

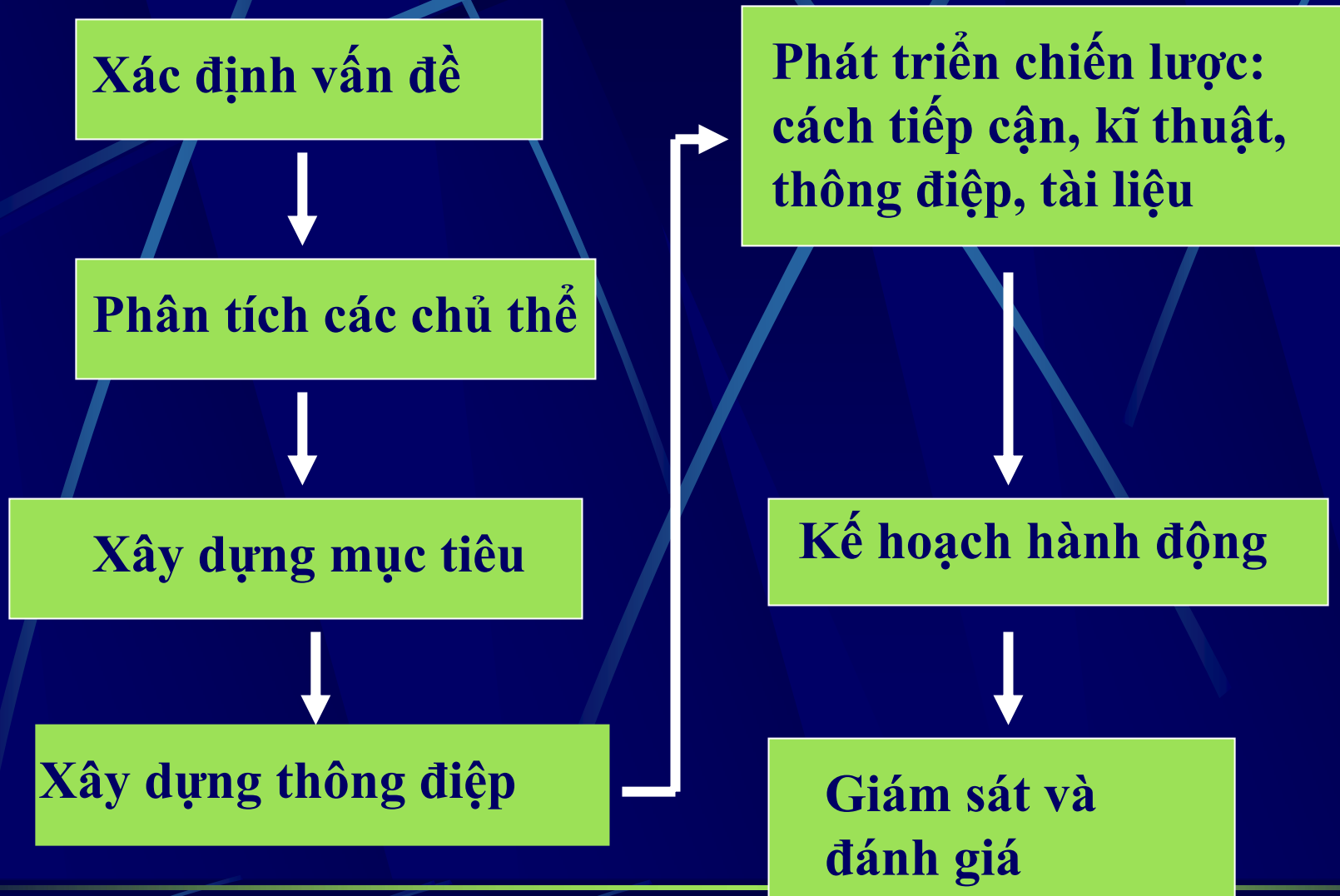
Các cách tiếp cận và công cụ vận động

Công cụ vận động



Chế biến và Chuyển tải Thông điệp
Vận động

7 bước trong xây dựng chiến lược



Thông điệp vận động

- Là một tuyên bố ngắn, xúc tích, có sức thuyết phục.
- Thông điệp gắn với mục tiêu, nêu tóm tắt điều chúng ta muốn đạt được, và bằng cách nào chúng ta sẽ đạt được
- Mục đích là: kêu gọi đối tượng thực hiện hành động chúng ta mong muốn.

