

TRUYỀN THÔNG NÂNG CAO NHẬN THỨC CỦA CỘNG ĐỒNG VỀ KINH TẾ CARBON THẤP TẠI SINGAPORE, MALAYSIA VÀ GIÁ TRỊ THAM KHẢO CHO VIỆT NAM

✦ TS. HOÀNG THỊ QUYÊN

Học viện Chính trị khu vực IV

Ngày tiếp nhận: 20/6/2025 Ngày bình duyệt: 15/7/2025 Ngày duyệt đăng: 25/8/2025

• **Tóm tắt:** Phát triển kinh tế carbon thấp được coi là một giải pháp để các quốc gia giải quyết những thách thức của mô hình kinh tế tuyến tính, thực hiện mục tiêu thích ứng với biến đổi khí hậu và phát triển bền vững. Tại khu vực Đông Nam Á, Singapore và Malaysia là hai quốc gia đạt được nhiều thành tựu nổi bật trong tiến trình chuyển đổi sang kinh tế carbon thấp nhờ vào việc triển khai hiệu quả các chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng. Thông qua việc phân tích mô hình truyền thông đa tầng của Singapore và chiến lược truyền thông đa kênh tại Malaysia, bài viết đưa ra một số giá trị tham khảo cho Việt Nam trong đẩy mạnh truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về kinh tế carbon thấp.

• **Từ khóa:** Kinh tế carbon thấp, nhận thức của cộng đồng, Malaysia, Singapore, Việt Nam

1. Mô hình truyền thông đa tầng nâng cao nhận thức của cộng đồng về kinh tế carbon thấp tại Singapore

Là quốc đảo nhỏ, Singapore dễ bị tổn thương trước những tác động của biến đổi khí hậu¹. Hiện nay, sự phát triển của quốc đảo này phụ thuộc lớn vào nhập khẩu năng lượng, do đó phát triển năng lượng tái tạo và các công nghệ carbon thấp không chỉ giúp giảm phát thải mà còn gia tăng tính tự chủ

năng lượng của Singapore trong quá trình toàn cầu hóa². Trong Chiến lược quốc gia nhằm ứng phó với biến đổi khí hậu và hướng tới phát triển bền vững, Singapore xác định phát triển kinh tế carbon thấp là giải pháp tốt để duy trì sức cạnh tranh toàn cầu³. Để thực hiện cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, những năm qua, nước này đã ban hành nhiều chiến lược và kế hoạch thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế carbon thấp.

Bảng 1: Các chương trình và kế hoạch phát triển kinh tế carbon thấp của Singapore

Tên chiến lược/kế hoạch	Mục tiêu chính	Nội dung trọng tâm	Biện pháp thực hiện
1. Chiến lược phát triển phát thải thấp dài hạn/ (LEDS - Low Emissions Development Strategy)	Đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, đồng thời đạt đỉnh phát thải sớm nhất có thể trước năm 2030	- Chuyển đổi ngành công nghiệp - Đầu tư vào công nghệ carbon thấp - Hợp tác quốc tế	- Đa dạng hóa nguồn năng lượng và nâng cao hiệu quả năng lượng - Ứng dụng công nghệ carbon thấp - Đánh giá và định giá carbon

Tên chiến lược/kế hoạch	Mục tiêu chính	Nội dung trọng tâm	Biện pháp thực hiện
2. Kế hoạch Xanh Singapore 2030	Hướng tới phát triển bền vững trong thập kỷ 2021 - 2030	<ul style="list-style-type: none"> - Mở rộng năng lượng tái tạo - Giao thông xanh - Xanh hóa đô thị - Kinh tế tuần hoàn 	<ul style="list-style-type: none"> - Tăng công suất điện mặt trời - Xe buýt điện, hạn chế xe cá nhân - Trồng thêm 1 triệu cây - Tăng cường tái chế và giảm chất thải
3. Lộ trình Net Zero cho khu vực công	Khu vực công đạt phát thải ròng bằng 0 sớm hơn 2050	<ul style="list-style-type: none"> - Cải thiện hiệu quả tòa nhà - Năng lượng sạch - Giao thông xanh 	<ul style="list-style-type: none"> - Cải tạo công sở theo tiêu chuẩn xanh - Lắp đặt điện mặt trời - Đổi mới đội xe công sang điện/hybrid
4. Cam kết khí hậu toàn cầu của Singapore	Cắt giảm phát thải xuống 60 MtCO ₂ e năm 2030, trung hòa carbon năm 2050	<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng cơ chế thị trường - Hợp tác quốc tế - Nâng cao vai trò doanh nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> - Áp thuế carbon - Kết nối thị trường tín chỉ carbon khu vực - Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận công nghệ carbon thấp
5. Kế hoạch Hành động khí hậu	Tăng cường khả năng giảm nhẹ và thích ứng với biến đổi khí hậu	<ul style="list-style-type: none"> - Giảm phát thải đa lĩnh vực - Nâng cao nhận thức cộng đồng - Tăng cường khả năng chống chịu 	<ul style="list-style-type: none"> - Cải tiến quy trình công nghiệp - Giáo dục cộng đồng về sống xanh - Đầu tư vào cơ sở hạ tầng chống chịu khí hậu

