

**QUYẾT ĐỊNH**  
**Ban hành Kế hoạch hành động**  
**thực hiện Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030**

**BỘ TRƯỞNG BỘ Y TẾ**

*Căn cứ Nghị định số 75/2017/NĐ-CP ngày 20 tháng 6 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Y tế;*

*Căn cứ Quyết định số 537/QĐ-TTg ngày 17 tháng 4 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030;*

*Theo đề nghị của Tổng cục trưởng Tổng cục Dân số.*

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch hành động thực hiện Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030 (Kế hoạch hành động kèm theo).

**Điều 2.** Tổng cục Dân số chủ trì, phối hợp với Vụ Kế hoạch - Tài chính và các đơn vị liên quan triển khai thực hiện Kế hoạch hành động được phê duyệt.

**Điều 3.** Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

**Điều 4.** Các ông (bà): Chánh Văn phòng Bộ, Tổng cục trưởng Tổng cục Dân số; Vụ trưởng Vụ Kế hoạch - Tài chính; Thủ trưởng các Vụ, đơn vị thuộc Bộ Y tế có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**Nơi nhận:**

- Như Điều 4;
- PTTg Vũ Đức Đam (để b/c);
- Các đồng chí Thứ trưởng;
- Sở Y tế các tỉnh/thành phố;
- Các bộ, ngành liên quan (theo danh sách);
- Lưu: VT, TCDS (10b).



**Đỗ Xuân Tuyên**

**BỘ Y TẾ****CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc****KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG****THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH TRUYỀN THÔNG DÂN SỐ ĐẾN NĂM 2030***(Kèm theo Quyết định số 2235/QĐ-BYT ngày 29 tháng 5 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Y tế)***MỞ ĐẦU**

Sau 58 năm thực hiện công tác dân số - kế hoạch hóa gia đình, 26 năm thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 4, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VII và các chủ trương, chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước, công tác dân số - kế hoạch hóa gia đình đã đạt được nhiều kết quả quan trọng, góp phần to lớn vào phát triển kinh tế - xã hội đất nước: tốc độ gia tăng dân số đã được khống chế, đã đạt mức sinh thay thế sớm 10 năm so với mục tiêu đề ra và tiếp tục duy trì cho đến nay; cơ cấu dân số chuyển dịch tích cực, dân số trong độ tuổi lao động tăng mạnh, nước ta bước vào thời kỳ dân số vàng từ năm 2007; chất lượng dân số được cải thiện về nhiều mặt, tuổi thọ trung bình năm 2018 đạt 73,5 tuổi, cao hơn nhiều nước có cùng mức thu nhập bình quân đầu người; tình trạng suy dinh dưỡng, tử vong bà mẹ, trẻ em giảm mạnh; tầm vóc, thể lực người Việt Nam có bước cải thiện; dân số đã có sự phân bố hợp lý hơn, gắn với quá trình đô thị hóa, công nghiệp hóa và yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh; nhận thức về dân số - kế hoạch hóa gia đình của các cấp, các ngành và toàn dân có bước đột phá; mỗi cặp vợ chồng có 2 con đã trở thành chuẩn mực, lan tỏa, thấm sâu trong toàn xã hội; dịch vụ dân số - kế hoạch hóa gia đình được mở rộng.

Tuy nhiên, công tác dân số - kế hoạch hóa gia đình vẫn còn nhiều hạn chế: Mức sinh giữa các vùng còn chênh lệch đáng kể; tỷ số giới tính khi sinh tăng nhanh và ở mức mất cân bằng nghiêm trọng; chưa có giải pháp đồng bộ phát huy lợi thế của thời kỳ dân số vàng và thích ứng với già hóa dân số; chỉ số phát triển con người (HDI) còn thấp; tỉ lệ suy dinh dưỡng, tử vong bà mẹ, trẻ em còn cao; tầm vóc, thể lực của người Việt Nam chậm được cải thiện; tuổi thọ bình quân tăng nhưng số năm sống khỏe mạnh thấp so với nhiều nước; tình trạng tảo hôn, kết hôn cận huyết thống còn khá phổ biến ở một số dân tộc ít người; phân bố dân số, quản lý di cư, nhập cư còn nhiều bất cập; việc tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản của người di cư và ở nhiều đô thị, khu công nghiệp còn nhiều hạn chế; công tác truyền thông, giáo dục về dân số ở một số khu vực, nhóm đối tượng hiệu quả chưa cao, vai trò nhà trường còn hạn chế; nội dung truyền thông, cung cấp dịch vụ chưa toàn diện, chủ yếu tập trung vào kế hoạch hóa gia đình.

Chính vì vậy, Nghị quyết số 21-NQ/TW ngày 25/10/2017 của Hội nghị lần thứ 6, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về công tác dân số trong tình hình mới đã được ban hành (sau đây gọi tắt là Nghị quyết 21) với quan điểm chỉ đạo “Tiếp tục chuyển trọng tâm chính sách dân số từ kế hoạch hóa gia

đình sang dân số và phát triển. Công tác dân số phải chú trọng toàn diện các mặt quy mô, cơ cấu, phân bố, đặc biệt là chất lượng dân số và đặt trong mối quan hệ hữu cơ với các yếu tố kinh tế, xã hội, quốc phòng, an ninh bảo đảm phát triển nhanh và bền vững” và Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 137-NQ/CP ngày 31/12/2017 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 21 (sau đây gọi tắt là Nghị quyết 137).

Để góp phần thực hiện tốt Nghị quyết 21 và Nghị quyết 137, Chính phủ đã giao Bộ Y tế xây dựng Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030 nhằm đẩy mạnh công tác vận động, giáo dục, truyền thông thay đổi hành vi về dân số và phát triển, nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận, ủng hộ tích cực của toàn xã hội trong việc thực hiện các mục tiêu của Nghị quyết 21 là: “Giải quyết toàn diện, đồng bộ các vấn đề về quy mô, cơ cấu, phân bố, chất lượng dân số và đặt trong mối quan hệ tác động qua lại với phát triển kinh tế - xã hội. Duy trì vững chắc mức sinh thay thế; đưa tỉ số giới tính khi sinh về mức cân bằng tự nhiên; tận dụng hiệu quả cơ cấu dân số vàng, thích ứng với già hoá dân số, phân bố dân số hợp lý; nâng cao chất lượng dân số, góp phần phát triển nhanh và bền vững đất nước”.

Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030 được xây dựng và tổ chức thực hiện trên tinh thần phát huy ưu điểm, những cách làm hay, có hiệu quả; khắc phục những bất cập, hạn chế; cải tiến nội dung, phương pháp, hình thức truyền thông cho phù hợp với từng nhóm đối tượng, với từng vùng miền theo tinh thần chỉ đạo của Nghị quyết số 21-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII tại Hội nghị lần thứ sáu về công tác dân số trong tình hình mới, bảo đảm hiệu quả của truyền thông để góp phần thực hiện chính sách toàn diện về dân số và phát triển.

## **I. CĂN CỨ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG**

### **1. Căn cứ pháp lý**

- Nghị quyết số 21-NQ/TW ngày 25 tháng 10 năm 2017 của Hội nghị lần thứ 6, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về công tác dân số trong tình hình mới.

- Nghị quyết số 20-NQ/TW ngày 25 tháng 10 năm 2017 của Hội nghị lần thứ 6, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới.

- Nghị quyết số 137-NQ/CP ngày 31 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 21-NQ/TW ngày 25/10/2017 của Hội nghị lần thứ 6 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về công tác dân số trong tình hình mới.

