chính sách liên quan, đặc biệt liên quan đến những nhiệm vụ của CTMTQG</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tích hợp các vấn đề BĐKH vào các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch và công tác lập kế hoạch phát triển kinh tế xã hội, ngành và địa phương; ○ Tăng cường năng lực các tổ chức, thể chế nhằm xây dựng chính sách và chiến lược về BĐKH; ○ Xây dựng các chương trình hành động của các bộ, ngành và địa phương ứng phó với BĐKH; ○ Xây dựng và triển khai các dự án thí điểm của CTMTQG; ○ Tăng cường hợp tác quốc tế; 	<p>Kết quả 1: Chính sách BĐKH và kế hoạch hành động được xây dựng và lồng ghép vào các Chương trình/chính sách liên quan</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Khung thể chế cho việc thực hiện CTMTQG được cải thiện ○ Việc tích hợp BĐKH vào các chính sách quốc gia và các kế hoạch hành động được nâng cao ○ Việc tích hợp BĐKH vào các kế hoạch hành động cấp tỉnh và việc triển khai thực hiện dự án (thuộc CTMTQG) được nâng cao
<p>b) Kiến thức và năng lực nghiên cứu trong nước về đánh giá tác động, thích ứng với BĐKH và giảm nhẹ khí nhà kính được nâng cao, đặc biệt liên quan tới các nhiệm vụ của CTMTQG</p>	<p>Kết quả 2: Kiến thức và năng lực nghiên cứu trong nước về đánh giá tác động, thích ứng với BĐKH và giảm nhẹ khí nhà kính được nâng cao</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Các kịch bản BĐKH

² Market research company Nielsen, April 2007 – tham chiếu báo cáo của Oxfam

<ul style="list-style-type: none"> ○ Đánh giá mức độ và tác động của BĐKH ở Việt Nam; ○ Xác định các giải pháp ứng phó với BĐKH; ○ Phát triển chương trình khoa học công nghệ về BĐKH; ○ Nâng cao nhận thức và phát triển nguồn nhân lực; 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tác động và mức độ tổn thương do Biến đổi Khí hậu gây ra ○ Các giải pháp ứng phó với BĐKH ○ Các chương trình nghiên cứu về BĐKH ○ Nâng cao nhận thức về BĐKH
<p>c) Năng lực xây dựng và thực hiện các biện pháp thích ứng với BĐKH và kiểm soát phát thải khí nhà kính được tăng cường, liên quan tới nhiệm vụ của CTMTQG</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tăng cường năng lực tổ chức, thể chế nhằm xây dựng các văn bản pháp quy và các cơ chế ứng phó với BĐKH 	<p>Kết quả 3: Năng lực xây dựng và thực hiện các biện pháp thích ứng với BĐKH và kiểm soát phát thải khí nhà kính được tăng cường</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Thích ứng với BĐKH ○ Giảm nhẹ BĐKH

2. Phạm vi và mục tiêu

2.1. Phạm vi của chiến lược

Trong bối cảnh như đã nêu ở trên, Chiến lược Truyền thông về BĐKH vừa là sản phẩm đầu ra thứ 5 (kết quả số 2) của dự án CBCC, vừa là công cụ để hỗ trợ các bên liên quan tiếp cận các thông tin và kết quả hoạt động thích ứng và giảm nhẹ được thực hiện trong khuôn khổ dự án. Chiến lược sẽ đưa ra các hoạt động và thông điệp truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng liên quan; đồng thời góp phần thực hiện nhiệm vụ & giải pháp số 05 “Nâng cao nhận thức và phát triển nguồn nhân lực” của Chương trình Mục tiêu Quốc gia Ứng phó với Biến đổi Khí hậu đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt trong quyết định 158 QĐ/TTg ngày 02/12/2008.

Chiến lược được xây dựng với tầm nhìn dài hạn và một chương trình hành động cụ thể trong thời gian 3 năm từ 2010 - 2012, được thực hiện tại cấp trung ương và cấp địa phương thuộc 3 tỉnh dự án là Bình Định, Bình Thuận và thành phố Cần Thơ.

Phạm vi của chiến lược cần phải đảm bảo có ba yếu tố sau:

- Thông tin & Vận động chính sách: Như đã đề cập trong báo cáo khởi động của Dự án CBCC, việc cung cấp thông tin cho các bên liên quan về lợi ích và các kết quả của dự án là yếu tố chủ chốt. Điều này có nghĩa là cần thiết phải xuất bản các báo cáo cũng như tổ chức các hội thảo, sự kiện và đây được xem là các hoạt động truyền thông quan trọng.
- Nâng cao năng lực: Mục tiêu của Dự án CBCC là tăng cường năng lực của các bên thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia thuộc các ngành và lĩnh vực khác nhau, bao gồm cả công tác nâng cao nhận thức. Do đó, các hoạt động đào tạo, tập huấn phương pháp lập kế hoạch, điều phối, thực hiện và đánh giá các hình thức truyền thông khác nhau cần đặc biệt chú trọng.
- Các hoạt động nâng cao nhận thức: Cần triển khai thí điểm các hoạt động nâng cao nhận thức tới từng nhóm đối tượng khác nhau, đồng thời nâng cao năng lực cho các đối tượng triển khai thực hiện chiến lược này.

2.2. Mục tiêu của chiến lược

Chiến lược truyền thông, có các mục tiêu phù hợp với mục tiêu dài hạn như đã được xác định trong CTMTQG Ứng phó với BĐKH. Việc đặt Chiến lược truyền thông trong bối cảnh dài hạn này là rất quan trọng khi xét đến nhu cầu về một cách tiếp cận toàn diện và lâu dài của các ngành về truyền thông, nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của cộng đồng cũng như các bên liên quan chính nhằm ứng phó với BĐKH.

Tuy nhiên, trong giai đoạn thực hiện dự án, Chiến lược truyền thông này được xây dựng như là một công cụ để giúp các bên liên quan nắm được các khái niệm, các biện pháp ứng phó với BĐKH và giảm nhẹ phát thải khí nhà kính, đồng thời thử nghiệm các cơ chế truyền thông tới tất cả các tầng lớp trong xã hội (trung ương, tỉnh, cộng đồng), qua đó có được các ý tưởng và kinh nghiệm thực tiễn cho một chiến lược dài hạn.

Chiến lược truyền thông sẽ góp phần vào việc đạt được mục tiêu phát triển của Dự án là “Giảm thiểu tính dễ bị tổn thương của dân chúng và các vùng cảnh quan của Việt Nam thông qua các biện pháp thích ứng và giảm nhẹ phù hợp”

Việc xây dựng mục tiêu theo phương pháp S.M.A.R.T (Specific – cụ thể, Measurable – có thể đo đếm được, Attainable – khả thi, Relevant – thích đáng, Time-bound – trong phạm vi thời gian cho phép) là bước đầu tiên cần thực hiện trong quá trình xây dựng chiến lược truyền thông. Trong văn kiện dự án, sản phẩm đầu ra số 5, thuộc kết quả số 2, được xác định là “Nâng cao nhận thức về BĐKH”. Điều này được làm rõ hơn trong mục tiêu Chiến lược truyền thông, cụ thể như sau:

Mục tiêu 1: Hỗ trợ Chương trình mục tiêu quốc gia thông qua việc tăng cường năng lực điều phối và thực hiện công tác truyền thông nâng cao nhận thức về BĐKH.

Các mục tiêu cụ thể:

- Đào tạo, tập huấn cán bộ có liên quan về các phương pháp và kỹ năng xây dựng chính sách, lập kế hoạch và triển khai thực hiện các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức về BĐKH.
- Xây dựng quan hệ đối tác hiệu quả với các tổ chức phi chính phủ, các doanh nghiệp nhà nước và tư nhân, các cơ quan đào tạo và nghiên cứu, các đoàn thể chính trị và xã hội, các cơ quan thông tin đại chúng, cộng đồng các nhà tài trợ đồng thời hỗ trợ các cơ quan tổ chức này trong các hoạt động nâng cao nhận thức cộng đồng về BĐKH.

Mục tiêu 2: Thông tin rộng rãi các kết quả và sản phẩm của dự án CBCC đến các bên có liên quan trong và ngoài phạm vi dự án, bao gồm cả cộng đồng.

Các mục tiêu cụ thể:

- Tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các bên có liên quan trong phạm vi dự án về Dự án CBCC và các đóng góp của dự án trong việc triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia.
- Tạo điều kiện cho các bên có liên quan ngoài phạm vi dự án có thể tiếp cận được các kết quả chính của các hoạt động do dự án CBCC hỗ trợ (hoạch định chính sách, xây dựng các kịch bản, các biện pháp thích ứng, v.v...)

3. Các nguyên tắc và phương pháp tiếp cận

Việc thực hiện các hoạt động truyền thông không chỉ giới hạn trong công tác nâng cao nhận thức cộng đồng hay phổ biến thông tin. Truyền thông cần bao gồm các cách tiếp cận có sự tham gia nhằm tăng cường hiểu biết và đồng thuận về các biện pháp thích ứng và giảm thiểu tác động của BĐKH từ phía cộng đồng cũng như các bên liên quan.