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

Bảng 1 đề cập đến mục tiêu và nội dung trọng tâm của các chương trình, kế hoạch hành động nhằm phát triển kinh tế carbon thấp của Singapore. Những chương trình, kế hoạch này thể hiện quyết tâm của quốc đảo trong việc vừa duy trì tăng trưởng kinh tế, vừa đảm bảo quá trình chuyển đổi sang mô hình kinh tế carbon thấp.

Để triển khai thành công các chương trình và kế hoạch nêu trên, Singapore đã chủ động xây dựng, triển khai mô hình truyền thông đa tầng nhằm nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi của người dân. Nội dung, đặc điểm của mô hình truyền thông đa tầng trong phát triển kinh tế carbon thấp tại Singapore được khái quát như sau:

Thứ nhất, đây là một chiến lược kết hợp giữa truyền thông chính sách, truyền thông

cộng đồng và truyền thông đối thoại nhằm nâng cao nhận thức, thúc đẩy hành vi tiêu dùng và thực hiện lối sống carbon thấp hướng đến phát triển bền vững.

Thứ hai, mô hình này dựa vào đối tượng để lựa chọn nội dung, hình thức tuyên truyền. Ở tầng vĩ mô, Chính phủ Singapore sử dụng các chiến dịch truyền thông chính sách thông qua các tài liệu như *Singapore Green Plan 2030* (Kế hoạch xanh Singapore 2030) để định hình tầm nhìn và cam kết quốc gia về phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050⁴. Ở tầng này, chiến dịch truyền thông nhấn mạnh đến nhóm đối tượng là công chức trong các cơ quan hành chính nhà nước. Singapore đã triển khai một loạt các hoạt động truyền thông để nâng cao nhận thức về kinh tế carbon thấp đối với công chức nhà nước.

Một trong những hoạt động quan trọng là tổ chức các khóa đào tạo và hội thảo chuyên đề về phát triển bền vững và giảm thiểu carbon giúp công chức hiểu rõ các chiến lược và công cụ cần thiết để thực hiện các chính sách gắn với công việc của họ⁵. Bên cạnh đó, Singapore sử dụng các chiến dịch truyền thông nội bộ thông qua các bản tin, email và cuộc họp định kỳ để phổ biến thông tin về các sáng kiến bảo vệ môi trường và phát triển bền vững⁶. Chính phủ cũng tích hợp các tiêu chí bảo vệ môi trường vào công việc hằng ngày của công chức, từ việc đánh giá hiệu quả công việc đến các chương trình tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu chất thải và hạn chế khí thải⁷. Ngoài ra, Singapore khuyến khích công chức tham gia vào các sáng kiến cộng đồng bảo vệ môi trường như các chiến dịch trồng cây, dọn dẹp khu vực công cộng và các hoạt động giảm thiểu carbon khác⁸. Những hoạt động này không chỉ giúp nâng cao nhận thức mà còn thúc đẩy hành động cụ thể, tạo

sự tham gia của công chức vào các mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia.

Ở tầng trung gian, Singapore tổ chức các chiến dịch cộng đồng như *Clean & Green Singapore* (Singapore xanh và sạch) và *Plant-A-Tree Programme* (Kế hoạch trồng cây xanh) nhằm thay đổi nhận thức và hành vi tiêu dùng, thực hiện lối sống carbon thấp cho người dân trong các cộng đồng. Các chiến dịch cộng đồng được tổ chức thường niên nhằm khuyến khích hành động thực tiễn của người dân thông qua các hoạt động môi trường gần gũi, dễ tiếp cận^{9, 10} (Xem bảng 2).