- Pháp lệnh Dân số; Pháp lệnh sửa đổi điều 10 Pháp lệnh Dân số và các nghị định hướng dẫn thực hiện;

- Nghị định số 176/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực Y tế;

- Quyết định số 1679/QĐ-TTg ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược Dân số đến năm 2030.

- Quyết định số 537/QĐ-TTg ngày 17 tháng 4 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030.

## 2. Căn cứ thực tiễn

- Trong thời gian qua công tác truyền thông, giáo dục dân số - kế hoạch hóa gia đình đã có những bước đột phá. Truyền thông, giáo dục được xác định là giải pháp cơ bản, được triển khai sâu rộng, thường xuyên ở tất cả các cấp, các ngành, cơ quan, đoàn thể, tổ chức, cộng đồng, gia đình và từng cặp vợ chồng.

- Nội dung truyền thông thiết thực, sinh động, dễ hiểu, đã được đưa vào các cuộc thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng, giáo dục trong và ngoài nhà trường. Đội ngũ cán bộ chuyên trách, cộng tác viên, tuyên truyền viên với phương châm “đi từng ngõ, gõ từng nhà, rà từng đối tượng” kiên trì, thường xuyên, liên tục, truyền thông vận động đến từng cặp vợ chồng, từng gia đình. Hàng chục nghìn câu lạc bộ, mô hình truyền thông về dân số hoạt động hiệu quả ở khắp mọi vùng miền.

- Các phương tiện thông tin đại chúng ở Trung ương và địa phương tăng tần suất, thời lượng, chuyên trang, chuyên mục về dân số. Thế mạnh của các kênh truyền thông truyền thống được phát huy thông qua mạng lưới cộng tác viên dân số, cán bộ y tế cơ sở.

- Các kênh và loại hình truyền thông kỹ thuật số mới được sử dụng ngày càng rộng rãi và phát huy hiệu quả tích cực. Hàng triệu các sản phẩm truyền thông như panô, áp phích, tờ rơi, sách lật.... và các cuộc mít tinh, diễu hành đã đưa các thông điệp chủ chốt như “mỗi cặp vợ chồng chỉ có 1-2 con”, sau này là “mỗi cặp vợ chồng hãy sinh đủ 2 con” lan tỏa, thấm sâu trong toàn xã hội.

Tuy nhiên, công tác truyền thông cũng còn nhiều bất cập và tồn tại:

- Thời gian gần đây, công tác truyền thông về dân số có sự suy giảm cả về cường độ và hiệu quả. Hiệu quả công tác truyền thông, giáo dục chưa đồng đều giữa các khu vực, giữa các nhóm đối tượng. Nội dung truyền thông mới chủ yếu tập trung vào kế hoạch hóa gia đình, chưa chú ý nhiều đến các yếu tố của dân số và phát triển.

- Cơ cấu và tổ chức bộ máy của ngành dân số liên tục gặp biến động từ Trung ương đến địa phương, nhất là ở cơ sở, đội ngũ cán bộ chuyên trách và cộng tác viên dân số thường xuyên thay đổi; kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ, kinh nghiệm của đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông - giáo dục vừa thiếu và vừa yếu; tài liệu cũng như công tác tập huấn cho nhóm cán bộ làm công tác truyền thông cả Trung ương và địa phương chưa được chú trọng đầu tư. Thực tế này ảnh hưởng rất lớn đến việc thực hiện công tác chuyên môn về truyền thông - giáo dục.

- Trong khuôn khổ Chương trình mục tiêu Y tế - Dân số ngân sách dành cho các hoạt động về truyền thông dân số không được đảm bảo đầy đủ. Kinh phí dành cho báo chí và bộ, ngành, đoàn thể chưa được quan tâm thỏa đáng, trong khi đã có 01 Câu lạc bộ Nhà báo với công tác dân số thuộc Hội Nhà báo Việt Nam được thành lập; 10 Chương trình phối hợp về công tác dân số giai đoạn 2016-2020 đã được ký kết giữa Tổng cục Dân số-KHHGĐ, Bộ Y tế với các bộ, ngành, đoàn thể.

- Các địa phương chưa chú trọng đầu tư ngân sách cho các hoạt động truyền thông trên địa bàn; chưa sử dụng và phân bổ hợp lý nguồn ngân sách từ

Trung ương phục vụ cho các hoạt động truyền thông về dân số; các trang thiết bị truyền thông, pano, áp phích... đã nhiều năm không được mua sắm, sửa chữa; các sản phẩm truyền thông cho cả nước nói chung và cho các nhóm đồng bào dân tộc nói riêng còn rất hạn chế về nội dung và số lượng.

- Hiện cả nước đã đạt và duy trì được mức sinh thay thế, nhưng mức sinh còn rất khác biệt giữa các vùng, miền, các tỉnh, thành phố. Mức sinh giữa các vùng có sự chênh lệch ngày càng lớn đã tác động bất lợi cho việc ổn định quy mô dân số. Nhiều tỉnh có mức sinh tăng cao trở lại, trong khi đó lại có những tỉnh có mức sinh thấp, thậm chí một số tỉnh có mức sinh rất thấp đòi hỏi phải có chính sách linh hoạt, thích hợp với từng địa phương và trong từng giai đoạn để góp phần vào sự phát triển bền vững kinh tế - xã hội của đất nước. Điều này đòi hỏi công tác truyền thông phải nhạy bén có nội dung và hình thức truyền thông phù hợp với đặc điểm từng vùng, miền.

- Hiệu lực thi hành pháp luật thấp trong việc phát hiện hành vi và xử lý hành vi lựa chọn giới tính. Tình trạng phụ nữ mang thai biết được giới tính thai nhi còn phổ biến. Tốc độ tăng nhanh tỷ số giới tính khi sinh chưa được khống chế. Điều này đòi hỏi phải thay đổi nội dung, phương pháp tiếp cận truyền thông để tạo dư luận xã hội lên án các hành vi lựa chọn giới tính thai nhi nhằm khuyến khích nhiều người tham gia giám sát, phát hiện các hành vi sai trái nhằm đạt hiệu quả truyền thông cao hơn.

- Các biện pháp nâng cao chất lượng dân số bắt đầu được triển khai rộng, nhưng kết quả đạt được còn thấp do thiếu nguồn lực, đòi hỏi phải đẩy mạnh truyền thông thay đổi hành vi cho phụ nữ và gia đình trong việc tham gia và chấp nhận tự chi trả cho các dịch vụ sàng lọc trước sinh và sơ sinh.

- Các vấn đề sức khỏe sinh sản còn nhiều hạn chế, nhiễm khuẩn đường sinh sản, bệnh lây truyền qua đường tình dục, ung thư đường sinh sản là rất đáng lo ngại. Điều đó đòi hỏi công tác truyền thông phải tiếp cận toàn diện các vấn đề sức khỏe sinh sản, phải thay đổi phương pháp tiếp cận cho phù hợp với từng nhóm đối tượng.

- Cơ cấu dân số vàng đã bước vào năm thứ 13, nhưng chưa có biện pháp hữu hiệu để phát huy lợi thế của cơ cấu dân số vàng. Chưa có sự chuẩn bị cho việc điều chỉnh kinh tế, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, quan hệ gia đình, tâm lý, lối sống, an sinh xã hội để thích ứng với cơ cấu dân số già trong khi giai đoạn già hóa dân số dự báo sẽ rất ngắn, chỉ kéo dài khoảng 15 - 20 năm. Thực tế trên đòi hỏi công tác truyền thông phải tập trung vận động các cơ quan, tổ chức, cá nhân triển khai các biện pháp phát huy lợi thế của cơ cấu dân số vàng, thích ứng với quá trình chuyển đổi nhân khẩu học để góp phần phát triển bền vững kinh tế - xã hội.