Chiến lược và các hoạt động truyền thông được xác định cần tuân thủ các nguyên tắc và phương pháp tiếp cận sau:

- a) Chiến lược và các hoạt động truyền thông cần được xây dựng và triển khai cho tất cả các nhóm đối tượng có liên quan đến BĐKH như các nhà quản lý, hoạch định chính sách thuộc các cơ quan chính phủ ở cấp trung ương và cấp tỉnh (thuộc dự án); các tổ chức phi chính phủ, các doanh nghiệp nhà nước và tư nhân, các cơ quan đào tạo và nghiên cứu, các đoàn thể chính trị và xã hội, các cơ quan thông tin đại chúng và cộng đồng các nhà tài trợ;
- b) Quá trình xây dựng và thực hiện Chiến lược phải đảm bảo có sự tham gia của các bên tham gia trong dự án, đồng thời đảm bảo tính minh bạch, công khai, mọi đối tượng đều có thể tiếp cận các thông tin về biến đổi khí hậu
- c) Các hoạt động của Chiến lược được thiết kế sao cho tận dụng các cơ hội và kinh nghiệm truyền thông hiệu quả sẵn có, ví dụ như: sở thích của một nhóm đối tượng đặc biệt, kiến thức bản địa, phong tục tập quán...;
- d) Cần có những nghiên cứu, đánh giá, điều tra nhằm tìm ra các đặc điểm và nhu cầu của từng nhóm đối tượng khác nhau, từ đó lựa chọn các kênh và tài liệu truyền thông phù hợp;
- e) Chiến lược cần nhấn mạnh rằng, phụ nữ cần có nhiều cơ hội hơn trong việc tham gia và hưởng lợi từ các hoạt động của dự án;
- f) Cần có sự đóng góp ý kiến và tham gia của cộng đồng trong đối thoại về các vấn đề biến đổi khí hậu;
- g) Các hoạt động của Chiến lược cần đảm bảo tính bền vững và dễ áp dụng, có thể triển khai tại các địa bàn khác nhau nếu có yêu cầu;
- h) Lòng ghép việc giám sát và đánh giá trong các hoạt động của Chiến lược nhằm đảm bảo tiến trình thời gian và sự thành công;
- i) Các thông tin liên quan đến BĐKH cần được truyền tải tới các bên tham gia một cách kịp thời và cụ thể;
- j) Các hoạt động truyền thông cần phù hợp với thời gian và ngân sách đã được Ban quản lý dự án thông qua và có sự liên kết chặt chẽ với các hoạt động khác của dự án cũng như tại các cơ quan triển khai (Viện Khoa học Khí tượng Thủy văn và Môi trường, VP Chương trình Mục tiêu Quốc gia Ứng phó với BĐKH - Cục KTTV&BĐKH, và Sở TNMT và Sở NN&PTNT thuộc 3 tỉnh, thành phố thực hiện thí điểm của dự án);

4. Đối tượng của chiến lược

Đối tượng của Chiến lược truyền thông được xác định dựa trên sơ đồ tổ chức thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về BĐKH từ cấp trung ương đến địa phương.

Với mỗi nhóm bên liên quan cần tiến hành xác định các nhiệm vụ, chức năng và quyền hạn cụ thể liên quan đến BĐKH và/hoặc truyền thông. Vị trí của từng nhóm đối tượng và các động lực tham gia của họ cũng được xác định, cùng với vai trò và cơ chế tham gia trong việc triển khai thực hiện Chiến lược truyền thông, các chủ đề trọng tâm cần truyền thông, các kênh, công cụ và tài liệu truyền thông phù hợp. Đối tượng của Chiến lược truyền thông được chia thành các nhóm như sau:

4.1. Chính quyền và cơ quan quản lý các cấp

Đây là các cơ quan, đơn vị và cá nhân được Thủ tướng chính phủ chỉ đạo tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào việc thực hiện, giám sát hay điều phối Chương trình mục tiêu quốc gia. Nhóm đối tượng này phải chịu trách nhiệm quản lý nhà nước các công việc hàng ngày có

liên quan đến BĐKH (ví dụ như tài nguyên nước, thủy điện, giao thông thủy, nuôi trồng và đánh bắt thủy sản, sản xuất nông nghiệp...). Đồng thời, nhóm này có nhiệm vụ lồng ghép các kế hoạch hành động ứng phó với BĐKH và giảm phát thải khí nhà kính trong các chương trình và kế hoạch phát triển của ngành mình.

- Các cơ quan chỉ đạo:
 - Văn phòng Chính phủ
 - Văn phòng Chương trình Mục tiêu quốc gia về BĐKH
- Các cơ quan thực hiện chính (cấp trung ương): :
 - a. Bộ Tài nguyên và Môi trường
 - Cục Khí tượng Thủy văn và Biến đổi khí hậu
 - Viện Khoa học Khí tượng Thủy văn và Môi trường
- Các cơ quan phối hợp thực hiện (cấp trung ương):
 - a. Bộ Kế hoạch và Đầu tư
 - b. Bộ Tài chính
 - c. Các bộ, cơ quan ngang bộ và các cơ quan khác trực thuộc Chính phủ
- Thực hiện chính ở cấp tỉnh :
 - a. Chủ tịch UBND tỉnh/thành phố
 - b. Chủ tịch UBND quận/huyện

Chiến lược truyền thông đảm bảo sẽ cung cấp cho nhóm đối tượng này các thông tin, kiến thức cơ bản về BĐKH, đặc biệt là cách ứng phó và thích ứng với BĐKH, cũng như tầm quan trọng của CTMTQG về BĐKH và việc kết nối thông tin, liên lạc giữa các bên liên quan về BĐKH. Các hình thức truyền thông phù hợp cho nhóm đối tượng này là hội thảo, tập huấn, website, báo chí, TV, tóm tắt chính sách...

4.2. Khối doanh nghiệp nhà nước và tư nhân

Hiện nay, trách nhiệm xã hội dân sự của khối doanh nghiệp đang được Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thúc đẩy mạnh mẽ. Rất nhiều doanh nghiệp đã và đang tham gia tích cực vào các hoạt động phát triển cộng đồng, bảo vệ và cải thiện môi trường. Trong bối cảnh BĐKH, khối doanh nghiệp bao gồm cả nhà nước và tư nhân cần thiết tham gia vào các hoạt động liên quan đến BĐKH và cần được ưu tiên cung cấp kịp thời các thông tin liên quan đến BĐKH, các kịch bản và biện pháp ứng phó với BĐKH.

Sau đây là một số doanh nghiệp hiện đang có rất nhiều đóng góp cho công tác phát triển cộng đồng, bảo vệ và cải thiện môi trường tại Việt Nam: Công ty CocaCola, Pepsi, Xi-măng Holcim, Honda, Toyota, Ford Foundation, Tổng công ty điện lực Việt Nam, Bảo Việt, Bảo Minh...

4.3. Các tổ chức chính trị-xã hội

Mặt trận Tổ quốc, Hội Liên hiệp Phụ nữ, Hội Nông dân, Hội Cựu chiến binh, Đoàn Thanh niên từ trung ương, tỉnh, huyện, xã và thôn là nhóm đối tượng có mạng lưới thành viên hoạt động rộng khắp trên phạm vi cả nước, đồng thời chịu trách nhiệm phối hợp với các cơ quan chức năng thực hiện các hoạt động vận động cộng đồng trong nhiều lĩnh vực khác nhau của xã hội, ví dụ như dân số, sức khỏe cộng đồng, bảo vệ môi trường, nước sạch và vệ sinh nông thôn, chất lượng nước, tài nguyên nước và BĐKH.

Tuỳ theo chức năng của mình, các tổ chức xã hội phải chủ động tham gia vào các hoạt động ứng phó với BĐKH, đặc biệt là lĩnh vực thông tin, giáo dục và truyền thông; hỗ trợ và huy động cộng đồng, hộ gia đình tham gia tích cực xây dựng, vận hành và quản lý các công trình ứng phó với BĐKH, nhân rộng và phổ biến kinh nghiệm các mô hình ứng phó với BĐKH.

Các tổ chức chính trị xã hội vừa được xem là đối tượng cần được truyền thông về BĐKH, vừa được xem là công cụ truyền thông của Chiến lược này, khi thành viên của các tổ chức này tham gia mạng lưới báo cáo viên và cộng tác viên cơ sở về BĐKH. Vì vậy, Chiến lược đảm bảo sẽ cung cấp các thông tin, kiến thức cơ bản về BĐKH, các mô hình ứng phó với BĐKH, các hoạt động giảm phát thải khí nhà kính cũng như tăng cường năng lực truyền thông về BĐKH tới cộng đồng cho nhóm đối tượng này.

4.4. Các tổ chức dân sự xã hội

Tổ chức xã hội dân sự là các tổ chức phi chính phủ phi lợi nhuận trong nước và quốc tế, các hội, mạng lưới, câu lạc bộ đóng trên địa bàn các tỉnh thành Việt Nam, tập trung vào các thành phố lớn. Nhóm đối tượng này rất quan tâm theo dõi những thông tin mới liên quan đến khung thể chế hay định hướng, chiến lược phát triển, kế hoạch hành động của các cơ quan quản lý của Chính phủ. Ngược lại, các cơ quan quản lý của Chính phủ sẽ tiếp nhận những thông tin, số liệu từ nghiên cứu tại hiện trường của các tổ chức dân sự xã hội để làm cơ sở tham chiếu xây dựng văn bản chính sách pháp luật. Một số tổ chức dân sự xã hội có lĩnh vực hoạt động liên quan đến BĐKH hay giảm phát thải khí nhà kính như:

- Các tổ chức phi chính phủ trong nước
 - Viện Nghiên cứu Môi trường và Phát triển Bền Vững (VESDI)
 - Trung tâm Nghiên cứu Tài nguyên và Môi trường (CRES)
 - Liên hiệp các Tổ chức Hữu nghị Việt Nam –Trung tâm Nghiên cứu NGO
 - Trung tâm Bảo tồn Sinh vật biển và Phát triển Cộng đồng (MCD)
 - Trung tâm Con người và Thiên nhiên (PANATURE)
 - Tổ chức Thiên nhiên Môi trường (ENV)
- Các tổ chức phi chính phủ quốc tế
 - Tổ chức Bảo tồn Thiên nhiên Quốc tế (IUCN)
 - Quỹ bảo tồn thiên nhiên quốc tế (WWF)
 - Tổ chức Oxfam
 - Tổ chức CARE International
- Các quỹ, mạng lưới, câu lạc bộ
 - Quỹ hỗ trợ giảm nhẹ thiên tai miền trung
 - Nhóm làm việc về BĐKH (do VUFO điều phối)
 - Mạng lưới Nghiên cứu Đồng bằng và Quan trắc Toàn cầu (Delta Research And Global Observation Network, DRAGON)
 - Mạng lưới các thành phố ở Châu Á có khả năng chống chịu với Biến đổi Khí hậu" (Asian Cities Climate Change Resilience Network)

Trong CTMTQG về BĐKH cũng chỉ rõ, các tổ chức dân sự xã hội sẽ tham gia các quá trình hoạch định chính sách, chương trình, kế hoạch ứng phó với BĐKH trong vai trò phản biện; hỗ trợ cộng đồng trong tuyên truyền, nâng cao nhận thức, triển khai các biện pháp phòng tránh thiên tai; giúp đỡ người dân áp dụng các biện pháp canh tác, chăn nuôi ít phát thải; tăng cường sử dụng nhiên liệu sinh học, hạn chế dùng than.