4 thành tố chủ yếu của nội dung thông điệp

- Điều gì chúng ta muốn đạt được (*mục tiêu*)
- Vì sao chúng ta muốn đạt điều đó (*căn cứ*)
- Bằng cách nào chúng ta sẽ đạt được điều đó (*phương pháp & phương tiện*)
- Hành động nào chúng ta muốn đối tượng thực hiện (*kết quả*)

Những phần chủ yếu của thông điệp vận động

- Vấn đề thực chất là gì?
- Quy mô và mức độ nghiêm trọng của vấn đề.
- Vấn đề có tác động như thế nào đối với nhóm dân chúng cụ thể?
- Các chủ thể liên quan có thể làm gì để giải quyết vấn đề ?

Những phần chủ yếu của thông điệp vận động

Vấn đề thực chất là gì?

- Thí dụ:

- “Làm cho việc mang thai và sinh con an toàn hơn”

Những phần chủ yếu của thông điệp vận động

Quy mô và mức độ nghiêm trọng?

- Thí dụ:
- “Khoảng 600 000 phụ nữ hằng năm chết vì những nguyên nhân liên quan đến mang thai. Chín mươi chín phần trăm các ca tử vong đó xảy ra ở các nước đang phát triển. Rất nhiều trường hợp tử vong có thể tránh được, nếu như nhận thức về vấn đề này được tăng lên và có những hành động phù hợp.”

Các phần chủ yếu của thông điệp

Tác động của vấn đề tới một nhóm dân cư nhất định?

- Thí dụ:

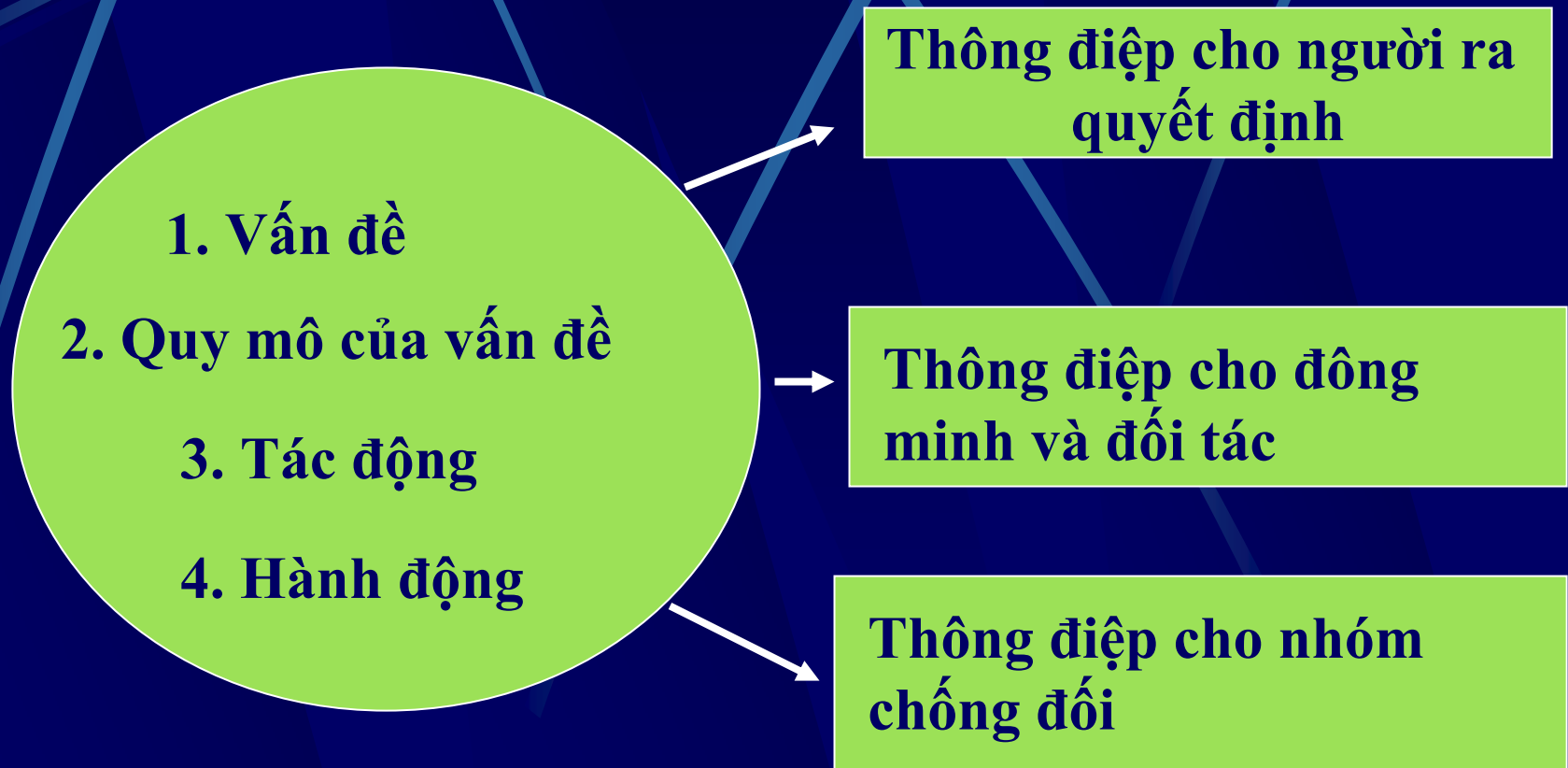
- “Ở các nước đang phát triển cứ 48 phụ nữ thì có một người có nguy cơ bị chết vì biến chứng liên quan đến mang thai hoặc sinh con. Nguy cơ này là lớn nhất đối với phụ nữ châu Phi vì họ mang thai nhiều lần hơn so với các châu lục khác. Tuy nhiên, do số dân đông hơn rất nhiều, nên số các bà mẹ châu A chết vì những nguyên nhân trên lại lớn hơn nhiều.”