- Nước ta có 53 dân tộc thiểu số với dân số gần 13,4 triệu người, chiếm khoảng 14,6% dân số cả nước. Theo kết quả điều tra thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số ngày 01/7/2015 thì tỷ lệ tảo hôn chung của đồng bào dân tộc thiểu số là 26%, hôn nhân cận huyết thống là 6,5%. Thực tế này đòi hỏi công tác truyền thông phải chú trọng hơn nữa đến đồng bào vùng dân tộc thiểu số, miền núi, đồng bào vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn và có những hình thức, sản phẩm truyền thông phù hợp với từng nhóm dân số cụ thể.

- Lồng ghép các vấn đề dân số trong chính sách, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội chưa được chú trọng. Việc cung cấp thông tin, số liệu, nội dung, phương pháp, quy trình lồng ghép dân số trong phát triển chưa được đa dạng và thiếu thường xuyên.

- Nguồn lực dành cho công tác dân số từ khi chuyển từ cơ chế Chương trình mục tiêu quốc gia sang Chương trình mục tiêu Y tế - Dân số đã giảm đáng kể. Điều này đòi hỏi công tác truyền thông phải thay đổi cách tiếp cận, phương pháp tổ chức thực hiện các nhiệm vụ, hoạt động truyền thông cho phù hợp với khả năng của nguồn lực và mang lại hiệu quả cao.

- Chính sách xã hội hóa công tác dân số, đặc biệt là trong công tác truyền thông gặp rào cản lớn bởi tâm lý bao cấp còn rất nặng nề trong khi thị trường phương tiện tránh thai, dịch vụ kế hoạch hóa gia đình chưa phát triển, thiếu cơ chế và giải pháp. Điều đó đòi hỏi công tác truyền thông phải được đẩy mạnh để huy động nguồn lực đầu tư cho công tác dân số và phát triển.

- Quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đô thị hóa diễn ra với tốc độ nhanh làm thay đổi lối sống, tạo cơ hội tăng số người chấp nhận hành vi có lợi về dân số, sức khỏe sinh sản, nhưng cũng tạo ra thách thức về truyền thông và cung cấp dịch vụ cho số người di cư tăng nhanh.

- Kinh tế tiếp tục tăng trưởng, các lĩnh vực văn hoá, xã hội đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đời sống nhân dân được cải thiện và trình độ dân trí được nâng cao là cơ hội thuận lợi cho công tác dân số và phát triển, nhưng cũng tạo ra thách thức cho công tác truyền thông đối với các nhóm đối tượng có điều kiện kinh tế, xã hội khác nhau.

- Khoa học kỹ thuật phát triển, phương tiện truyền thông phát triển phong phú, đa dạng và hiện đại, tạo cơ hội cho người dân được tiếp cận nội dung dân số và phát triển bằng nhiều hình thức, đòi hỏi công tác truyền thông phải nhạy bén trong việc kiểm soát thông tin nhằm ngăn chặn các hành vi như tuyên truyền cách thức lựa chọn giới tính thai nhi, cung cấp thông tin sai lệch về các nội dung sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình.

## **II. MỤC TIÊU**

### **1. Mục tiêu 1**

Truyền thông nâng cao nhận thức của cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp; bộ, ban, ngành, đoàn thể từ Trung ương đến địa phương để huy động sự tham gia và cam kết với công tác dân số thông qua việc chỉ đạo, đầu tư nguồn lực, lồng ghép các vấn đề dân số trong chính sách, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội; phát huy lợi thế của cơ cấu dân số vàng, thích ứng với già hóa dân số, nâng cao chất lượng dân số, duy trì vững chắc mức sinh thay thế, phân bố dân cư hợp lý, đưa tỉ số giới tính khi sinh về mức cân bằng tự nhiên góp phần phát triển nhanh, bền vững đất nước.

- Hàng năm các chỉ tiêu cần đạt được:

+ 100% tổ chức Đảng, chính quyền, cơ quan, ban ngành, đoàn thể các cấp được phổ biến, cập nhật thông tin về chương trình dân số và phát triển.

+ 100% tổ chức Đảng, chính quyền, cơ quan, ban ngành, đoàn thể các cấp ban hành kịp thời các văn bản chỉ đạo thực hiện các nội dung liên quan đến chương trình dân số và phát triển.

+ 100% tổ chức Đảng, chính quyền, cơ quan, ban ngành, đoàn thể các cấp cam kết bố trí kinh phí từ ngân sách địa phương và huy động kinh phí từ các nguồn hợp pháp khác, sử dụng đúng mục tiêu kinh phí hỗ trợ từ Trung ương.

+ 100% tổ chức Đảng, chính quyền, cơ quan, ban ngành, đoàn thể các cấp xây dựng kế hoạch chỉ đạo và giám sát việc thực hiện các nội dung về dân số và phát triển tại địa phương.

## **2. Mục tiêu 2**

- Truyền thông nâng cao nhận thức, hiểu biết, sự ủng hộ và tích cực thực hiện của mọi người dân, đặc biệt là các cặp vợ chồng, nam, nữ ở độ tuổi sinh đẻ trong cuộc vận động mỗi cặp vợ chồng nên có hai con, góp phần duy trì vững chắc mức sinh thay thế.

- Các chỉ tiêu cần đạt được:

+ Đến năm 2025, 90% các cặp vợ chồng, nam, nữ trong độ tuổi sinh đẻ được cung cấp thông tin về cuộc vận động mỗi cặp vợ chồng nên sinh đủ hai con; quyền và trách nhiệm trong việc sinh con và nuôi dạy con tốt; hệ lụy của mức sinh thấp; lợi ích của việc thực hiện các biện pháp tránh thai góp phần thực hiện thành công cuộc vận động mỗi cặp vợ chồng nên có hai con, duy trì vững chắc mức sinh thay thế và đạt 95% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% các cặp vợ chồng, nam, nữ trong độ tuổi sinh đẻ hiểu biết đầy đủ về lợi ích của cuộc vận động mỗi cặp vợ chồng nên sinh đủ hai con; hệ lụy của mức sinh thấp; lợi ích của việc thực hiện các biện pháp tránh thai và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% các cặp vợ chồng, nam, nữ trong độ tuổi sinh đẻ sẵn sàng chấp nhận thực hiện kế hoạch hóa gia đình, cam kết sinh đủ hai con và đạt 90% vào năm 2030.

## **3. Mục tiêu 3**

- Truyền thông nâng cao nhận thức của toàn xã hội về lợi ích của việc kiểm soát mất cân bằng giới tính khi sinh, giá trị và quyền bình đẳng của trẻ em gái và không thực hiện lựa chọn giới tính thai nhi.