Ở tầng vi mô, các chương trình như *Đối thoại về chiến lược xanh* đóng vai trò là diễn đàn đối thoại hai chiều giữa chính phủ, chuyên gia và người dân, qua đó củng cố sự tham gia của xã hội và tăng tính minh bạch trong hoạch định chính sách¹¹. Có thể thấy, mô hình truyền thông đa tầng không chỉ giúp Singapore lan tỏa thông điệp về kinh tế carbon thấp mà còn xây dựng nền tảng đồng

Bảng 2: Một số chiến dịch cộng đồng nâng cao nhận thức về kinh tế carbon thấp của Singapore

Tên chiến dịch	Tổ chức chủ trì	Mục tiêu	Hoạt động chính	Số lượng người tham gia
1. Singapore xanh và sạch	Cơ quan Môi trường quốc gia Singapore	Khuyến khích người dân sống xanh, sạch và bền vững	Tổ chức hơn 400 sự kiện cộng đồng như dọn rác, trồng cây, hội thảo về tái chế và các lễ hội cộng đồng	Hơn 100.000 người tham gia mỗi năm
2. Kế hoạch trồng cây xanh	Cơ quan Công viên quốc gia Singapore	Khuyến khích cộng đồng trồng cây để tạo không gian xanh và cải thiện môi trường	Tổ chức các sự kiện trồng cây tại các khu vực công cộng và khu dân cư	Hàng nghìn người tham gia hằng năm
3. Đối thoại về chiến lược xanh	Bộ Giao thông vận tải (Cơ quan Vận tải mặt đất)	Tạo diễn đàn cộng đồng về các sáng kiến bền vững, đặc biệt trong giao thông và năng lượng	Tổ chức các cuộc trò chuyện trực tuyến và ngoại tuyến với sự tham gia của công chúng, chuyên gia và quan chức chính phủ	Khoảng 50 người tham gia trong mỗi sự kiện

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

thuận xã hội cho quá trình chuyển đổi xanh. Nhờ vậy quốc đảo này đã thành công trong việc triển khai các sáng kiến như điện mặt trời, giao thông xanh và năng lượng tái tạo; đồng thời giữ vững vị thế tiên phong trong khu vực về phát triển kinh tế carbon thấp.

Tại Việt Nam, phát triển kinh tế carbon thấp là một chủ trương lớn được xác định trong nhiều chương trình, chính sách phát triển của quốc gia. Tại Hội nghị COP26 (2021), Việt Nam cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Để thực hiện mục tiêu này, Việt Nam có nhiều hoạt động truyền thông về kinh tế carbon thấp. Mô hình truyền thông đa tầng của Singapore và mô hình truyền thông về kinh tế carbon thấp của Việt Nam có một số điểm khác biệt cơ bản (Xem bảng 3).

2. Chiến lược truyền thông đa kênh trong phát triển kinh tế carbon thấp tại Malaysia

Tại khu vực Đông Nam Á, Malaysia là quốc gia được đánh giá có nhiều thành tựu nổi bật trong phát triển kinh tế carbon thấp. Là một trong những quốc gia dễ bị tổn thương trước tác động của biến đổi khí hậu, với địa hình ven biển, Malaysia đang phải đối mặt với nguy cơ ngập lụt và xâm nhập mặn do mực nước biển dâng cao¹³. Để thích ứng với tác động của biến đổi khí hậu, đồng thời tạo cơ hội đầu tư mới trong các lĩnh vực năng lượng tái tạo, công nghệ xanh và công nghiệp bền vững, góp phần tăng trưởng kinh tế dài hạn cũng như giữ vững năng lực cạnh tranh trong chuỗi cung ứng toàn cầu, Malaysia đã tham gia vào các cam kết

Bảng 3: So sánh mô hình truyền thông đa tầng của Singapore và mô hình truyền thông về kinh tế carbon thấp của Việt Nam