4.5. Các cơ quan nghiên cứu và đào tạo

Các cơ quan nghiên cứu và đào tạo rất cần được cung cấp đầy đủ các thông tin cập nhật liên quan đến BĐKH phục vụ công tác giảng dạy và các hoạt động nghiên cứu của mình. Một số cơ quan nghiên cứu và đào tạo liên quan như:

- Đại học Cần Thơ (Viện Nghiên cứu Biến đổi Khí hậu, Khoa Môi trường và Tài nguyên thiên nhiên)
- Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường
- Đại học Quốc gia Hà Nội (Trường Đại học Khoa học Tự nhiên: Khoa Khí tượng Thủy văn và Hải dương học; Trung tâm Nghiên cứu Quan trắc và mô hình hóa môi trường)
- Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (Bộ môn Khí tượng-Hải dương và Thủy văn; Trung tâm Nghiên cứu Đất ngập nước)
- Trường Đại học Thủy lợi (Khoa Kỹ thuật Tài nguyên Nước, Khoa Thủy văn và Tài nguyên Nước)
- Trường Đại học Xây dựng Hà Nội (Khoa công trình thủy)
- Trường Đại học Mỏ Địa chất (Khoa địa chất: Bộ môn Địa chất Thủy văn)
- Trường Đại học Nông nghiệp
- Trường Đại học Y tế cộng đồng

Chiến lược Truyền thông sẽ cung cấp đầy đủ các thông tin về BĐKH cũng như các kết quả nghiên cứu của dự án cho nhóm đối tượng này thông qua website hay các phương tiện thông tin đại chúng như tivi, báo, đài.

4.6. Các cơ quan truyền thông

Các cơ quan truyền thông đại chúng vừa là nhóm đối tượng cần được đào tạo, nâng cao nhận thức về BĐKH; vừa là đối tác quan trọng trong việc thực hiện các hoạt động truyền thông của chiến lược.

Các cơ quan truyền thông đại chúng hiện đang quan tâm nhiều đến chủ đề BĐKH. Ở Việt Nam, chỉ trong thời gian ngắn, đã có rất nhiều bài viết, phim tài liệu, phóng sự, chuyên đề về BĐKH được đăng tải, phát sóng và xây dựng trên nhiều tờ báo, tạp chí, chương trình phát thanh, truyền hình, cấp trung ương và địa phương. Tuy nhiên, thông tin về BĐKH mà các phóng viên, nhà báo có được và đưa tin còn tương đối chung chung, chưa có nhiều luận chứng khoa học cũng như các bài học, kinh nghiệm và nghiên cứu thực tiễn. Như vậy, có thể nói, các cơ quan truyền thông đại chúng vẫn còn thiếu thông tin về BĐKH để cung cấp cho khán giả và độc giả. Để các cơ quan truyền thông đại chúng có thể cung cấp các thông tin cập nhật nhất và chính xác nhất tới người xem và người nghe, các cơ quan quản lý chức năng cần tạo điều kiện và cơ hội để đội ngũ phóng viên, nhà báo được tiếp cận, tập huấn đầy đủ các thông tin, kịch bản, các kết quả điều tra nghiên cứu, văn bản chính sách pháp luật, các tài liệu hướng dẫn, các mô hình ứng phó với về BĐKH.

Các cơ quan truyền thông đại chúng ở Việt Nam có trụ sở và văn phòng đại diện tại hầu hết các tỉnh thành trong cả nước. Vì vậy, việc khuyến khích đội ngũ phóng viên, nhà báo tham gia vào các hoạt động truyền thông về BĐKH trong phạm vi dự án là tương đối thuận lợi. Các cơ quan truyền thông đại chúng hiện đang có những bộ phận chịu trách nhiệm về mảng tài nguyên môi trường, phát triển bền vững và BĐKH là:

- Đài truyền hình Việt Nam (Ban Khoa giáo, Ban Thời sự, Ban chuyên đề, Trung tâm quảng cáo và dịch vụ truyền hình)
- Đài Tiếng nói Việt Nam (Hệ Thời sự-Chính trị-Tổng hợp, Báo điện tử Đài tiếng nói Việt Nam, Hệ Phát thanh có hình, Báo tiếng nói Việt Nam);

- Thông tấn xã Việt Nam (Ban biên tập tin trong nước, Trung tâm nghe nhìn thông tấn, Báo ảnh Việt Nam, Báo điện tử “VietnamPlus”, Báo Vietnam News, Tạp chí Vietnam Law and Legal Forum);
- Báo Tài nguyên Môi trường (thuộc Bộ TN&MT);
- Tạp chí Tài nguyên Môi trường (thuộc Bộ TN&MT);
- Tạp chí Tài nguyên Nước (thuộc Hội Thủy lợi Việt Nam);
- Tạp chí Khí tượng Thủy văn (thuộc Trung tâm Khí tượng thủy văn quốc gia);
- Bản tin Nhóm hỗ trợ quốc tế (thuộc Bộ TN&MT);
- Bản tin Nhóm hỗ trợ quốc tế (thuộc Bộ NN&PTNT);
- Bản tin giảm nhẹ thiên tai (thuộc Văn phòng Ban chỉ đạo Phòng chống lụt bão Trung ương);
- Đài Phát thanh và Truyền hình các tỉnh Bình Định, Bình Thuận và thành phố Cần Thơ;
- Báo Bình Định, Bình Thuận và thành phố Cần Thơ
- Báo Tuổi Trẻ, Thanh Niên, Người Lao Động, Hà Nội Mới, Tiền Phong, Giáo dục Thời đại, Sức khỏe-Đời sống
- Diễn đàn Các nhà báo Môi trường Việt Nam (<http://www.vfej.vn/>) (thuộc Hội bảo vệ Thiên nhiên và Môi trường Việt Nam)
- Trang web của dự án Tăng cường Năng lực về Biến đổi khí hậu và giảm phát thải khí nhà kính (CBCC): <http://www.cbcc.org.vn/>
- Trang web của "Mạng lưới các thành phố ở Châu Á có khả năng chống chịu với Biến đổi Khí hậu" (ACCCRN): <http://vietnamcityclimatechange.net/Vi/Home/All/>
- Trang web của Viện Nghiên cứu Biến đổi khí hậu – Đại học Cần Thơ: <http://www.ctu.edu.vn/institutes/dragon/index.php>
- Trang web của Trung tâm Con người và Thiên nhiên <http://www.thiennhien.net/>
- Trang web của Chương trình Hành trình Xanh <http://www.gogreen.com.vn/>

4.7. Cộng đồng dân cư

Cộng đồng dân cư, đặc biệt là các cộng đồng nghèo sinh sống tại vùng duyên hải, vùng núi là nhóm đối tượng dễ bị tổn thương nhất từ các ảnh hưởng của BĐKH.

Cuộc sống hàng ngày của cộng đồng dân cư dù ở thành thị hay nông thôn, miền núi hay ven biển thì đều phụ thuộc chặt chẽ tới thiên nhiên, trong sinh hoạt cũng như trong sản xuất. Trong bối cảnh BĐKH như hiện nay, cuộc sống của người dân bị đe dọa nghiêm trọng từ sức khỏe, đến chăn nuôi, sản xuất nông nghiệp bởi các hiện tượng bất thường của thiên nhiên như hạn hán, lũ lụt, mưa bão, hay do các hiện tượng bất thường của thiên nhiên đem lại dịch bệnh cho người và gia súc.

Tuy nhiên, không phải ai trong cộng đồng cũng có những hiểu biết về BĐKH, những nguyên nhân gây ra BĐKH và các tác động của nó. Nếu như nhận thức của người dân về BĐKH được nâng cao, nếu như con người có những hành vi ứng xử thân thiện với môi trường nước, nếu như cộng đồng có được những kỹ năng cơ bản xử lý các vấn đề liên quan đến BĐKH trong cuộc sống hàng ngày thì gánh nặng trách nhiệm quản lý tài nguyên thiên nhiên sẽ không còn là của riêng những nhà quản lý nữa mà sẽ được san sẻ trong cả cộng đồng.

Học sinh, một phần của cộng đồng, được xem là cầu nối, là mắt xích quan trọng trong chuỗi quan hệ gia đình-nhà trường-xã hội. Ở lứa tuổi 11-14, các em có đủ hiểu biết để nhận thức những vấn đề liên quan cũng như đủ khả năng để truyền đạt lại các thông tin thu nhận được tới người khác. Do vậy, nếu như tổ chức các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức

của học sinh về BĐKH thì phạm vi ảnh hưởng của công tác truyền thông này sẽ được mở rộng tới phụ huynh học sinh và các cộng đồng xung quanh.

Chiến lược Truyền thông đảm bảo cộng đồng dân cư (trong đó có học sinh) tại các tỉnh dự án sẽ được cung cấp kiến thức, thông tin cơ bản về BĐKH, từ đó nâng cao nhận thức, hình thành ý thức, có thái độ và hành vi ứng xử thân thiện với môi trường thiên nhiên. Các hình thức truyền thông cho cộng đồng có thể là các cuộc thi tìm hiểu, mô hình trình diễn, các câu lạc bộ, tổ tự quản hay các hoạt động mang tính phong trào.

4.8. Tư vấn & Tài trợ quốc tế

Cộng đồng các nhà tài trợ là những đối tác quan trọng của nhiều cơ quan chính phủ và có vai trò ảnh hưởng không nhỏ trong định hướng phát triển của các ngành cũng như của đất nước. Trong những năm trở lại đây, BĐKH được xem là trọng điểm của các nhà tài trợ tại Việt Nam, nhiều chương trình hợp tác song phương, các khoản cho vay, viện trợ không hoàn lại được tập trung để tăng cường năng lực, thể chế, quản lý, xây dựng các kịch bản và biện pháp ứng phó với BĐKH.

Việc xem xét cộng đồng các nhà tài trợ cho BĐKH tại Việt Nam là một trong những nhóm đối tượng của Chiến lược Truyền thông này là hết sức cần thiết. Hội nghị hàng năm các nhà tài trợ cho Chính phủ Việt Nam sẽ đóng vai trò là cơ quan tư vấn, giúp Ban Chỉ đạo quốc gia Chương trình huy động và điều phối viện trợ quốc tế cho các hoạt động có liên quan đến Chương trình.