- Các chỉ tiêu cần đạt được:

+ Đến năm 2025, 85% các cặp vợ chồng, nam, nữ trong độ tuổi sinh đẻ, ông bà, cha mẹ được cung cấp thông tin và hiểu được thực trạng, nguyên nhân, hậu quả của mất cân bằng giới tính khi sinh và đạt 95% vào năm 2030; 80% các cặp vợ chồng cam kết không lựa chọn giới tính thai nhi vào năm 2025 và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 95% cán bộ và nhân viên y tế, cơ sở y tế cung cấp các dịch vụ liên quan đến lựa chọn giới tính thai nhi hiệu và thực hiện đúng các quy định của pháp luật về nghiêm cấm lựa chọn giới tính thai nhi và đạt 100% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 95% các cơ sở giáo dục trong hệ thống giáo dục quốc dân tiếp tục thực hiện việc giáo dục giới tính, bình đẳng giới, kiểm soát mất cân bằng giới tính khi sinh thông qua việc tích hợp các nội dung này vào các môn học và hoạt động giáo dục trong chương trình giáo dục phổ thông và đạt 100% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 95% các cơ quan truyền thông đại chúng ở Trung ương và địa phương thường xuyên tuyên truyền về thực trạng, nguyên nhân, hậu quả của mất cân bằng giới tính khi sinh, giá trị của trẻ em gái, vị thế của phụ nữ, bình đẳng giới và đạt 100% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 90% vị thành niên/thanh niên, nam, nữ sắp kết hôn được cung cấp đầy đủ kiến thức về các hành vi vi phạm pháp luật về lựa chọn giới tính thai nhi và đạt 95% vào năm 2030; 85% trong số đó hiểu biết đầy đủ các hành vi vi phạm pháp luật về lựa chọn giới tính thai nhi vào năm 2025 và đạt 90% vào năm 2030.

#### **4. Mục tiêu 4**

- Truyền thông nâng cao nhận thức, hiểu biết, kỹ năng thực hành của mọi người dân về các vấn đề liên quan đến tầm soát, chẩn đoán, điều trị sớm bệnh, tật trước sinh, sơ sinh; tuyên truyền, nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của người dân nhất là đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa về tảo hôn và hôn nhân cận huyết thống, tiến tới đẩy lùi tình trạng này góp phần nâng cao chất lượng dân số.

- Các chỉ tiêu cần đạt được:

+ Đến năm 2025, 90% nam, nữ thanh niên, phụ nữ trong độ tuổi sinh đẻ được cung cấp thông tin về lợi ích của việc tư vấn, khám sức khỏe trước khi kết hôn, hậu quả của tảo hôn, hôn nhân cận huyết, các nội dung liên quan đến chăm sóc sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình và đạt 95% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% nam, nữ thanh niên hiểu rõ được lợi ích của việc tư vấn, khám sức khỏe trước khi kết hôn, hậu quả của tảo hôn, hôn nhân cận huyết, các nội dung liên quan đến chăm sóc sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% cha mẹ có con trong độ tuổi vị thành niên/thanh niên tại các vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn được cung cấp các thông tin về hậu quả của tảo hôn, kết hôn cận huyết thống và đạt 95% vào năm 2030. Tỷ lệ hiểu biết đầy đủ hậu quả của tảo hôn, kết hôn cận huyết thống đạt 80% vào năm 2025 và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% phụ nữ trong độ tuổi sinh đẻ được cung cấp thông tin về lợi ích của tầm soát, chẩn đoán, điều trị sớm bệnh tật trước sinh, sơ sinh và đạt 95% vào năm 2030. Tỷ lệ hiểu rõ được những kiến thức cơ bản của tầm soát, chẩn đoán trước sinh, sơ sinh đạt 80% vào năm 2025 và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 70% phụ nữ mang thai đồng ý tham gia tầm soát trước sinh và đạt 80% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% bà mẹ đồng ý tầm soát sơ sinh và đạt 95% vào năm 2030.



## 5. Mục tiêu 5

- Truyền thông nâng cao nhận thức, thái độ, kỹ năng thực hành của vị thành niên, thanh niên và đề cao vai trò, trách nhiệm của gia đình, nhà trường, cộng đồng trong việc giáo dục về dân số, sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình cho vị thành niên, thanh niên nhằm giảm tình trạng mang thai ngoài ý muốn ở nhóm đối tượng này.

- Các chỉ tiêu cần đạt được:

+ Đến năm 2025, 90% các cơ sở giáo dục trong hệ thống giáo dục quốc dân tiếp tục thực hiện tuyên truyền về dân số, sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình thông qua việc tích hợp các nội dung này vào các môn học và hoạt động giáo dục trong chương trình giáo dục phổ thông và đạt 100% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% trẻ em vị thành niên/thanh niên được cung cấp, cập nhật kiến thức về dân số, sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình như các biện pháp tránh thai, tác hại của phá thai, mang thai ngoài ý muốn... và đạt 90% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 80% trẻ em vị thành niên/thanh niên hiểu và có kỹ năng thực hành về dân số, sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình như biết cách phòng tránh các bệnh lây truyền qua đường tình dục, biết lựa chọn các biện pháp tránh thai phù hợp, hiểu được tác hại của việc phá thai, nắm được địa chỉ cung cấp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình... và đạt 85% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 70% cha mẹ có con trong tuổi vị thành niên/thanh niên ủng hộ, hướng dẫn, hỗ trợ con cái chủ động tìm hiểu thông tin, kiến thức và tiếp cận, thụ hưởng các dịch vụ dân số, sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình và đạt 80% vào năm 2030.

## 6. Mục tiêu 6

- Truyền thông nâng cao nhận thức, tạo môi trường đồng thuận và tích cực tham gia của toàn xã hội vào phong trào hỗ trợ, chăm sóc nâng cao sức khỏe người cao tuổi.

- Các chỉ tiêu cần đạt được:

+ Đến năm 2025, 75% người cao tuổi hoặc người thân trực tiếp chăm sóc người cao tuổi được cung cấp kiến thức về các biện pháp chăm sóc sức khỏe phù hợp, biết cách tự xử lý bước đầu một số bệnh thường gặp ở người cao tuổi, kiến thức về chế độ dinh dưỡng, chế độ luyện tập phù hợp, lợi ích của việc khám sức khỏe định kỳ và đạt 85% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 75% người cao tuổi hiểu và áp dụng các kiến thức về các biện pháp chăm sóc sức khỏe phù hợp, biết cách tự xử lý bước đầu một số bệnh thường gặp, chế độ dinh dưỡng, chế độ luyện tập phù hợp, đi khám sức khỏe định kỳ và đạt 85% vào năm 2030.

+ Đến năm 2025, 85% người dân hiểu được nghĩa vụ, trách nhiệm, đạo lý truyền thống trong chăm sóc, giúp đỡ và phát huy vai trò người cao tuổi; nghĩa vụ, trách nhiệm quan tâm, phụng dưỡng người cao tuổi; hình thành nền tảng nhận thức xã hội và ý thức, trách nhiệm của mỗi cá nhân trong việc chủ động tự lo cho tuổi già khi còn trẻ và đạt 95% vào năm 2030

### **III. THỜI GIAN, PHẠM VI THỰC HIỆN, ĐỐI TƯỢNG**

#### **1. Thời gian và phạm vi thực hiện**

Thực hiện từ năm 2020 đến năm 2030, chia thành hai giai đoạn.

- Giai đoạn 1: Từ năm 2020 đến 2025: Đổi mới toàn diện về nội dung, đa dạng các hình thức, phương pháp truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng, nâng cao hiệu quả công tác truyền thông giáo dục về chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Đẩy mạnh truyền thông giáo dục trên các phương tiện thông tin đại chúng ở Trung ương, địa phương và hệ thống thông tin cơ sở; tập trung khai thác, phát triển những lợi thế của công nghệ thông tin và các loại hình truyền thông khác. Nội dung truyền thông giáo dục phải chuyển mạnh sang dân số và phát triển; đẩy mạnh truyền thông giáo dục nâng cao nhận thức, chuyển đổi hành vi về bình đẳng giới, nêu cao vai trò của phụ nữ trong gia đình và xã hội; tuyên truyền đạo đức nghề nghiệp, ý thức chấp hành pháp luật của cán bộ y tế, chấm dứt tình trạng lạm dụng khoa học công nghệ để lựa chọn giới tính thai nhi dưới mọi hình thức; tập trung tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa, tầm quan trọng, hiệu quả của việc thực hiện các dịch vụ nâng cao chất lượng dân số.