Tiêu chí so sánh	Singapore	Việt Nam
1. Cấu trúc mô hình truyền thông	Truyền thông đa tầng gồm: (1) Truyền thông chính sách ở tầng vĩ mô hướng đến công chức; (2) Tầng trung gian truyền thông cho cộng đồng với các chiến dịch huy động sự tham gia thông qua hoạt động cụ thể; (3) Cấp vi mô các hoạt động đối thoại giữa chuyên gia - nhà nước và người dân/doanh nghiệp	Truyền thông chủ yếu theo hướng một chiều nhấn mạnh vào truyền thông chính sách do bộ, ngành triển khai. Thiếu kênh đối thoại xã hội kết nối người dân - doanh nghiệp và chính phủ
2. Hình thức và công nghệ	Sử dụng mạnh mẽ truyền thông số, mạng xã hội, nền tảng trực tuyến, thiết kế kênh truyền thông có tính tương tác cao (Green Plan, 2021)	Chủ yếu dùng các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống như (báo đài, pano); ít ứng dụng công nghệ số, thiếu kênh tiếp cận thế hệ trẻ, thiếu các kênh truyền thông có thể tạo ra sự tương tác
3. Mức độ huy động cộng đồng	Huy động nhiều nguồn lực từ cộng đồng. Hằng năm, hàng trăm nghìn người tham gia trong các chiến dịch cộng đồng. Đối thoại đa chiều giữa người dân - chuyên gia - chính phủ	Sự tham gia của cộng đồng còn hạn chế. Các chương trình ít liên tục. Phản hồi từ người dân chưa tác động rõ đến chính sách ¹² .

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

quốc tế về giảm phát thải khí nhà kính và thực hiện chương trình chuyển đổi sang kinh tế carbon thấp. Dưới đây là một số chương trình và kế hoạch chính để Malaysia từng bước triển khai các chiến lược phát triển kinh tế carbon thấp nhằm hiện thực hóa cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050 (Xem bảng 4).

Để hỗ trợ triển khai các chương trình, kế hoạch nêu trên, Malaysia đã thực hiện chiến lược truyền thông đa kênh nhằm nâng cao nhận thức về lối sống carbon thấp của cộng đồng. Chiến lược này thể hiện cách tiếp cận toàn diện, vừa hiện đại, vừa phù hợp với đặc điểm xã hội đa văn hóa của người Malaysia. Sau đây là một số đặc trưng cơ bản của chiến lược truyền thông tại Malaysia.

Bảng 4: Các chiến lược, kế hoạch thực hiện phát triển kinh tế carbon thấp của Malaysia

Tên chiến lược/kế hoạch	Cơ quan chủ trì	Mục tiêu chính	Hoạt động nổi bật
1. Kế hoạch Tổng thể thành phố carbon thấp ¹⁴	Bộ Nhà ở và chính quyền địa phương	Hướng dẫn các thành phố xây dựng mô hình carbon thấp	Chương trình Chứng nhận Thành phố carbon thấp. Xây dựng khung hướng dẫn các đô thị đánh giá và giảm phát thải khí nhà kính
2. Chiến lược Di chuyển carbon thấp 2021 - 2030 ¹⁵	Bộ Giao thông	Giảm phát thải trong giao thông, thúc đẩy xe điện và nhiên liệu sinh học	Xây 10.000 trạm sạc xe điện; mở rộng xe bus điện và đường sắt nội đô
3. Kế hoạch Hành động khí hậu quốc gia ¹⁶	Ủy ban Quốc gia về khử carbon	Điều phối giảm phát thải trên toàn quốc, thực hiện cam kết Thỏa thuận Paris	Thành lập Ủy ban quốc gia, hỗ trợ các bang xây dựng kế hoạch carbon thấp

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

Mục tiêu của Malaysia là chuyển đổi sang năng lượng sạch, tối ưu hóa sử dụng tài nguyên và tái cấu trúc các lĩnh vực công nghiệp theo hướng bền vững. Thông qua lộ trình chuyển đổi năng lượng quốc gia, Malaysia đặt mục tiêu tăng tỷ lệ năng lượng tái tạo, thúc đẩy nhiên liệu hydro và phát triển công nghệ thu giữ carbon. Đồng thời, các chính sách như *Kế hoạch tổng thể về thành phố carbon thấp* và *Chiến lược Di chuyển carbon thấp* đóng vai trò then chốt trong giảm phát thải tại đô thị và trong lĩnh vực giao thông. Những sáng kiến này được xây dựng đồng bộ, gắn kết với tầm nhìn phát triển xanh và phù hợp với mục tiêu khí hậu mà Malaysia cam kết trong Thỏa thuận Paris¹⁷.