Chiến lược sẽ đảm bảo cộng đồng các nhà tài trợ được cung cấp đầy đủ thông tin (chính sách, phương pháp, kỹ thuật...) của dự án qua các kênh thông tin như trang web của dự án, các báo cáo của dự án hay việc tham dự các hội thảo do dự án tổ chức. Cộng đồng các nhà tài trợ cho BĐKH tại Việt Nam bao gồm: Ngân hàng Thế giới, Ngân hàng Phát triển Châu Á, Cơ quan Phát triển Quốc tế Đan Mạch (DANIDA), Cơ quan Hợp tác và Phát triển Anh (DFID), Cơ quan Phát triển Pháp (AFD), Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA), Challenge to Change (British NGO)...

5. Kênh và thông điệp truyền thông

5.1. Kênh truyền thông

Trên thế giới hiện có rất nhiều sáng kiến nhằm nâng cao nhận thức, giáo dục cộng đồng về BĐKH, giúp họ thay đổi hành vi và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng trong các diễn đàn, đối thoại nhằm chuẩn bị và ứng phó với những tác động của BĐKH trong tương lai.

Việc nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ, hành vi của các nhóm cộng đồng là cả một quá trình lâu dài và có sự phối hợp nhiều phương pháp và hình thức truyền thông khác nhau. Hiện có 2 phương pháp truyền thông phổ biến đó là:

Phương pháp truyền thông trực tiếp được thực hiện trực diện giữa người với người. Đối tượng của truyền thông trực tiếp có thể là một hay một nhóm người. Ví dụ: Tổ chức các buổi nói chuyện về môi trường và sức khỏe con người (thông qua họp thôn, họp Hội phụ nữ, Đoàn thanh niên, nói chuyện tại trường học v.v.); Thảo luận nhóm; Đến thăm hộ gia đình; Truyền thông với cá nhân; Sinh hoạt câu lạc bộ; Làm mẫu thực hành; Tư vấn v.v. Với phương pháp truyền thông này, người truyền thông có thể biết được kiến thức, thái độ và thực hành của đối tượng như thế nào. Nhờ vậy có thể điều chỉnh nội dung, cách truyền đạt hoặc có biện pháp tác động thích hợp với từng đối tượng để thay đổi hành vi. Hay người truyền thông có thể nhận được thông tin phản hồi từ đối tượng do đó hiểu được tâm tư, tình cảm, hoàn cảnh, khó khăn của đối tượng và dễ dàng đánh giá được hiệu quả truyền thông. Tuy nhiên, truyền thông trực tiếp chỉ tiếp cận đến một nhóm đối tượng hạn chế, vì vậy khó có đủ nhân lực làm công tác truyền thông. Người truyền thông phải có kiến thức, kỹ năng

cần thiết để đáp ứng với nhu cầu của mọi người dân và hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào khả năng của truyền thông viên.

Phương pháp truyền thông gián tiếp được thực hiện qua các phương tiện thông tin đại chúng như vô tuyến, đài phát thanh, loa truyền thanh, báo, tạp chí, bản tin v.v. và các loại tài liệu truyền thông như áp phích, tờ rơi, tờ gấp v.v. Ưu điểm của phương pháp này là nội dung truyền thông mang tính thống nhất, tin cậy và có thể phát đi phát lại nhiều lần, có khả năng truyền tin nhanh, đến được nhiều người và nhiều nhóm đối tượng cùng một lúc, tạo ra được dư luận và môi trường xã hội thuận lợi cho việc thay đổi thái độ và hành vi của đối tượng. Tuy nhiên, điểm hạn chế của phương pháp này là chỉ có khả năng cung cấp kiến thức - nếu chỉ thực hiện riêng truyền thông gián tiếp sẽ khó làm thay đổi hành vi của đối tượng, khó thu được thông tin phản hồi do đó khó đánh giá được hiệu quả truyền thông, đòi hỏi phải có những phương tiện, trang thiết bị phục vụ quá trình truyền và nhận tin như đài phát thanh, vô tuyến, đài thu thanh...

Sự phân chia thành 2 phương pháp truyền thông trực tiếp và gián tiếp chỉ là tương đối. Đôi khi 2 phương pháp này có sự đan xen lẫn nhau. Ví dụ: trong các buổi thảo luận nhóm, nói chuyện với cộng đồng, vẫn kết hợp phát các tài liệu truyền thông hoặc trong các buổi tọa đàm trên truyền hình vẫn có các đường dây nóng để có thể giao lưu trực tiếp với khán giả... Vì vậy, phối hợp cả 2 phương pháp là cách tốt nhất và hiệu quả nhất.

Kênh truyền thông phải đảm bảo được lựa chọn đáp ứng đúng nhu cầu, sở thích, mong muốn của từng nhóm đối tượng khác nhau. Mỗi kênh truyền thông đều có những điểm mạnh, điểm yếu nhất định, và nếu như được áp dụng đúng nhóm đối tượng, đúng thời điểm thì sẽ đạt được hiệu quả truyền thông cao nhất.

Truyền hình là kênh truyền thông đạt hiệu quả trong việc cung cấp thông tin tới đông đảo quần chúng nhân dân. Có thể thấy, TV rất phổ biến ở Việt Nam, từ nông thôn tới thành phố. Tuy nhiên, để sản xuất được một chương trình truyền hình thì đòi hỏi rất nhiều kinh phí, kỹ thuật và thiết bị máy móc. Thông qua kênh truyền hình có thể nâng cao nhận thức cho cộng đồng, nhưng rất khó để thay đổi hành vi, nhận thức của họ bởi thiếu cơ chế phản hồi. Một số chương trình truyền hình có thể tạo được hiệu quả truyền thông cao và có tác động lớn đến nhận thức và hành vi của cộng đồng đó là các chương trình đối thoại, phỏng vấn, trò chơi...

Đài phát thanh cũng rất phổ biến, chi phí thấp, khán giả có thể nghe đài ở mọi chỗ, mọi thời điểm khác nhau. Đặc biệt, đài là kênh truyền thông vẫn có thể hoạt động trong tình trạng mất điện.

Báo và tạp chí là kênh thông tin chủ yếu dành cho nhóm cộng đồng ở thành phố và có trình độ văn hóa nhất định

Truyền thông trực tiếp là hình thức rất phổ biến, đạt hiệu quả và tới nhiều nhóm đối tượng khác nhau trong cộng đồng. Đây được xem là sáng kiến có thể thay đổi hành vi của đối tượng. Tuy nhiên, kênh truyền thông này cũng có những hạn chế nhất định, ví dụ như tốn kém thời gian, số lượng đối tượng được truyền thông ít, người làm công tác truyền thông trực tiếp phải có kiến thức tốt, kỹ năng thuyết phục và phải được cộng đồng tin tưởng.

Biểu diễn văn nghệ là kênh thông tin được cộng đồng dân cư, đặc biệt các vùng nông thôn rất ưa chuộng. Các nội dung, thông điệp truyền thông sẽ được lồng ghép qua các bài hát, điệu múa, vở kịch. Bên lề các chương trình biểu diễn có thể tổ chức trưng bày poster, tờ rơi giới thiệu các nội dung cần truyền thông.

Các sự kiện kỷ niệm Ngày Môi trường thế giới, Giờ Trái đất, Ngày Đa dạng sinh học... sẽ là các dịp để nâng cao nhận thức cộng đồng hay thu hút sự quan tâm của cộng đồng tới một chủ đề cụ thể. Đây cũng còn được xem là cơ hội để xây dựng các quan hệ đối tác.

Tài liệu in ấn như bản tin, quyển hỏi đáp, quyển giới thiệu... mặc dù là những tài liệu hỗ trợ nhưng lại rất quan trọng trong việc giúp người đọc ghi nhớ thông tin.

Tài liệu trực quan và đa phương tiện như poster, tranh, ảnh, phim tài liệu... thường được sử dụng riêng rẽ và kênh truyền thông này là sự phối hợp của nhiều phương pháp truyền thông khác nhau nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng. Ví dụ, các báo cáo khoa học thường mang tính kỹ thuật và rất khó hiểu với nhiều người nhưng bằng các phần mềm máy tính có

thể chuyển các kết quả nghiên cứu đó dưới dạng bản đồ có thông số cụ thể về khí hậu, hiểm họa thiên tai hay các yếu tố môi trường khác thì sẽ trở nên dễ hiểu hơn rất nhiều. Các bộ phim tài liệu được sử dụng để cung cấp một cách trực quan các tác động của BĐKH hoặc để chia sẻ các ví dụ cụ thể về chiến lược thích ứng với BĐKH của các địa phương. Các bộ phim tài liệu như thế này thường được phát sóng rộng rãi trên TV hoặc xem như tài liệu giảng dạy, nâng cao nhận thức cộng đồng. Tuy nhiên thì việc xây dựng và phát sóng một bộ phim tài liệu là khá tốn kém.

Công nghệ thông tin và trang web, có thể thấy internet hiện nay đang được sử dụng rộng khắp và người sử dụng có thể dễ dàng cập nhật thông tin hoặc chia sẻ thông tin, tài liệu, kiến thức. Theo kết quả điều tra liên quan đến truyền thông về BĐKH thì khoảng 66% nước trên thế giới có trang web quốc gia về BĐKH. Các trang web này cung cấp các thông tin cơ bản về BĐKH như "BĐKH là gì?", "Bạn biết BĐKH xảy ra như thế nào?", "Tại sao BĐKH lại xảy ra?", "BĐKH tác động như thế nào đối với đất nước?", đồng thời cũng cung cấp các báo cáo khoa học, báo cáo quốc gia về BĐKH, các số liệu thực tế về phát thải khí nhà kính, các sáng kiến về giảm thiểu và thích nghi với BĐKH, các văn bản chính sách về BĐKH, các nhiệm vụ mà các tổ chức, cộng đồng, cá nhân có thể thực hiện được. Ví dụ dưới đây là một số trang web về BĐKH bằng tiếng Anh:

- Kế hoạch hành động về BĐKH của Canada: www.climatechange.gc.ca
- Cơ quan Bảo vệ môi trường của Mỹ: <http://www.epa.gov/climatechange/>

Giáo dục trong trường học là kênh truyền thông áp dụng chủ yếu cho học sinh và sinh viên. Hầu hết các quốc gia, tổ chức trong nước và quốc tế (như UNICEF và UNEP) đều biên soạn và phát hành tài liệu truyền thông cho học sinh, sinh viên và thanh thiếu niên. Các hoạt động giáo dục trong trường học có thể là các trò chơi, hoạt hình, sinh hoạt câu lạc bộ, trồng cây, thi viết, thi vẽ hoặc các hoạt động có định hướng khác

5.2. Chủ đề và Thông điệp truyền thông

Trước khi xây dựng bất cứ chương trình, hoạt động, chiến dịch hay tài liệu truyền thông liên quan đến BĐKH nào, việc xác định rõ nhóm đối tượng, trình độ học vấn, văn hóa và nhu cầu của họ là cực kỳ quan trọng. Điều này giúp đảm bảo các thông điệp và hoạt động truyền thông được thiết kế sẽ cung cấp đầy đủ các thông tin phù hợp với nhu cầu và năng lực tiếp thu của các nhóm đối tượng cụ thể.