- Giai đoạn 2: Từ năm 2026 đến 2030: Tiếp tục đổi mới, nâng cao hiệu quả công tác truyền thông dân số và đẩy mạnh công tác thông tin, truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng ở Trung ương, địa phương và hệ thống thông tin cơ sở; tập trung khai thác, phát triển những lợi thế của công nghệ thông tin và các loại hình truyền thông khác. Tăng cường truyền thông, giáo dục và tư vấn nâng cao kiến thức và kỹ năng thực hành dân số và phát triển, kế hoạch hóa gia đình/sức khỏe sinh sản cho các nhóm đối tượng. Triển khai mạnh mẽ, toàn diện và đồng bộ các hoạt động truyền thông tại các cấp. Phối hợp chặt chẽ với các bộ, ban ngành, đoàn thể liên quan, huy động mọi tổ chức, cá nhân tích cực ủng hộ và tham gia các hoạt động truyền thông về dân số và phát triển.

#### **2. Đối tượng chính**

- Lãnh đạo Đảng và Nhà nước, những nhà hoạch định chính sách và những người có uy tín trong cộng đồng.

- Cấp ủy Đảng, chính quyền, các ban, ngành, đoàn thể từ Trung ương đến địa phương.

- Già làng, trưởng bản, các chức sắc tôn giáo; trí thức, văn nghệ sỹ, những người có uy tín trong cộng đồng, dòng họ, gia đình...

- Người cao tuổi.

- Nam, nữ, các cặp vợ chồng trong độ tuổi sinh đẻ.

- Trẻ em vị thành niên, thanh niên.

- Nhóm dân số đặc thù (dân di cư, biên giới, hải đảo, đồng bào theo đạo, đồng bào vùng dân tộc thiểu số và miền núi, người lao động tại các khu chế xuất-khu công nghiệp tập trung ...).

- Cán bộ cung cấp dịch vụ (sức khỏe sinh sản, kế hoạch hóa gia đình, chất lượng dân số, chăm sóc sức khỏe người cao tuổi).

- Phóng viên các cơ quan báo chí, cán bộ truyền thông và cán bộ làm công tác văn hóa, thông tin cơ sở.

## IV. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP VÀ CÁC HOẠT ĐỘNG CHỦ YẾU

### 1. Tăng cường cung cấp thông tin về dân số và phát triển đến cấp ủy, chính quyền, ban, ngành, đoàn thể các cấp.

- *Phương thức thực hiện:* Tăng cường tham mưu, thường xuyên cung cấp, cập nhật thông tin chuyên đề về dân số và phát triển nhằm nâng cao hiệu quả cung cấp thông tin cho lãnh đạo các cấp.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Định kỳ cung cấp thông tin cho cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp về công tác xây dựng, thực hiện và đánh giá, giám sát chính sách, pháp luật, chiến lược, chương trình, kế hoạch về dân số và phát triển.

+ Thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, báo cáo chuyên đề và tổ chức diễn đàn, đối thoại trên các phương tiện thông tin đại chúng với sự tham gia của lãnh đạo Đảng, chính quyền, đại biểu Quốc hội, các nhà quản lý, các nhà hoạch định chính sách, đại biểu Hội đồng nhân dân...

+ Phối hợp với các trường chính trị, hành chính các cấp chỉnh sửa, cập nhật, đào tạo và tập huấn về các nội dung dân số và phát triển thuộc chương trình đào tạo, bồi dưỡng của hệ thống các trường chính trị, hành chính.

+ Sản xuất và cung cấp các bản tin, tài liệu vận động về dân số và phát triển cho các cấp lãnh đạo (bản tin, sách mỏng, các báo cáo tổng hợp...).

### 2. Huy động các bộ, ban, ngành, đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội tham gia truyền thông về dân số và phát triển; tiếp tục xây dựng, triển khai các chương trình phối hợp, tập trung xây dựng các mô hình, hoạt động truyền thông toàn diện các nội dung về dân số và phát triển.

- *Phương thức thực hiện:* Phối hợp với các bộ, ban, ngành, đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội để xây dựng và triển khai các chương trình phối hợp nhằm tăng cường công tác truyền thông, giáo dục về dân số và phát triển trong tình hình mới

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Tổ chức hội nghị triển khai Kế hoạch hành động vào năm 2020; Hội nghị sơ kết giữa kỳ thực hiện Kế hoạch hành động năm 2025 và hội nghị tổng kết Kế hoạch hành động vào năm 2030.

+ Hàng năm hỗ trợ các bộ, ban ngành, đoàn thể và tổ chức chính trị - xã hội tổ chức các hội thảo, hội nghị, tập huấn, giao lưu, tọa đàm, biên soạn tài liệu truyền thông ... cho các nhóm đối tượng do các bộ, ban ngành, đoàn thể quản lý.

+ Phối hợp với đơn vị chức năng của các bộ, ban ngành, đoàn thể, tổ chức chính trị - xã hội và cộng đồng xây dựng và triển khai mô hình truyền thông phù hợp với các nhóm đối tượng do bộ, ban ngành, đoàn thể quản lý và nhóm dân số đặc thù như người di cư, người tàn tật, người cao tuổi, dân tộc thiểu số, vùng có đông tín đồ tôn giáo, người cư trú ở vùng khó khăn, biên giới, hải đảo...

Năm 2021: Xây dựng mô hình truyền thông hiệu quả về dân số và phát triển phù hợp với tình hình của địa phương và các nhóm đối tượng ở từng địa bàn.

Năm 2022: Triển khai thí điểm mô hình tại một số địa phương, đánh giá kết quả sơ bộ vào cuối năm 2023 để lựa chọn những mô hình hiệu quả cho triển khai rộng rãi.

Từ năm 2024-2030: Triển khai đại trà các mô hình đã được lựa chọn sau khi triển khai thí điểm.

+ Định kỳ hàng quý/tháng tổ chức các buổi nói chuyện, thảo luận, sinh hoạt chuyên đề, thi tìm hiểu, giao lưu văn hóa, văn nghệ, thể thao, giải trí cho các thành viên, hội viên và nhân dân cư trú trên địa bàn...

+ Huy động các chức sắc tôn giáo, già làng, trưởng bản, người có uy tín trong cộng đồng, người nổi tiếng tích cực ủng hộ các hành vi có lợi về dân số và phát triển; lồng ghép nội dung truyền thông dân số và phát triển vào sinh hoạt của cộng đồng, sinh hoạt văn hóa dân gian, phiên chợ; đưa các tiêu chí về dân số và phát triển vào hương ước, quy ước của cộng đồng, vào tiêu chuẩn làng, ấp văn hóa, gia đình văn hóa.

+ Tổ chức các sự kiện truyền thông, gây ấn tượng mạnh, thu hút đông đảo quần chúng nhân dân tham gia; tạo dư luận xã hội đồng thuận, ủng hộ việc xây dựng và thực hiện các hành vi tích cực và phê phán các hành vi vi phạm về chính sách dân số và phát triển. Hàng năm tổ chức các sự kiện vào các dịp kỷ niệm Ngày Dân số Thế giới, Ngày Quốc tế trẻ em gái, Ngày Tránh thai thế giới, Ngày Thalassemia Thế giới, Ngày Quốc tế Người cao tuổi, Tháng hành động Quốc gia về Dân số và các sự kiện truyền thông khác.