Thứ nhất, chiến lược tận dụng nền tảng đa phương tiện bằng việc kết hợp truyền hình, báo in với mạng xã hội và ứng dụng số, tạo điều kiện tiếp cận rộng rãi đến các nhóm dân cư khác nhau¹⁸. Malaysia đã sử dụng mạng xã hội trong việc kết nối và tương tác với các nhóm dân cư, đặc biệt là thế hệ trẻ, thông qua các nền tảng như Facebook, Instagram và Twitter, nhằm truyền tải thông điệp về lợi ích của việc giảm thiểu carbon¹⁹. Bên cạnh đó, Malaysia đã tổ chức nhiều hội thảo trực tuyến nơi các chuyên gia và nhà hoạch định chính sách có thể trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và thảo luận về các giải pháp carbon thấp, giúp cộng đồng hiểu rõ hơn về các hành động cần thiết.

Thứ hai, Malaysia phân khúc đối tượng truyền thông rõ ràng, từ học sinh - sinh viên đến công chức nhằm xây dựng thông điệp phù hợp với nhu cầu và hành vi của từng nhóm²⁰. Malaysia đã thực hiện nhiều chiến lược truyền thông với mục tiêu khuyến khích công chức tham gia vào các sáng kiến bảo vệ môi trường. Chính phủ Malaysia tổ chức các hội thảo và khóa đào tạo thường xuyên để cung cấp thông tin về các chính sách môi trường và phát triển bền vững; đồng thời, đào tạo công chức về các biện pháp giảm thiểu khí thải và tiết kiệm năng lượng trong công việc hằng ngày²¹. Ngoài ra, Malaysia khuyến khích công chức tham gia vào các

hoạt động cộng đồng như trồng cây, dọn dẹp khu vực công cộng và các sáng kiến giảm thiểu carbon khác²². Malaysia chú trọng tăng cường sự tham gia của các bên liên quan như cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và tổ chức phi chính phủ, tạo ra mạng lưới hành động toàn diện để lan tỏa thông điệp sống xanh²³.

Thứ ba, chiến lược gắn kết truyền thông với hành động thực tiễn thông qua các chương trình như *Kế hoạch tổng thể về thành phố carbon thấp hay dấu chân carbon*, đồng thời khuyến khích cá nhân tính toán và giảm dấu chân carbon của mình²⁴. Sau đây là một số chiến dịch mà Malaysia đã triển khai (Xem bảng 5).

Bảng 5: Các chiến dịch cộng đồng nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế carbon thấp của Malaysia

Tên chiến dịch	Cơ quan chủ trì	Mục tiêu	Hoạt động chính	Số người tham gia
1. Tuần lễ xanh và sạch	Bộ Năng lượng, Công nghệ xanh và Nước	Khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường và giảm rác thải	Dọn dẹp công viên, khu vực công cộng; khuyến khích giảm rác thải	Hàng triệu người tham gia trên toàn quốc
2. Chiến dịch trồng cây xanh	Tổng công ty Công nghệ xanh và Biến đổi khí hậu Malaysia	Khuyến khích người dân trồng cây xanh để bảo vệ môi trường và giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu	Trồng cây tại các khu vực công cộng và khu dân cư	Hàng nghìn người, chủ yếu là học sinh, sinh viên và cộng đồng
3. Đối thoại về kế hoạch xanh	Bộ Khoa học, công nghệ và đổi mới	Tạo không gian đối thoại về phát triển bền vững và chiến lược carbon thấp của Malaysia	Tổ chức hội thảo, cuộc thảo luận và các buổi hội nghị trực tuyến về môi trường	Các tổ chức chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư
4. Sáng kiến bền vững Malaysia	Các cơ quan của chính phủ, các tổ chức phi chính phủ và khu vực tư nhân	Giáo dục cộng đồng về việc sử dụng năng lượng tái tạo, giảm thiểu chất thải và bảo vệ thiên nhiên	Tổ chức các cuộc thi sáng tạo về môi trường và các hoạt động tuyên truyền về bảo vệ thiên nhiên	Hàng triệu người tham gia, bao gồm các đối tượng từ học sinh đến doanh nghiệp

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

Thứ tư, ứng dụng công nghệ để đo lường hiệu quả truyền thông. Malaysia đã sử dụng công cụ phân tích dữ liệu mạng xã hội để theo dõi sự tương tác, kết hợp khảo sát nhận thức trước và sau chiến dịch để lượng hóa tác động truyền thông đến hành vi thực tế từ đó điều chỉnh nội dung linh hoạt, nâng cao hiệu quả truyền thông²⁵.