Về cơ bản, các chủ đề (thông điệp) truyền thông về BĐKH có thể được gộp lại thành một số nhóm chính sau:

1. BĐKH đang xảy ra và có nhiều khả năng sẽ gây ra những tác động lớn đến quá trình phát triển của Việt Nam.
2. Có những chương trình hành động cụ thể mà bạn có thể tham gia nhằm thích ứng với BĐKH
3. Có những chương trình hành động cụ thể mà bạn có thể tham gia nhằm giảm thiểu phát thải khí nhà kính.

Tuy nhiên, thách thức ở đây là làm thế nào để có thể định hình và xây dựng những thông điệp cụ thể nhằm truyền tải những chủ đề chính này cho từng nhóm đối tượng khác nhau. Có một thực trạng là phần lớn các thông điệp truyền thông về, và những bản tin/phóng sự/bài viết liên quan đến, BĐKH ở Việt Nam đều tập trung vào mô tả những khía cạnh tiêu cực, những rắc rối và vấn đề gây ra bởi BĐKH (tác động và tính dễ bị tổn thương, bế tắc của các quá trình đàm phán quốc tế v.v...) thay vì đưa ra những minh họa chi tiết, những câu chuyện, kinh nghiệm và giải pháp mang tính tích cực về BĐKH. Mặc dù những thông điệp/thông tin kiểu như vậy cũng có những đóng góp cho việc nâng cao nhận thức về BĐKH nói chung. Tuy nhiên, sự lặp đi lặp lại những thông điệp tiêu cực (đôi khi thổi phồng hoặc không có căn cứ khoa học) sẽ tạo ra tâm lý hoang mang, gây ra sự nhầm lẫn cho người

đọc, và trong nhiều trường hợp phản tác dụng, khiến cho các nỗ lực truyền thông không đạt kết quả như mong đợi³.

Các thông điệp truyền thông cụ thể của Dự án CBCC cần tránh lặp lại những sai lầm nói trên. Để có thể tránh những phản ứng phủ nhận, nghi ngờ hoặc lãnh đạm với các thông tin về BĐKH, dự án cần xây dựng các thông điệp:

- *Tích cực và truyền cảm hứng các nhóm đối tượng.*
- *Thu hút được sự quan tâm và chú ý của độc giả.* Để làm được như vậy, những thông điệp và các hoạt động truyền thông của dự án cần phải gắn gũi với đời sống và công việc hàng ngày của các nhóm đối tượng và nhắm vào việc cung cấp những thông tin thực sự cần thiết đối với họ
- *Có tính khái quát, kết hợp với những ví dụ cụ thể và minh họa trực quan.* Cần có điều chỉnh chi tiết và thử nghiệm các thông điệp và cách trình bày chúng kể từ khi bắt đầu thực hiện việc truyền thông.
- *Rõ ràng, đơn giản, chính xác và cung cấp đủ lượng thông tin cần thiết và phù hợp với nhu cầu của từng nhóm đối tượng,* kể cả đối với trường hợp những thông tin có tính kỹ thuật. Tránh đưa ra quá nhiều thông tin thiếu tính trọng tâm và gây quá tải đối với các nhóm đối tượng truyền thông.
- *Có tính thống nhất cao về nội dung.*
- *Chỉ ra những mối liên hệ giữa các vấn đề BĐKH toàn cầu với sự phát triển của đất nước và địa phương, với cuộc sống và hành động của từng cá nhân trong xã hội.*
- *Nhấn mạnh sức mạnh tập thể trong ứng phó với BĐKH.* BĐKH là một vấn đề rất lớn, mang tính toàn cầu, điều này có thể ngăn cản những nỗ lực ứng phó cá nhân, chính vì vậy, những thông điệp truyền thông về BĐKH cần khích lệ và nhấn mạnh tầm quan trọng của đoàn kết trong các hoạt động ứng phó với BĐKH nhằm truyền tải cho các nhóm đối tượng.
- *Có nhãn mác truyền thông rõ ràng.* Việc sử dụng kết hợp tên và biểu trưng của Dự án, Viện Khoa học Khí tượng Thủy văn và Môi trường và của Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc đóng vai trò quan trọng nhằm tạo dựng sự tin cậy và là một 'chứng thực' về chất lượng thông tin của các hoạt động truyền thông của Dự án.

Nội dung cụ thể của các thông điệp và hoạt động truyền thông cần phải được nghiên cứu kỹ lưỡng và phù hợp cho từng nhóm đối tượng. Những cuộc họp tham vấn tại cấp trung ương và cấp tỉnh đã đưa ra một số những định hướng về các nhu cầu thông tin của các nhóm đối tượng khác nhau, tuy nhiên, cần có những điều tra khảo sát kỹ lưỡng hơn để có thể đưa ra những đề xuất về thông điệp và nội dung truyền thông cụ thể.

Mặc dù vậy, những kết quả phân tích các bên liên quan ban đầu dựa trên những thông tin thu thập được từ những cuộc họp tham vấn và kết quả tổng quan tài liệu, có thể đưa ra một số gợi ý chủ đề sau:

Bảng 2: Nhóm đối tượng và chủ đề truyền thông

Nhóm đối tượng	Chủ đề truyền thông
Chính quyền và cơ quan quản lý các cấp	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tính cấp thiết, tầm quan trọng và ý nghĩa của Chương trình mục tiêu quốc gia về BĐKH; 2. Các khái niệm cơ bản về BĐKH, đặc biệt là các giải pháp ứng phó và thích nghi với BĐKH; 3. Cơ chế thực hiện và điều phối liên ngành và liên tỉnh trong

³ Có thể tham khảo thêm những nghiên cứu liên quan, ví dụ như của O'Neill, S (2009), "Fear Won't Do It" Promoting Positive Engagement With Climate Change Through Visual and Iconic Representations, tải về tại <http://devcompage.com/wp-content/uploads/2009/10/promoting-positive-engagement-with-climate-change.pdf> truy cập lần cuối 13/09/ 2010.

Nhóm đối tượng	Chủ đề truyền thông
	<p>thực hiện các giải pháp ứng phó và thích nghi với BĐKH;</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Đề xuất và các bài học kinh nghiệm thực tiễn về việc tích hợp BĐKH vào các chính sách quốc gia và kế hoạch hành động của các bộ, ngành và các tỉnh. 5. Các kịch bản BĐKH và thông tin cập nhật kịch bản; 6. Các giải pháp thích ứng và giảm nhẹ với BĐKH; 7. Các chính sách biến đổi khí hậu và kế hoạch hành động 8. Các kết quả nghiên cứu về BĐKH
<p>Khối doanh nghiệp nhà nước và tư nhân</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vai trò và trách nhiệm xã hội dân sự của doanh nghiệp cần được nâng cao trong bảo vệ môi trường, giảm phát thải khí nhà kính, sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên; 2. Kết quả nghiên cứu về BĐKH, đặc biệt các yếu tố tác động tới BĐKH từ các hoạt động sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, chăn nuôi, chế biến và làng nghề; 3. Sử dụng nước, phân bổ nguồn nước giữa các nhóm đối tượng sử dụng nước và thực hành tiết kiệm nước, giảm thiểu và xử lý nước thải mà vẫn duy trì sản xuất trong bối cảnh BĐKH;
<p>Tổ chức chính trị-xã hội Tổ chức dân sự xã hội Cơ quan nghiên cứu và đào tạo Cộng đồng dân cư</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thông tin chung về BĐKH và mối liên hệ giữa BĐKH tới sức khỏe, sản xuất và chất lượng cuộc sống của cộng đồng; 2. Làm thế nào để mọi người cùng quan tâm đến BĐKH? 3. Tại sao người già, phụ nữ, trẻ em, người nghèo, người dân tộc thiểu số lại là những đối tượng dễ bị tổn thương bởi BĐKH? Làm thế nào để giúp họ có thông tin về BĐKH và có kỹ năng thích ứng với BĐKH? 4. Các câu chuyện, ví dụ nghiên cứu điển hình, số liệu cụ thể liên quan đến BĐKH trong nước và quốc tế; 5. Trao đổi các kinh nghiệm liên quan đến mối liên hệ giữa BĐKH với cuộc sống hàng ngày của cộng đồng; 6. Cộng đồng cùng nhau ứng phó với BĐKH; Hãy chung tay giảm phát thải khí nhà kính; 7. Cộng đồng cùng quan tâm đến BĐKH;
<p>Các cơ quan truyền thông</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thông tin chung về BĐKH và mối liên hệ giữa BĐKH tới sức khỏe, sản xuất và chất lượng cuộc sống của cộng đồng; 2. Vai trò và trách nhiệm xã hội dân sự của doanh nghiệp cần được nâng cao trong bảo vệ môi trường; 3. Các kịch bản BĐKH và thông tin cập nhật kịch bản; 4. Các giải pháp thích ứng và giảm nhẹ với BĐKH; 5. Các chính sách biến đổi khí hậu và kế hoạch hành động 6. Các kết quả nghiên cứu về BĐKH 7. Đề xuất và các bài học kinh nghiệm thực tiễn về việc tích hợp BĐKH vào các chính sách quốc gia và kế hoạch hành động của các bộ, ngành và các tỉnh. 8. Cộng đồng cùng quan tâm đến BĐKH;
<p>Tư vấn và tài trợ quốc tế</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thông tin hoạt động và kết quả nghiên cứu của các dự án liên quan đến BĐKH ở Việt Nam 2. Các chính sách BĐKH và kế hoạch hành động ở Việt Nam 3. Các kịch bản BĐKH và thông tin cập nhật kịch bản

Nhóm đối tượng	Chủ đề truyền thông
	4. Tác động và độ tổn thương do BĐKH gây ra ở Việt Nam 5. Các giải pháp ứng phó với BĐKH (bao gồm cả thích ứng và giảm nhẹ) ở Việt Nam 6. Các kết quả nghiên cứu về BĐKH ở Việt Nam 9. Đề xuất và các bài học kinh nghiệm thực tiễn về việc tích hợp BĐKH vào các chính sách quốc gia và kế hoạch hành động của các bộ, ngành và các tỉnh.