**3. Đa dạng hóa các loại hình, sản phẩm truyền thông về dân số và phát triển; bảo đảm về chất lượng, đổi mới về hình thức, nội dung. Cung cấp trang thiết bị, phương tiện truyền thông phù hợp cho cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện công tác truyền thông về dân số và phát triển, ưu tiên tuyến cơ sở, nhất là các xã nghèo, vùng sâu, vùng xa, vùng bị thiên tai.**

- *Phương thức thực hiện:* Tăng cường và nâng cao hiệu quả việc sản xuất các sản phẩm truyền thông dân số và phát triển để phục vụ truyền thông trực tiếp và cung cấp cho các nhóm đối tượng; chú trọng hình thức, nội dung, cách thể hiện phù hợp với các nhóm dân số đặc thù, khó tiếp cận ở các vùng khó khăn; chú trọng phát triển số lượng và chất lượng các sản phẩm truyền thông; đa dạng hóa các sản phẩm truyền thông. Cung cấp trang bị, dụng cụ, phương tiện truyền thông cho cơ quan, đơn vị truyền thông, bao gồm cả trung tâm, điểm tư vấn thuộc hệ thống dân số; ưu tiên các trang thiết bị, dụng cụ truyền thông phù hợp cho xã nghèo, xã ở vùng sâu, vùng xa, vùng bị thiên tai bão lụt.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Định kỳ hàng năm sản xuất các tài liệu và sản phẩm truyền thông như tờ rơi, sách mỏng, tranh lật, pa nô, áp phích, bản tin chuyên đề, phóng sự, ký sự, các đoạn phim ngắn, video clip, thông điệp truyền hình, thông điệp phát thanh... về các nội dung dân số và phát triển.

Mỗi năm Trung ương biên soạn ít nhất 02 tài liệu và sản xuất 20 sản phẩm nghe nhìn mẫu để địa phương nhân bản và tuyên truyền cho các đối tượng. Lưu ý đến việc chuyên thể các sản phẩm truyền thông phù hợp với từng vùng miền, nhóm đối tượng là người dân tộc thiểu số.

+ Định kỳ tổ chức các cuộc thi sáng tác tranh, kịch bản, ca khúc, thơ ca, hò vè, triển lãm ảnh... về các nội dung mới của công tác dân số.

+ Thường xuyên cập nhật các thông tin dân số và phát triển trên các báo điện tử, mạng xã hội. Các nội dung này sẽ được làm mới bằng các phóng sự ảnh,

hoặc bằng video, hoặc âm thanh để độc giả dễ dàng tiếp cận vấn đề hơn ngoài văn bản và hình ảnh truyền thống.

+ Đánh giá thực trạng và tình hình sử dụng trang thiết bị truyền thông trong hệ thống dân số các cấp: Thực hiện năm 2021.

+ Xây dựng kế hoạch đầu tư, cung cấp trang thiết bị, phương tiện truyền thông phù hợp, hiệu quả cho hệ thống dân số các cấp trên cơ sở ưu tiên vùng, miền (chú ý vận động nguồn ngân sách xã hội hóa).

+ Các bộ, ban ngành, đoàn thể căn cứ khả năng ngân sách và thực trạng trang thiết bị truyền thông của từng đơn vị để đầu tư trang thiết bị truyền thông. Ngân sách địa phương ưu tiên đầu tư trang thiết bị truyền thông cho xã nghèo, xã ở vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc, vùng bị thiên tai bão lũ.

**4. Đẩy mạnh truyền thông thay đổi hành vi về dân số và phát triển trên các chuyên trang, chuyên mục, chương trình, phóng sự, tin bài, sách, ảnh, sự kiện truyền thông; lồng ghép nội dung truyền thông dân số và phát triển vào các chương trình giải trí, thể thao, nghệ thuật trên các phương tiện thông tin đại chúng; tập trung khai thác, phát triển và tận dụng tối đa lợi thế của công nghệ thông tin và các loại hình truyền thông khác.**

- *Phương thức thực hiện:* Phối hợp với các cơ quan truyền thông đại chúng (phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử, các nhà xuất bản, trang mạng...) trong việc truyền thông thay đổi hành vi về dân số và phát triển trên các chuyên trang, chuyên mục, chương trình, phóng sự, tin bài, sách, ảnh hoặc sự kiện truyền thông.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Phối hợp với các cơ quan truyền thông lớn như Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam tăng cường phát sóng, đăng tải các tin, bài, phóng sự ... về dân số và phát triển

+ Mở rộng các hình thức truyền thông hiện đại để cung cấp thông tin, tư vấn về dân số và phát triển qua internet, trang tin điện tử, mạng xã hội, điện thoại di động và các phương tiện truyền tin khác; tăng cường truyền thông về dân số và phát triển trên các trang tin có nhiều người truy cập, các trang tin mà vị thành niên/thanh niên, nam giới và phụ nữ trong độ tuổi sinh đẻ ưa thích và quan tâm.

+ Chuyển tải các nội dung, tài liệu truyền thông về dân số và phát triển từ bản in sang bản điện tử đưa lên mạng internet.

+ Thường xuyên tổ chức các buổi giao lưu, tọa đàm trên truyền hình/đài phát thanh với sự tham gia của các nhà quản lý và các chuyên gia về các vấn đề dân số và phát triển.

+ Tổ chức các cuộc thi về dân số và phát triển trên mạng: Thực hiện hai năm một lần.

+ Thường xuyên cập nhật và đưa tin các thông tin về dân số và phát triển trên đài phát thanh của quận/huyện, đài truyền thanh hiện có của tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp và trên đài truyền thanh của xã, phường, thị trấn.

+ Tổ chức các lớp tập huấn, hội thảo, các chuyến đi thực tế cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên các cơ quan báo chí và cán bộ làm công tác truyền thông và thông tin cơ sở để cung cấp thông tin, định hướng nội dung truyền

thông ưu tiên, nắm bắt tình hình thực hiện công tác dân số và phát triển tại các địa phương: Mỗi năm tổ chức ít nhất một hội thảo định hướng công tác truyền thông và một chuyến đi thực tế cho đội ngũ phóng viên báo chí và cán bộ làm công tác truyền thông và thông tin cơ sở.

+ Biên soạn cuốn tài liệu cung cấp các nội dung truyền thông trên đài truyền thanh của xã, phường, thị trấn, nhất là đối với các xã vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn, vùng đồng bào dân tộc vào năm 2021. Các năm tiếp theo (hai năm một lần): cập nhật, bổ sung các thông tin mới.

**5. Tổ chức thực hiện có hiệu quả các hoạt động truyền thông trực tiếp trong hệ thống dân số các cấp; phát huy vai trò đội ngũ cán bộ, cộng tác viên làm công tác dân số, y tế cơ sở nhằm hình thành và duy trì bền vững hành vi tích cực về dân số và phát triển của các tầng lớp nhân dân.**

- *Phương thức thực hiện:* Trên cơ sở xác định rõ đặc điểm của từng nhóm đối tượng, từng vùng tiếp tục thực hiện và nâng cao hiệu quả truyền thông trực tiếp thông qua đội ngũ cán bộ làm công tác dân số, y tế cơ sở nhằm tạo sự thay đổi hành vi bền vững về dân số và phát triển của mọi tầng lớp nhân dân, nhất là ở địa bàn nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng ven biển, hải đảo.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Hàng năm tổ chức các cuộc mít tinh, cô đọng, diễu hành, nói chuyện chuyên đề nhân kỷ niệm các ngày lễ lớn và các ngày kỷ niệm của ngành dân số tại các cấp.