Thứ năm, lồng ghép yếu tố văn hóa và tôn giáo trong truyền thông. Để tăng cường hiệu quả của truyền thông, yếu tố văn hóa - tôn giáo được lồng ghép khéo léo, đặc biệt là việc khai thác giá trị đạo Hồi về vai trò của con người như một “khalifah” trong việc gìn giữ trái đất, giúp thông điệp trở nên gần gũi và dễ tiếp nhận hơn trong bối cảnh xã hội đa tôn giáo của Malaysia²⁶.

Có thể thấy với chiến lược truyền thông đa kênh, Malaysia đã đạt được một số thành tựu nổi bật trong việc phát triển kinh tế carbon thấp, đặc biệt là trong các lĩnh vực năng lượng, giao thông và công nghiệp bền vững. Những thành tựu này đã giúp Malaysia củng cố vị thế là một quốc gia tiên phong trong chiến lược phát triển kinh tế carbon thấp tại khu vực Đông Nam Á.

Cũng giống như Malaysia, để thực hiện cam kết giảm lượng khí thải carbon những năm qua, Việt Nam đã thực hiện nhiều hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về kinh tế carbon thấp. So sánh chiến dịch truyền thông tại Malaysia và Việt Nam, chúng ta thấy một số điểm tương đồng và khác biệt như sau:

Một là, về phương thức truyền thông, Malaysia sử dụng mạng xã hội, hội thảo trực tuyến và chiến dịch cộng đồng để tiếp cận và thu hút sự tham gia của nhiều đối tượng, đặc biệt là thế hệ trẻ, trong khi Việt Nam chủ yếu sử dụng báo chí, truyền hình và tổ chức sự kiện cộng đồng.

Hai là, về mục tiêu và hoạt động, cả hai quốc gia đều tập trung vào việc nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Tuy nhiên, Malaysia có chiến lược rõ ràng về việc áp dụng các chiến lược carbon thấp, đặc biệt trong ngành năng lượng và giao thông, trong khi Việt Nam chú trọng vào các hoạt động bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giảm thiểu chất thải.

Ba là, sự tham gia của cộng đồng, cả Malaysia và Việt Nam đều huy động sự tham gia tích cực từ cộng đồng, đặc biệt là các chiến dịch giáo dục về bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, ở Malaysia, các chiến dịch có sự kết hợp rõ ràng giữa chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng, trong khi ở Việt Nam, các chiến dịch tập trung nhiều vào cộng đồng tại các địa phương và các tổ chức chính trị - xã hội.

3. Giá trị tham khảo cho Việt Nam trong truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về kinh tế carbon thấp

Từ việc phân tích mô hình và chiến lược truyền thông của Singapore, Malaysia, có thể rút ra một số giá trị tham khảo cho Việt Nam như sau:

Thứ nhất, sử dụng chiến lược truyền thông đa kênh một cách linh hoạt. Singapore và Malaysia đều đã kết hợp hiệu quả các phương tiện truyền thông truyền thống và hiện đại, bao gồm báo, truyền hình, mạng xã hội, hội thảo trực tuyến và các chiến dịch cộng đồng để tiếp cận nhiều đối tượng khác nhau. Singapore sử dụng các nền tảng như Facebook, Twitter và Instagram để truyền tải thông điệp về phát triển bền vững. Malaysia chú trọng việc tổ chức các hội thảo trực tuyến và sự kiện cộng đồng. Việt Nam có thể tăng cường sử dụng các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Zalo để truyền tải các thông điệp về phát triển carbon thấp đến mọi đối tượng,

đặc biệt là những người trẻ, kết hợp với các chiến dịch truyền thông trực tiếp tại các cộng đồng nhằm khuyến khích hành động cụ thể để bổ sung cho các hoạt động truyền thông đang chú trọng sử dụng các phương tiện truyền thông truyền thống như truyền hình, báo in của Việt Nam.