Trong khuôn khổ các hoạt động và phạm vi của dự án CBCC, thì các thông điệp truyền thông cần tập trung thể hiện rõ các chủ đề sau đây:

- Giới thiệu về dự án CBCC
- Các hoạt động và kết quả đạt được của dự án CBCC
- Các chính sách biến đổi khí hậu và kế hoạch hành động
- Các kịch bản BĐKH và thông tin cập nhật kịch bản.
- Tác động và độ tổn thương do BĐKH gây ra
- Các giải pháp ứng phó với BĐKH (bao gồm cả thích ứng và giảm nhẹ)
- Các kết quả nghiên cứu về BĐKH
- Trao đổi các kinh nghiệm liên quan đến mối liên hệ giữa BĐKH với cuộc sống hàng ngày của cộng đồng
- Đề xuất và các bài học kinh nghiệm thực tiễn về việc tích hợp BĐKH vào các chính sách quốc gia và kế hoạch hành động của các bộ, ngành và các tỉnh.

6. Các loại hình hoạt động truyền thông

Căn cứ nhu cầu đã xác định qua công tác tham vấn với các bên liên quan, Chiến lược truyền thông cần xây dựng và triển khai các hoạt động nâng cao nhận thức cộng đồng ở cả cấp trung ương và địa phương. Dự án CBCC có thể đóng góp vào công tác nâng cao nhận thức trong Chương trình mục tiêu quốc gia hiệu quả nhất là thông qua tập huấn và hỗ trợ các cơ quan triển khai thực hiện (như các phương tiện thông tin đại chúng, các tổ chức phi chính phủ, chính quyền địa phương). Có thể chia các loại hình hoạt động truyền thông của chiến lược theo 04 nhóm hoạt động lớn dưới đây:

Các khóa đào tạo tập huấn

- Đào tạo tập huấn những kiến thức cơ bản về BĐKH cho các nhóm đối tượng là cán bộ các cơ quan quản lý và chính quyền, doanh nghiệp, các tổ chức chính trị xã hội, xã hội dân sự, cơ quan nghiên cứu, truyền thông và cộng đồng. Ví dụ như:
 - Hiện trạng BĐKH trên thế giới, Việt Nam và địa phương
 - BĐKH có thể ảnh hưởng như thế nào đến môi trường, nghề nghiệp, sức khỏe và an ninh lương thực hiện nay và trong tương lai
 - Những hoạt động gì có thể làm giảm thiểu tác động tiêu cực của BĐKH
 - Cần làm để ứng phó và thích ứng với BĐKH và giảm thiểu phát thải khí nhà kính
- Đào tạo tập huấn cho cán bộ các cơ quan quản lý và chính quyền ở cấp trung ương và cấp tỉnh trong công tác lập kế hoạch, điều phối, quản lý và triển khai các hoạt động truyền thông về BĐKH;

- Đào tạo tập huấn/hội thảo về phương pháp lồng ghép công tác nâng cao nhận thức về BĐKH vào các dự án truyền thông đang triển khai về y tế, các thảm họa tự nhiên, bảo vệ môi trường v.v...
- Đào tạo tập huấn cán bộ các cơ quan nhà nước, các tổ chức phi chính phủ và các đoàn thể xã hội phương pháp truyền thông nâng cao nhận thức có hiệu quả thông qua các phương tiện thông tin đại chúng
- Đào tạo tập huấn các phóng viên, nhà báo phương pháp viết bài hiệu quả về chủ đề BĐKH
- Đào tạo cán bộ truyền thông về BĐKH (các cấp)

Hội thảo theo chủ đề

Các hội thảo theo chủ đề cho các nhóm đối tượng khác nhau (như ngành y tế, nông nghiệp, thủy sản, các nhóm dân tộc thiểu số, phụ nữ, học sinh, các lĩnh vực kinh doanh khác nhau), ví dụ như:

- Bình đẳng giới và biến đổi khí hậu cho các nữ cán bộ của Bộ TNMT
- Nâng cao nhận thức về biến đổi khí hậu cho các đoàn viên của chi đoàn thanh niên thuộc Bộ TNMT
- Nông dân sản xuất giỏi và BĐKH
- BĐKH và sức khỏe cộng đồng
- Bảo vệ rừng đầu nguồn – giải pháp ứng phó với BĐKH (cho đồng bào các dân tộc ở các huyện miền núi)
- Vai trò của học sinh trong truyền thông về BĐKH
- Trồng, chăm sóc và phục hồi rừng ngập mặn trong bối cảnh BĐKH
- Ảnh hưởng của BĐKH tới hoạt động sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp (cho các doanh nghiệp nhà nước và tư nhân ở cấp trung ương và cấp tỉnh)

Các hoạt động cho cộng đồng

- Duy trì và cập nhật một website có thể truy cập rộng rãi các tài liệu và sản phẩm của dự án
- Lập danh sách gửi các bản tin điện tử/email để liên hệ với các đối tác và các bên có liên quan khác để cập nhật các thông tin về tiến triển và các hoạt động của dự án CBCCC và Chương trình mục tiêu quốc gia
- Tham gia vào các mạng lưới hiện có và hỗ trợ kết nối các hoạt động về truyền thông, ví dụ như: Mạng lưới Nghiên cứu Đồng bằng và Quan trắc Toàn cầu (Delta Research And Global Observation Network, DRAGON); Mạng lưới các thành phố ở Châu Á có khả năng chống chịu với Biến đổi Khí hậu" (Asian Cities Climate Change Resilience Network); Nhóm làm việc về Biến đổi khí hậu (thuộc Trung tâm Thông tin NGO - Liên hiệp các tổ chức hữu nghị Việt Nam, VUFO);
- Tổ chức cho cộng đồng các tỉnh dự án các sự kiện như diễn đàn, đối thoại, chiến dịch truyền thông, cuộc thi và một số mô hình nâng cao nhận thức cho từng nhóm đối tượng khác nhau, ví dụ như:
 - “Điểm thông tin cơ sở về BĐKH” (trong các doanh nghiệp, đoàn thể, cộng đồng và học sinh)
 - “Góc học tập về BĐKH” (trong học sinh)
 - “Cam kết giảm phát thải khí nhà kính” (trong cộng đồng)
 - “Văn phòng XANH” (trong các doanh nghiệp)
 - “Giáo dục ngoại khóa về BĐKH cho học sinh” (khối tiểu học và trung học cơ sở)

Xây dựng các công cụ và tài liệu hỗ trợ

- Website, tài liệu giới thiệu dự án
- Tài liệu hội thảo, tập huấn, sản phẩm nghiên cứu của dự án
- Poster, tờ rơi, pano, áp phích về BĐKH
- Phim tài liệu, phim truyền hình, phim quảng cáo, tin bài, ảnh, phóng sự, chuyên mục... về BĐKH trên đài truyền hình, đài phát thanh, báo viết, báo điện tử ...
- Các sản phẩm khác có thông tin về BĐKH và dự án, như: cặp giấy đựng tài liệu, sổ tay, vở viết (cho học sinh), bưu thiếp, phong bì, giấy tiêu đề, lịch năm, áo mưa, áo phông, mũ...

Bảng 3: Các hoạt động truyền thông và các nhóm đối tượng

TT	Các hoạt động truyền thông	Cơ quan quản lý	Doanh nghiệp	Tổ chức CT-XH	Tổ chức XHDS	Cơ quan NC & ĐT	Cơ quan truyền thông	Cộng đồng dân cư	Tư vấn quốc tế
Hội thảo và tập huấn									
1.	Hội thảo dự án (khởi động, giữa kỳ, hàng năm, tổng kết, giới thiệu sản phẩm dự án...)	***	**	**	**	**	***	*	***
2.	Tập huấn chuyên ngành về BĐKH (các kịch bản, mô hình, chính sách pháp luật...)	***							
3.	Tập huấn/hội thảo về BĐKH (thông tin chung, cơ bản...)		***	***	***	***	***	***	
4.	Tổ chức các chuyến tham quan học tập	***							
Sự kiện									
5.	Diễn đàn/Đối thoại về BĐKH giữa các bên liên quan	***	***	***	***	***	**	***	**
6.	Chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về BĐKH (quy mô cấp xã/huyện/tỉnh/khu vực)		**	***				***	
Mô hình									
7.	“Điểm thông tin cơ sở về BĐKH” (trong các doanh nghiệp, đoàn thể, cộng đồng và học sinh)		***	***				***	
8.	“Góc học tập về BĐKH” (trong học sinh)							***	
9.	“Cam kết ứng phó với BĐKH” (trong cộng đồng)							***	
10.	“Văn phòng XANH” (trong các doanh nghiệp)		***						
11.	“Giáo dục ngoại khóa về							***	

TT	Các hoạt động truyền thông	Cơ quan quản lý	Doanh nghiệp	Tổ chức CT-XH	Tổ chức XHDS	Cơ quan NC & ĐT	Cơ quan truyền thông	Cộng đồng dân cư	Tư vấn quốc tế
	BĐKH” cho học sinh trong trường học								
	Cuộc thi								
12.	Cuộc thi ảnh “Ấn tượng về BĐKH” (cho phóng viên, nhà báo)						***		
13.	Cuộc thi viết “Con người và BĐKH” (cho phóng viên, nhà báo)						***		
14.	Cuộc thi vẽ tranh “BĐKH trong mắt trẻ thơ” (cho học sinh)							***	
15.	Cuộc thi tìm hiểu về BĐKH	*	***	***	*	*	*	***	
16.	Cuộc thi sáng tác kịch bản về BĐKH						***		
17.	Cuộc thi sáng tạo “Các giải pháp ứng phó với BĐKH”	**	**	**	***	***	*	**	**
	Công cụ truyền thông								
18.	Tài liệu giới thiệu dự án (tiếng Anh và tiếng Việt)	***	**	*	*	*	*	*	**
19.	Website của dự án (tiếng Anh và tiếng Việt)	***	**	*	*	*	*	*	**
20.	Tài liệu hội thảo, tập huấn, sản phẩm nghiên cứu của dự án	***	**	*	*	*	*	*	*
21.	Poster, tờ rơi, pano, áp phích về BĐKH	*	***	***	**	**	**	***	*
22.	“Sổ tay hướng dẫn thực hiện các hoạt động truyền thông về BĐKH”	*		***	*			***	
23.	Phim tài liệu, phim truyền hình, phim quảng cáo, tin bài, ảnh, phóng sự, chuyên mục... về BĐKH trên đài truyền hình, đài phát thanh, báo viết, báo điện tử	***	***	***	***	***	***	***	**
24.	Các sản phẩm khác có thông tin về BĐKH và dự án, như: cặp giấy đựng tài liệu, sổ tay, vở viết (cho học sinh), bưu thiếp, phong bì, giấy tiêu đề, lịch năm, áo mưa, áo phông, mũ... ,	***	***	***	***	***	***	***	**
25.	“Cán bộ truyền thông về BĐKH” (các cấp)	**	*	***				***	