+ Tổ chức tốt các đợt chiến dịch truyền thông lồng ghép với cung cấp dịch vụ sức khỏe sinh sản/kế hoạch hóa gia đình (mỗi năm 2 lần) đến vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn, các xã biên giới, hải đảo, vùng có mức sinh cao, mức sinh chưa ổn định và những vùng còn nhiều hạn chế trong việc thực hiện mục tiêu, chỉ tiêu dân số.

+ Thường xuyên lồng ghép nội dung dân số và phát triển vào các cuộc họp, sinh hoạt văn nghệ, thể thao, giải trí của nhân dân tại khu dân cư, điểm dân cư; đưa chính sách dân số và phát triển vào hương ước, quy ước của cộng đồng, tiêu chuẩn thôn bản/tổ dân phố văn hóa, gia đình văn hóa.

+ Duy trì và đẩy mạnh hoạt động truyền thông, tư vấn trực tiếp của đội ngũ cộng tác viên dân số, nhân viên y tế thôn bản khi đến thăm hộ gia đình.

+ Định kỳ bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, kỹ năng truyền thông, cập nhật thông tin về dân số và phát triển cho những người làm công tác truyền thông, đặc biệt là đối với đội ngũ cộng tác viên dân số, nhân viên y tế thôn bản trong các cuộc họp giao ban hàng tháng để tạo điều kiện thuận lợi cho họ thực hiện truyền thông, giáo dục và tư vấn có hiệu quả tại hộ gia đình.

+ Tuyên truyền tạo phong trào cho mọi người dân thường xuyên luyện tập thể dục, thể thao, có lối sống lành mạnh, chế độ dinh dưỡng hợp lý. Tổ chức các cuộc thi thể dục, thể thao quần chúng, loan cuốn đồng dao các tầng lớp cán bộ, nhân dân ở mọi lứa tuổi tham gia. Chú trọng nêu gương những đơn vị, cá nhân, gia đình điển hình.

+ Tăng cường mạng lưới cán bộ phụ trách truyền thông dân số đến cấp quận/huyện, xã/phường; có chính sách ưu đãi đối với các cán bộ làm công tác này.

**6. Mở rộng các hình thức truyền thông, giáo dục thân thiện với vị thành niên, thanh niên; đề cao vai trò, trách nhiệm của gia đình, nhà trường và cộng đồng trong việc phổ biến kiến thức, kỹ năng về dân số, chăm sóc sức khỏe sinh sản, sức khỏe tình dục, giới tính, bình đẳng giới, không kết hôn sớm, không kết hôn cận huyết thống cho vị thành niên, thanh niên.**

- *Phương thức thực hiện:* Phối hợp chặt chẽ với gia đình, nhà trường và các đoàn thể, cộng đồng dân cư trong việc giáo dục, cung cấp các kiến thức, kỹ năng cần thiết cho vị thành niên/thanh niên.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Hỗ trợ và phối hợp với ngành giáo dục, Mặt trận Tổ quốc, Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Liên đoàn Lao động, cộng đồng dân cư để xây dựng và triển khai các mô hình giáo dục hiệu quả, truyền thông chuyên biệt cho vị thành niên/thanh niên như nhóm giáo dục đồng đẳng, câu lạc bộ, góc thân thiện tại các trường phổ thông, trường dạy nghề, các khu dân cư, khu công nghiệp, khu chế xuất, các doanh nghiệp và tại cơ sở cung cấp dịch vụ dân số, sức khỏe sinh sản, kế hoạch hóa gia đình.

Năm 2021: Rà soát các mô hình hiệu quả hiện có dành riêng cho vị thành niên/thanh niên; xây dựng mô hình truyền thông dành cho vị thành niên/thanh niên.

Năm 2022-2024: Triển khai thí điểm và đánh giá sơ bộ để lựa chọn những mô hình hiệu quả cho triển khai rộng rãi.

Từ năm 2025-2030: Triển khai đại trà các mô hình đã được lựa chọn sau khi triển khai thí điểm.

+ Định kỳ hai năm một lần đào tạo lại, đào tạo nâng cao về kỹ năng làm việc với vị thành niên/thanh niên, kỹ năng tư vấn cho người cung cấp dịch vụ dân số, sức khỏe sinh sản, kế hoạch hóa gia đình để bảo đảm cung cấp các dịch vụ mang tính thân thiện, bình đẳng, riêng tư, bảo mật và phù hợp với tâm lý của vị thành niên/thanh niên.

+ Sản xuất các sản phẩm truyền thông và tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể dục, thể thao, giải trí phù hợp với vị thành niên/thanh niên: Hàng năm biên soạn các tài liệu truyền thông như tờ rơi, sách mỏng...; tổ chức các chương trình truyền hình thực tế, các chương trình trò chơi, tọa đàm, giao lưu... trên sóng truyền hình hoặc trên mạng xã hội về các vấn đề liên quan đến dân số và phát triển dành cho vị thành niên/thanh niên.

**7. Đẩy mạnh xã hội hóa công tác truyền thông; huy động sự tham gia, đóng góp phương tiện, nguồn lực của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp cho công tác truyền thông về dân số và phát triển.**

- *Phương thức thực hiện:* Vận động tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực tư nhân và người dân cùng tham gia và đóng góp phương tiện, nguồn lực cho công tác truyền thông dân số và phát triển.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Tìm kiếm, lựa chọn và xây dựng nội dung hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp, các ngành nghề có điều kiện và có thể hỗ trợ cho ngành dân số để nâng cao chất lượng truyền thông, giáo dục về dân số và phát triển ở các cấp, nhất là ở cơ sở.

+ Tổ chức các hội nghị, hội thảo, sản xuất các sản phẩm truyền thông như biên soạn tờ tin, tờ rơi, xây dựng thông điệp truyền hình, thông điệp phát thanh... nhằm vận động cấp ủy Đảng, chính quyền, đoàn thể các cấp ban hành các nghị quyết, chính sách, quy định ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi cho việc tổ chức thực hiện các hoạt động xã hội hóa công tác truyền thông về dân số và phát triển nhằm thu hút các nguồn lực hợp pháp từ mọi thành phần trong xã hội.

+ Tổ chức các cuộc tập huấn, nói chuyện chuyên đề, truyền thông trực tiếp, gián tiếp... nhằm cung cấp, cập nhật kiến thức và huy động sự ủng hộ của cán bộ chính quyền, đoàn thể các cấp đối với các hoạt động xã hội hóa công tác truyền thông về dân số và phát triển.

+ Tổ chức các chiến dịch, hoạt động, sự kiện truyền thông về dân số và phát triển nhân các ngày lễ, kỷ niệm của ngành có sự đóng góp nguồn lực của các tổ chức, doanh nghiệp, tập thể, cá nhân quan tâm.

+ Thường xuyên tuyên truyền trên các loại hình truyền thông về lợi ích của việc đầu tư cho công tác dân số và phát triển nhằm tạo sự đồng thuận, ủng hộ của lãnh đạo chính quyền, ban, ngành, đoàn thể các cấp trong quá trình tổ chức thực hiện cũng như định hướng dư luận cho người dân địa phương.

+ Tạo điều kiện thuận lợi để cho các tập thể, cá nhân, tổ chức tham gia các hoạt động truyền thông về dân số và phát triển trên cơ sở công - tư đều bình đẳng và có lợi.