Thứ hai, chú trọng truyền thông nâng cao nhận thức về kinh tế carbon thấp cho đội ngũ công chức nhà nước. Đội ngũ công chức nhà nước đóng vai trò quan trọng trong hoạch định và thực thi chính sách kinh tế carbon thấp. Malaysia và Singapore đều có hoạt động cụ thể, thiết thực nâng cao nhận thức của công chức nhà nước về phát triển bền vững và xây dựng thành phố carbon thấp. Kinh nghiệm này của Malaysia và Singapore mang lại nhiều giá trị thực tiễn cho Việt Nam trong bối cảnh xây dựng nền hành chính chuyên nghiệp, hiện đại và thúc đẩy phát triển bền vững. Theo đó, Việt Nam cần đẩy mạnh việc triển khai chương trình đào tạo chính quy cho đội ngũ cán bộ, công chức. Cần thiết lập chương trình đào tạo chính thức và liên tục cho cán bộ, công chức về phát triển bền vững, đô thị xanh, thay vì chỉ tập huấn ngắn hạn theo kiểu sự vụ. Gắn truyền thông với hành động cụ thể tại nơi làm việc, khuyến khích công chức thực hành lối sống carbon thấp ngay tại công sở thông qua các hành động cụ thể. Thực hiện các chiến dịch truyền thông nội bộ hướng dẫn cơ quan trong thực hành “lối sống carbon thấp”.

Thứ ba, khuyến khích sự tham gia thực chất của cộng đồng thông qua các chiến dịch cộng đồng gắn với hành động thực tế. Các chiến dịch truyền thông của Malaysia cho thấy rằng, việc tổ chức các chiến dịch như “kế hoạch trồng cây xanh” không chỉ nhằm nâng cao nhận thức mà còn khuyến khích hành

động cụ thể từ cộng đồng. Mọi người tham gia trồng cây xanh, giúp cải thiện không gian sống và giảm thiểu khí thải carbon. Áp dụng cách làm này của Malaysia, Việt Nam có thể tổ chức các chiến dịch trồng cây, dọn dẹp và bảo vệ các khu vực công cộng, khuyến khích các hành động cụ thể từ người dân. Việc tổ chức các cuộc thi sáng tạo về bảo vệ môi trường cũng có thể là một cách thức hiệu quả để khuyến khích sự tham gia của cộng đồng. Bên cạnh đó cần có các chiến dịch truyền thông để thay đổi nhận thức và hành vi cụ thể của người dân thông qua những thay đổi nhỏ trong sinh hoạt hằng ngày như mua sắm, sinh hoạt. Cần chỉ cho người dân thấy rằng những thay đổi nhỏ trong cuộc sống có thể góp phần tích cực vào mục tiêu giảm phát thải carbon và thích ứng với biến đổi khí hậu.

Thứ tư, tổ chức đối thoại giữa chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng. Malaysia và Singapore đều tổ chức các diễn đàn, kênh đối thoại giúp tạo ra không gian trao đổi, đối thoại giữa chính phủ, chuyên gia và cộng đồng, cung cấp thông tin và chia sẻ các kế hoạch phát triển kinh tế carbon thấp. Việt Nam cần tổ chức các hội thảo, tọa đàm hoặc tạo ra các kênh đối thoại giữa chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng để chia sẻ về các chính sách và chiến lược phát triển bền vững, đặc biệt là trong việc giảm thiểu khí thải carbon.

Thứ năm, lồng ghép các nội dung về kinh tế carbon thấp trong chương trình giáo dục phổ thông và đại học nhằm nâng cao nhận thức của giới trẻ. Singapore đã triển khai nhiều chương trình giáo dục trong các trường học về phát triển bền vững và giảm thiểu khí thải carbon. Việt Nam có thể phát triển các chương trình giáo dục về bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế carbon thấp ngay từ bậc học phổ thông và đại học.

Để nâng cao nhận thức cộng đồng về kinh tế carbon thấp, Việt Nam có thể học hỏi từ mô hình truyền thông của Singapore và Malaysia, tập trung vào các chiến dịch giáo dục, truyền thông đa kênh và khuyến khích hành động cụ thể từ cộng đồng. Việc kết hợp giữa các phương tiện truyền thông truyền thống và hiện đại, thực hiện các chiến dịch cộng đồng, tạo diễn đàn đối thoại giữa chính phủ, chuyên gia, doanh nghiệp và người dân, hay truyền thông nội bộ với công chức nhà nước sẽ giúp tạo ra một môi trường bền vững, thúc đẩy phát triển kinh tế carbon thấp tại Việt Nam. ■

^{1, 4, 5, 6, 8, 11} Ministry of Sustainability and the Environment (2021): *Singapore Green Plan 2030*, <https://www.greenplan.gov.sg>, truy cập ngày 28/4/2025.

² National Climate Change Secretariat (2022): *Singapore's long-term low-emissions development strategy*, <https://www.nccs.gov.sg/media/publications/singapores-long-term-low-emissions-development-strategy>, truy cập ngày 01/5/2025.