Những phần chủ yếu của thông điệp truyền thông

Làm gì để cho việc mang thai và sinh con an toàn hơn?

- Thí dụ:
- Với kiến thức và công nghệ hiện nay có thể ngăn ngừa được nhiều trường hợp chết mẹ. Các chính phủ có thể thực hiện một số bước cơ bản sau đây:
- Tăng cường sự tiếp cận đối với BPTT.
- Nâng cao chất lượng chăm sóc trước sinh.
- Phát hiện sớm các biến chứng liên quan đến thai sản.
- Đảm bảo tiếp cận đối với chăm sóc sản khoa cơ bản.

Mối quan hệ chủ yếu: Công thức thành công của thiết kế thông điệp



Xây dựng và truyền tải thông điệp

- Soạn thảo thông điệp đơn giản và dễ hiểu.
- Sử dụng nguồn có uy tín để truyền tải thông điệp.
- Định kỳ nhắc lại thông điệp một cách nhất quán, sử dụng nhiều kênh khác nhau

Cách tiếp cận SEE trong thiết kế thông điệp

S



Soạn một tuyên bố đơn giản
STATEMENT

E



Cung cấp bằng chứng
EVIDENCE

E



Đưa ra ví dụ
EXAMPLE

Cách tiếp cận SEE trong thiết kế thông điệp

S



**Soạn một tuyên bố đơn giản
(STATEMENT)**

“Mỗi năm có trên một triệu phụ nữ nhiễm HIV; hơn 125 triệu phụ nữ nhiễm STD và đó là nguyên nhân của nhiều trường hợp chết lưu thai và chết sơ sinh.”

Cách tiếp cận SEE trong thiết kế thông điệp

E



**Cung cấp bằng chứng
(EVIDENCE)**

“Nguồn nước ngọt tái sinh được là có hạn và ngày càng cạn kiệt. Theo một ước tính mới đây, có tới một nửa khối lượng nước ngọt có thể khai thác hiện đã được sử dụng; điều này cho thấy loài người sẽ phải đối mặt với một vấn đề nghiêm trọng như thế nào một khi dân số tăng gấp đôi. Trong khuôn khổ một thế hệ nữa con số những nước bị thiếu nước kinh niên sẽ lên tới hơn 50, chủ yếu ở Trung Đông và châu Phi.

Cách tiếp cận SEE trong thiết kế thông điệp

E



Đưa ra ví dụ (EXAMPLE)

“Trong khi có tới 74% dân số thế giới sống ở các nước đang phát triển, Họ lại chỉ sử dụng có 32% số năng lượng được tạo ra. Thực tế năm 1980 một người Mỹ sử dụng một số năng lượng bằng 2 người Xô viết, 3 người Nhật, 6 người Mêhicô, 18 người Trung quốc, 51 người Ấn độ, 216 người Banglădet và 385 người Etiôpi.”

Chế biến (bao gói) thông điệp

- Sự trình bày là chìa khoá để truyền tải thông điệp.
- Trình bày tốt vừa mang tính khuyến gọi lại vừa hấp dẫn.
- Chế biến bao gồm việc chuyển các thông điệp thành các tài liệu in ấn, hình ảnh và âm thanh.
- Cần bổ xung thêm tranh ảnh và đồ thị.