Chú thích: (*) mức độ ưu tiên bình thường; (**) mức độ ưu tiên cao. (***) mức độ ưu tiên cao nhất

7. Kế hoạch hành động 2010-2012

Các hoạt động truyền thông trong Kế hoạch hành động thuộc Chiến lược truyền thông về BĐKH được lựa chọn để thực hiện trong giai đoạn 2010-2012 dựa vào 2 tiêu chí chính:

- Mức độ ưu tiên của các hoạt động đối với từng nhóm đối tượng khác nhau (trong Phần 6 – Các hoạt động truyền thông)
- Phạm vi hoạt động và nguồn ngân sách dành cho hợp phần truyền thông cũng như các hoạt động truyền thông thuộc các nhóm kỹ thuật khác của dự án CBCC

Như đã đề cập ở Phần 6 “Các loại hình hoạt động của Chiến lược”, việc thực hiện Chiến lược sẽ được chia thành nhiều giai đoạn khác nhau. Ở giai đoạn thực hiện từ năm 2010-2012, dự án CBCC sẽ hợp tác với Văn phòng Chương trình Mục tiêu Quốc gia về BĐKH và UNDP để xây dựng cơ chế phối hợp trong việc thực hiện các hoạt động khác của Chiến lược truyền thông tại các giai đoạn sau.

Mặt khác, truyền thông cũng được xem là vấn đề xuyên suốt trong các kết quả, hợp phần của dự án, nên ngoài phần kinh phí thuộc dòng hoạt động 2.5 “Nâng cao nhận thức và đào tạo nguồn nhân lực” (thuộc kết quả số 2), các hoạt động truyền thông nhằm phổ biến các thông tin, kết quả nghiên cứu về chính sách, kịch bản, biện pháp ứng phó với BĐKH sẽ được tích hợp trong các nhóm kết quả số 1, số 2 và số 3 của dự án.

Kế hoạch hành động chi tiết của Chiến lược Truyền thông bao gồm các đầu mục: mục tiêu chiến lược, mục tiêu cụ thể, hoạt động chi tiết, thời gian thực hiện, kinh phí và chịu trách nhiệm thực hiện.

Bảng 4: Kế hoạch hành động 2010-2012

Đơn vị tính: USD

TT	Các hoạt động chính 2010-2012	Thời gian thực hiện	Kinh phí (từ mục 2.5, nhóm kết quả số 2)	Kinh phí (từ các nhóm kết quả số 1-2-3)	Chịu trách nhiệm thực hiện
Mục tiêu 1: Hỗ trợ Chương trình mục tiêu quốc gia thông qua việc tăng cường năng lực điều phối và thực hiện công tác truyền thông nâng cao nhận thức về BĐKH					
<i>Mục tiêu cụ thể 1: Đào tạo, tập huấn cán bộ có liên quan về các phương pháp và kỹ năng xây dựng chính sách, lập kế hoạch và triển khai thực hiện các hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức về BĐKH</i>					
1.	Tập huấn những kiến thức cơ bản về BĐKH, giới thiệu về các văn bản chính sách, hướng dẫn thực hiện CTMTQG cho cán bộ các cơ quan quản lý các ngành liên quan (cấp TW và địa phương)	Hàng năm		18,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
2.	Tập huấn đào tạo cán bộ hướng dẫn (TOT) trong lĩnh vực truyền thông về BĐKH <i>- Lựa chọn khoảng 30 cán bộ (cấp TW và cấp tỉnh) chịu trách nhiệm và có năng lực thiết kế và tổ chức thực hiện các hoạt động truyền thông</i> <i>- Tổ chức tập huấn (từ 3-5 ngày) cung cấp các kỹ năng như: kỹ năng trình bày, kỹ năng thuyết trình, tổ chức nhóm, thảo luận nhóm, thuyết phục, lập kế hoạch... có thực hành</i>	Năm 2010 hoặc 2011	6,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
3.	Biên soạn và in ấn "Sổ tay hướng dẫn thực hiện các hoạt động truyền thông về BĐKH" <i>- Mời nhóm chuyên gia tư vấn biên soạn các mô-đun giáo dục, truyền thông về BĐKH cho cộng đồng và học sinh (khối trung học cơ sở) và hướng dẫn thực hiện</i> <i>- Tổ chức tập huấn và thực hiện thí điểm một số mô-đun</i>	Năm 2010-2011	20,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
4.	Tập huấn và tổ chức hội thảo cho giới báo chí nhằm cung cấp thông tin, kiến thức về BĐKH và phương pháp viết bài hiệu quả về chủ đề BĐKH <i>- Mời chuyên gia tư vấn giảng bài</i>	Năm 2009 - 2012	10,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
	Tổng 1		36,000	18,000	
<i>Mục tiêu cụ thể 2: Xây dựng quan hệ đối tác hiệu quả với các tổ chức phi chính phủ, các doanh nghiệp nhà nước và tư nhân, các cơ quan đào tạo và nghiên cứu, các đoàn thể chính trị và xã hội, các cơ quan thông tin đại chúng, cộng đồng các nhà tài trợ đồng thời hỗ trợ các cơ quan tổ chức này trong các hoạt động nâng cao</i>					

TT	Các hoạt động chính 2010-2012	Thời gian thực hiện	Kinh phí (từ mục 2.5, nhóm kết quả số 2)	Kinh phí (từ các nhóm kết quả số 1-2-3)	Chịu trách nhiệm thực hiện
<i>nhận thức cộng đồng về BĐKH</i>					
5.	Hội thảo giới thiệu các hoạt động, sản phẩm của dự án CBCC (thông qua các hội thảo/cuộc họp khởi động, giữa kỳ, hàng năm, tổng kết)	Hàng năm		50,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
6.	Hội thảo "Nâng cao nhận thức về biến đổi khí hậu cho các đoàn viên của chi đoàn thanh niên thuộc Bộ TNMT"	Năm 2010	6,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
7.	Hội thảo "Bình đẳng giới và biến đổi khí hậu" cho các nữ cán bộ của Bộ TNMT	Năm 2010	6,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
	Tổng 2		12,000	50,000	
Mục tiêu 2: Thông tin rộng rãi các kết quả và sản phẩm của dự án CBCC đến các bên có liên quan trong và ngoài phạm vi dự án, bao gồm cả cộng đồng					
<i>Mục tiêu cụ thể 3: Tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các bên có liên quan về Dự án CBCC và các đóng góp của dự án trong việc triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia.</i>					
8.	Hội thảo Công bố kết quả cập nhật các kịch bản về BĐKH lần thứ nhất	Đầu năm 2011		10,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
9.	Hội thảo Hướng dẫn thực hiện Chương trình Mục tiêu Quốc gia về BĐKH	2011		10,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
10.	Hội thảo Công bố các kết quả đánh giá tác động của BĐKH và các giải pháp ứng phó với BĐKH tại các địa phương thực hiện dự án CBCC.	2011 - 2012		10,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
11.	Hội thảo Giới thiệu kết quả thực hiện thí điểm một số mô hình ứng phó với BĐKH trong khuôn khổ Dự án	2012		10,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
12.	Biên soạn và in ấn sách mỏng "Giới thiệu dự án CBCC" (tiếng Anh và tiếng Việt)	Năm 2010-2011	2,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
13.	Lập danh sách email các bên liên quan và thường xuyên cập nhật thông tin về BĐKH và các hoạt động của dự án	Năm 2010-2011-2012			- Đơn vị thực hiện chiến lược

TT	Các hoạt động chính 2010-2012	Thời gian thực hiện	Kinh phí (từ mục 2.5, nhóm kết quả số 2)	Kinh phí (từ các nhóm kết quả số 1-2-3)	Chịu trách nhiệm thực hiện
	Tổng 3		2,000	40,000	
<i>Mục tiêu cụ thể 4: Tạo điều kiện cho các bên có liên quan ngoài phạm vi dự án có thể tiếp cận được các kết quả chính của các hoạt động do dự án CBCC hỗ trợ (hoạch định chính sách, xây dựng các kịch bản, các biện pháp thích ứng, v.v...)</i>					
14.	Xây dựng website dự án CBCC và cập nhật thông tin về BĐKH, các kết quả cũng như các hoạt động của dự án	Năm 2009 - 2012	25,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
15.	Xuất bản tập san và các bài báo về BĐKH	Năm 2009-2010	60,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
16.	Tổ chức các hoạt động truyền thông về BĐKH và phổ biến các kết quả dự án tại ba tỉnh, TP thí điểm cho cộng đồng và các bên liên quan.	Năm 2011 hoặc 2012		9,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
17.	Cuộc thi vẽ tranh "Học sinh với BĐKH" (học sinh 3 tỉnh dự án) <i>Phối hợp với Sở/Phòng Giáo dục tỉnh/huyện</i>	Năm 2011 hoặc 2012	9,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
18.	Cuộc thi "Tìm hiểu về BĐKH" trong cộng đồng (cấp tỉnh) <i>Phối hợp với Hội Phụ nữ hoặc Đoàn thanh niên tỉnh/huyện</i>	Năm 2011 hoặc 2012	9,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
19.	Phim tài liệu về BĐKH	Năm 2011 hoặc 2012	25,000		- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
20.	In ấn tài liệu hội thảo, tập huấn, và tổ chức các hoạt động phổ biến các sản phẩm của dự án	2009 - 2012		40,000	- Chuyên gia tư vấn - Đơn vị thực hiện chiến lược
	Tổng 4		128,000	49,000	
	Tổng cộng (tổng 1 + tổng 2 + tổng 3 + tổng 4)		178,000	157,000	

8. Tổ chức thực hiện

Kế hoạch hành động 2010-2012 về BĐKH sẽ do Ban quản lý dự án CBCC điều phối, cụ thể là Cán bộ Truyền thông và Đào tạo của dự án. Sở TN&MT 3 tỉnh dự án là Bình Định, Ninh Thuận và Cần Thơ, cùng với một số cơ quan đối tác khác ở cả cấp trung ương và cấp tỉnh sẽ phối hợp tham gia thực hiện từng hoạt động cụ thể, khi có yêu cầu.