³ Government of Singapore: *Singapore's net zero by 2050: Public sector sustainability roadmap*, <https://www.sustainability.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/singapore-nzgi-roadmap.pdf>, truy cập ngày 29/4/2025.

⁷ Lim, S. (2020): "Sustainability and the Role of the Public Service in Singapore", *Journal of Environmental Policy*, 12 (4), p.85 - 101.

⁹ National Environment Agency (2022): *Clean & Green Singapore Campaign 2022*, <https://www.nea.gov.sg/media/news/news/index/clean-green-singapore-2022-launch-ceremony-satellite-events-cgs-experiences>, truy cập ngày 29/4/2025.

¹⁰ Singapore Government and National Parks Board (2023): *City in Nature: Annual Report 2022/2023*, Singapore Government, https://www.nea.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/annex-b---factsheet-on-cgs-launch-ceremony-and-online-programmes86161f67c9024153ba96a8cedbd1efa9.pdf?utm_source=chatgpt.com, truy cập ngày 29/4/2025.

¹² UNDP (2022): *People's Participation and Inclusive Governance in Asia-Pacific*, https://www.academia.edu/28271911/Citizen_Participation_in_Selected_Asia_Pacific_Countries, truy cập ngày 29/4/2025.

¹³ UNDP (2023): *Climate Promise: Malaysia - Enhancing Climate Resilience and Adaptation*, <https://climatepromise.undp.org/what-we-do/where-we-work/malaysia>, truy cập ngày 29/4/2025.

¹⁴ Ministry of Energy, Green Technology and Water (2017): *Low Carbon Cities Framework and Assessment System*, Malaysian Green Technology Corporation, <https://lccftrack.greentownship.my/files/LCCF-Book.pdf>, truy cập ngày 28/4/2025

¹⁵ Ministry of Environment and Water (2021): *Low Carbon Mobility Blueprint 2021 - 2030*, Putrajaya: Government of Malaysia, <https://repoemc.ukm.my/items/3a73b99f-b5f0-41bf-a96b-4c2550123e0a?> truy cập ngày 28/4/2025

¹⁶ Ministry of Environment and Water (2021): *National Climate Change Action Plan (NCCAP)*, Putrajaya: Government of Malaysia, https://www.nies.go.jp/gio/wgia/pi5dm300001g1ubp-att/1_wgia21_NRES.pdf? truy cập ngày 28/4/2025

¹⁷ Ministry of Economy, Malaysia (2020): *National Energy Transition Roadmap (NETR)*, <https://www.incorp.asia/insights/malysias-national-energy-transition-roadmap-netr/>, truy cập ngày 01/5/2025.

¹⁸ Ministry of Environment and Water, Malaysia (2020): *Environmental Sustainability Roadmap 2020 - 2030*, <https://www.scribd.com/document/893963445/Environmental-Sustainability-in-Malaysia-Roadmap-KASA-2020-2030-en>, truy cập ngày 01/5/2025.

¹⁹ Ministry of Environment and Water (2020): *National Strategy for Low Carbon Development in Malaysia*, <https://www.environment.gov.my>, truy cập ngày 01/5/2025.

²⁰ Shafiei, M.W.M., & Maleksaeidi, H. (2020): "Public Participation in Environmental Sustainability in Malaysia", *Sustainability*, 12 (10), p.4074.

^{21, 22} Malaysia Green Technology Corporation (2020): *Green Government Initiative: Capacity Building and Awareness Programmes for Public Sector*, Putrajaya: MGTC, <https://www.mgtc.gov.my>, truy cập ngày 20/5/2025.

²³ UNDP(2021): *Green Lifestyle Campaign Evaluation Report*, https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2025-02/undp-are_2021.pdf, truy cập ngày 25/4/2025

²⁴ KeTSA (Ministry of Energy and Natural Resources) (2022): *MyCarbon Program: Voluntary Corporate Greenhouse Gas Reporting Program*, <https://www.scribd.com/document/296130779/MYCarbonGHGGuidelinesVer15535468959cea5>, truy cập ngày 02/5/2025.

²⁵ Sani, M.A., et al. (2022): "Digital Communication Strategies for Environmental Awareness in Southeast Asia", *Journal of Environmental Communication*, 16 (3), p.254 - 271.

²⁶ Ismail, F., & Osman, M.N. (2020): "Religion and Environmentalism: Islamic Perspectives on Climate Responsibility in Malaysia", *International Journal of Islamic Thought*, 18 (2), p.45 - 52.