Các hoạt động thực hiện ở cấp trung ương, cán bộ Truyền thông và Đào tạo sẽ chịu trách nhiệm điều phối, xác định cơ quan đối tác thực hiện hoạt động (hội thảo, tập huấn, xây dựng website, in ấn tài liệu...) và giám sát tiến độ cũng như chất lượng kết quả hoạt động.

Gợi ý một số cơ quan đối tác có liên quan:

- *Viện Nghiên cứu Môi trường và Phát triển bền vững (VESDI)* (Nghiên cứu và kết quả nghiên cứu liên quan đến Đánh giá tác động môi trường; Quản lý Tài nguyên nước; Quan trắc môi trường; Chỉ số môi trường; Điều tra kinh tế-xã hội)

- *Trung tâm Nghiên cứu Tài nguyên và Môi trường (CRES)* (Nghiên cứu và các kết quả nghiên cứu liên quan đến Bảo tồn đa dạng sinh học, Phát triển bền vững, Quản lý đất ngập nước, Quản lý Tài nguyên nước, Quản lý môi trường, Phục hồi rừng ngập mặn, Giáo dục Môi trường, BĐKH, mô hình giảm phát thải khí nhà kính, chính sách; Đào tạo nguồn nhân lực về "Môi trường trong phát triển bền vững" (khóa 6 tháng, thạc sỹ và tiến sỹ); Tổ chức các sự kiện liên quan đến môi trường)

- *Trung tâm Bảo tồn Sinh vật biển và Phát triển Cộng đồng (MCD)* (Nghiên cứu và kết quả nghiên cứu tại các vùng ven biển như phát triển sinh kế bền vững, du lịch sinh thái, sự tham gia của cộng đồng)

- *Viện Nghiên cứu Biến đổi Khí hậu – Đại học Cần Thơ* (Nghiên cứu xây dựng thành các kịch bản nhằm ứng phó với BĐKH toàn cầu và nước biển dâng tại đồng bằng sông Cửu Long; Chia sẻ kết quả nghiên cứu và thông tin với Chương trình hành động quốc gia về BĐKH toàn cầu và Nước biển dâng, các Bộ-Ngành có liên quan của Việt Nam và các cơ quan nghiên cứu quốc tế khác; Đào tạo nguồn nhân lực (Thạc sĩ, Tiến sĩ) cho ĐH Cần Thơ và cho các tỉnh ở đồng bằng sông Cửu Long; Cung cấp phòng thí nghiệm, phương tiện nghiên cứu hiện đại và cập nhật nguồn thông tin (thí dụ: ảnh vệ tinh, mạng thông tin khí tượng - thủy văn, mạng cảnh báo thiên tai, ...);

Các hoạt động thực hiện ở cấp tỉnh, cán bộ Truyền thông và Đào tạo phối hợp với Sở TN&MT 3 tỉnh dự án là Bình Định, Bình Định và Cần Thơ xác định cơ quan đối tác ở tỉnh thực hiện hoạt động (các cuộc thi, chiến dịch truyền thông...), đồng thời giám sát tiến độ và chất lượng hoạt động.

Gợi ý một số cơ quan đối tác có liên quan:

- *Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam tỉnh/ huyện/ xã* (Tuyên truyền, giáo dục, vận động, tổ chức hướng dẫn phụ nữ thực hiện chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Thực hiện các mô hình, chiến dịch bảo vệ môi trường cho phụ nữ quy mô nhỏ)

- *Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh tỉnh/ huyện/ xã* (Tuyên truyền, giáo dục, vận động, tổ chức hướng dẫn thanh niên thực hiện chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Thực hiện các mô hình bảo vệ môi trường cho đoàn viên thanh niên; Tổ chức các chiến dịch trên nhiều quy mô khác nhau)

- *Hội Nông dân Việt Nam tỉnh/ huyện/ xã* (Tuyên truyền, giáo dục, vận động, tổ chức hướng dẫn nông dân thực hiện chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Thực hiện các mô hình, chiến dịch bảo vệ môi trường cho nông dân)

- *Trung tâm y tế dự phòng tỉnh/ huyện* (Tuyên truyền, giáo dục, vận động, tổ chức hướng dẫn cộng đồng các hoạt động, chiến dịch, chương trình liên quan đến sức khỏe cộng đồng)

9. Cơ chế giám sát và đánh giá

Trong quá trình triển khai Chiến lược Truyền thông, cần thực hiện các hoạt động theo dõi và đánh giá sự thay đổi về nhận thức, thái độ, hành vi và sự phản hồi của từng nhóm đối tượng để có thể điều chỉnh các hoạt động của Chiến lược sao cho đạt hiệu quả cao nhất. Việc đánh giá cần dựa vào chỉ số đánh giá, phương tiện kiểm chứng của các mục tiêu, kết quả, đầu ra và đầu vào của chiến lược. Việc giám sát và đánh giá cần được thực hiện từng quý hoặc nửa năm và do các nhóm tư vấn đánh giá của dự án hoặc tư vấn đánh giá độc lập tiến hành.

Bảng 5: Chỉ số đánh giá

	Mô tả tóm tắt	Các chỉ số có thể đo lường	Các phương tiện kiểm chứng
Mục đích	Nâng cao nhận thức của các bên liên quan về BĐKH, từ đó hỗ trợ việc giảm thiểu tính dễ bị tổn thương của cộng đồng và các vùng cảnh quan của Việt Nam thông qua các biện pháp thích ứng và giảm nhẹ phù hợp	<ul style="list-style-type: none"> - Tình hình phát triển kinh tế xã hội của cộng đồng dân cư tại địa phương - Tình hình khai thác, sử dụng, bảo vệ và quản lý nguồn tài nguyên thiên nhiên tại địa phương 	<ul style="list-style-type: none"> - Dữ liệu điều tra hàng năm về kinh tế xã hội của Tổng cục Thống kê - Dữ liệu điều tra hàng năm của ngành TNMT - Các kết quả theo dõi khác của dự án
Mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ CTMTQG thông qua việc tăng cường năng lực điều phối và thực hiện công tác truyền thông nâng cao nhận thức về BĐKH - Thông tin rộng rãi các kết quả và sản phẩm của dự án CBCC đến các bên có liên quan trong và ngoài phạm vi dự án, bao gồm cả cộng đồng 	Các quy định, quy chế, văn bản, công văn về việc điều phối và thực hiện công tác truyền thông về BĐKH tại các bộ, ngành và địa phương có liên quan	<ul style="list-style-type: none"> - Các quy định, quy chế, văn bản, công văn - Báo cáo tổng kết hoạt động dự án
Kết quả	<ul style="list-style-type: none"> - Năng lực điều phối và thực hiện công tác truyền thông về BĐKH được nâng cao - Việc tiếp cận các thông tin về BĐKH cũng như các kết quả, sản phẩm từ dự án CBCC của các bên liên quan bao gồm cả cộng đồng được tăng cường 	<ul style="list-style-type: none"> - Truyền thông về BĐKH được lồng ghép vào kế hoạch phát triển của các bộ/ngành/địa phương và được thực hiện - Các câu chuyện thay đổi nhận thức của các bên liên quan và cộng đồng về BĐKH 	<ul style="list-style-type: none"> - Các kế hoạch - Báo cáo tổng kết hoạt động dự án - Tin, bài và hình ảnh
Đầu ra	<ul style="list-style-type: none"> - Kế hoạch cho các hoạt động tăng cường năng lực điều phối và thực hiện công tác truyền thông về BĐKH do BQLDA cùng với các đơn vị phối hợp được xây dựng và thực hiện - Các kiến thức, thông tin, kịch bản BĐKH, các giải pháp ứng phó với BĐKH và giám phát thái khí nhà kính được giới thiệu tới các bên liên quan và cộng đồng 	<ul style="list-style-type: none"> - Các thông tin, chủ đề, tài liệu về BĐKH được phổ biến - Sự tham gia của các bên liên quan và cộng đồng người dân vào các hoạt động của chiến lược - Phản hồi của các bên liên quan và cộng đồng 	<ul style="list-style-type: none"> - Dữ liệu của BQLDA - Các báo cáo giám sát định kỳ - Tin, bài và hình ảnh về các hoạt động của chiến lược được phát trên Đài phát thanh, truyền hình và đăng tải trên báo, tạp chí và trang web

	Mô tả tóm tắt	Các chỉ số có thể đo lường	Các phương tiện kiểm chứng
Hoạt động	<ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức các khóa đào tạo tập huấn về BĐKH cũng như lập kế hoạch, thực hiện các hoạt động truyền thông về BĐKH - Tổ chức các hội thảo chuyên đề về BĐKH - Tổ chức các sự kiện về BĐKH (diễn đàn) - Tổ chức các chiến dịch truyền thông về BĐKH - Tổ chức các cuộc thi - Xây dựng trang web của dự án CBCC - Biên soạn và in ấn sách mỏng "Giới thiệu dự án CBCC" - In ấn tài liệu hội thảo, tập huấn, sản phẩm nghiên cứu của dự án - Xây dựng phim tài liệu về BĐKH 	<ul style="list-style-type: none"> - Tỷ lệ % các hoạt động được hoàn thiện (thực tế so với kế hoạch) - Phản hồi của các bên liên quan và cộng đồng 	<ul style="list-style-type: none"> - Các báo cáo tiến độ - Các báo cáo giám sát định kỳ - Tin, bài và hình ảnh về các hoạt động được phát trên Đài phát thanh, truyền hình, và đăng tải trên báo, tạp chí và trang web
Đầu vào	<ul style="list-style-type: none"> - 178,000 USD cho giai đoạn 2010-2012 (<i>từ dòng ngân sách 2.5, Kết quả số 2, dự án CBCC</i>) - 157,000 USD cho giai đoạn 2010-2012 (<i>Kết quả số 1-2-3, dự án CBCC</i>) - Đóng góp của tư vấn 	<ul style="list-style-type: none"> - Tỷ lệ giải ngân - Đóng góp của tư vấn 	<ul style="list-style-type: none"> - Báo cáo tài chính