**8. Đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực, kiến thức, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ truyền thông trong hệ thống dân số và cán bộ truyền thông, báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên các ngành, các cấp.**

- *Phương thức thực hiện:* Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ truyền thông trong hệ thống dân số và cán bộ truyền thông, báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên các ngành, các cấp thông qua tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng tuyên truyền vận động, kỹ năng truyền thông và quản lý các hoạt động truyền thông...

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Cung cấp thông tin cập nhật về dân số và phát triển, chính sách, pháp luật mới ban hành; hướng dẫn về nội dung truyền thông ưu tiên; thông điệp chuẩn của vấn đề, chủ đề dân số cho đội ngũ phóng viên báo chí của cơ quan truyền thông đại chúng, cán bộ truyền thông của các trung tâm, điểm tư vấn các cấp thông qua các hội thảo, các chuyến đi thực tế ở địa phương.

+ Tổ chức tập huấn cập nhật kiến thức kỹ thuật, kỹ năng sử dụng các phương tiện truyền thông hiện đại trên trang tin điện tử, mạng xã hội, qua internet, điện thoại di động, thiết bị chuyên tải thông tin cho đội ngũ nhân viên thực hiện của cơ quan, tổ chức.

+ Trung ương chịu trách nhiệm đào tạo, tập huấn về nghiệp vụ truyền thông cho đội ngũ cán bộ truyền thông cấp tỉnh và bộ, ngành, đoàn thể trung ương. Địa phương chịu trách nhiệm đào tạo, tập huấn cho đội ngũ cán bộ cấp huyện, cấp xã và ban, ngành, đoàn thể địa phương.

+ Biên soạn sách mỏng giới thiệu tóm lược những nội dung chính của Chiến lược Dân số Việt Nam đến năm 2030 và những chủ trương, chính sách mới.



+ Tổ chức tập huấn cho đội ngũ báo cáo viên của Chi cục Dân số các tỉnh/thành phố và cán bộ làm công tác dân số của các bộ, ban ngành, đoàn thể về Chiến lược Dân số Việt Nam đến năm 2030 và những chủ trương, chính sách mới.

**9. Đẩy mạnh hợp tác quốc tế, huy động sự hỗ trợ về tài chính, kỹ thuật, kinh nghiệm triển khai các chương trình truyền thông về dân số và phát triển của các tổ chức quốc tế và chính phủ các nước.**

- *Phương thức thực hiện:* Tăng cường hợp tác quốc tế với các tổ chức quốc tế, các nước để tranh thủ sự hỗ trợ nguồn lực, kinh nghiệm triển khai các chương trình truyền thông về dân số và phát triển.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Trao đổi, chia sẻ, học tập kinh nghiệm với các nước có tình trạng tương đồng; những vấn đề dân số mà các quốc gia đó đã trải qua và đang xảy ra tại Việt Nam.

+ Tranh thủ hỗ trợ kỹ thuật của các chuyên gia quốc tế trong việc triển khai thực hiện Kế hoạch hành động.

+ Huy động nguồn viện trợ và các nguồn tài chính hợp pháp khác để triển khai Kế hoạch hành động.

**10. Tăng cường kiểm tra, giám sát, hỗ trợ kỹ thuật định kỳ và đột xuất; đề xuất các giải pháp tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, kịp thời tuyên dương, nhân rộng các điển hình tiên tiến trong quá trình triển khai thực hiện Kế hoạch hành động.**

- *Phương thức thực hiện:* Hàng năm thành lập các đoàn liên ngành đi kiểm tra, giám sát hỗ trợ định kỳ và đột xuất tại các địa bàn triển khai Kế hoạch hành động.

- *Các hoạt động chủ yếu:*

+ Tổ chức định kỳ và đột xuất các chuyến đi kiểm tra, giám sát với sự tham gia của các bộ, ban ngành, đoàn thể liên quan như Mặt trận Tổ quốc, Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Liên đoàn lao động...

+ Tổ chức các lớp tập huấn ngắn hạn về kiểm tra, giám sát hỗ trợ cho đội ngũ cán bộ truyền thông ở cơ sở.

+ Xây dựng và cung cấp biểu mẫu báo, phiếu giám sát cho địa phương.

## **V. KINH PHÍ VÀ CƠ CHẾ QUẢN LÝ ĐIỀU HÀNH**

### **1. Nguồn đầu tư**

Kinh phí thực hiện Kế hoạch hành động do ngân sách nhà nước bảo đảm theo phân cấp ngân sách, được bố trí trong dự toán chi thường xuyên của các cơ quan, đơn vị được giao nhiệm vụ thực hiện công tác dân số theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và từ các nguồn kinh phí hợp pháp khác. Dự kiến tổng kinh phí là 3535,7 tỷ đồng, trong đó:

- Ngân sách Trung ương bảo đảm chi cho các hoạt động thực hiện tại Trung ương và có tác động đến nhiều địa phương như đào tạo, tập huấn, hội thảo, hội nghị, giao lưu, tọa đàm, tổ chức sự kiện truyền thông; xây dựng, thí điểm tài liệu, mô hình truyền thông mẫu; tổ chức các cuộc thi tuyên truyền về dân số và phát

triển... Chi một phần cho các hoạt động tại địa phương theo nhu cầu cụ thể hàng năm của công tác truyền thông dân số và phát triển.

- Ngân sách địa phương chi cho các hoạt động truyền thông dân số và phát triển tùy theo nhu cầu, đặc điểm tình hình cụ thể tại địa phương.

- Nguồn vốn viện trợ và nguồn hợp pháp khác được sử dụng có hiệu quả theo đề xuất của nhà tài trợ và nhu cầu thực tế của công tác truyền thông dân số và phát triển.

## **2. Cơ chế phối hợp và quản lý điều hành**

- Cơ chế quản lý và điều hành Kế hoạch hành động thực hiện theo các quy định về quản lý, điều hành các chương trình, đề án và các quy định hiện hành khác liên quan. Cam kết sử dụng có hiệu quả kinh phí hỗ trợ từ trung ương, bố trí kinh phí từ ngân sách địa phương và huy động kinh phí từ các nguồn hợp pháp khác.

- Tại Trung ương, Bộ Y tế giao Tổng cục Dân số-Kế hoạch hóa gia đình chủ trì trong quản lý, điều hành và tổ chức, hướng dẫn các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng kế hoạch hoạt động chi tiết. Tổng cục Dân số-Kế hoạch hóa gia đình chủ trì phối hợp với các bộ, ngành liên quan, ban chỉ đạo công tác dân số các cấp kiểm tra giám sát các hoạt động của Kế hoạch hành động cũng như việc thi hành các chính sách hỗ trợ tại địa phương.

- Tại địa phương, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương: chủ động ban hành Kế hoạch Truyền thông Dân số đến năm 2030 bảo đảm phù hợp với điều kiện cụ thể của địa phương và theo định hướng của Kế hoạch hành động thực hiện Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030 do Bộ Y tế ban hành; chủ động huy động và phân bổ nguồn lực, khai thác lợi thế của địa phương để đẩy nhanh tiến độ thực hiện mục tiêu của Kế hoạch Truyền thông Dân số đến năm 2030; lãnh đạo, chỉ đạo và huy động mọi lực lượng tại địa phương tham gia thực hiện Kế hoạch Truyền thông Dân số đến năm 2030; lồng ghép nội dung Kế hoạch Truyền thông Dân số đến năm 2030 với chương trình y tế - dân số và các chương trình khác đang thực hiện trên địa bàn (từ khâu xây dựng kế hoạch đến khâu tổ chức thực hiện và giám sát, đánh giá); thường xuyên kiểm tra việc thực hiện tại địa phương; thực hiện chế độ báo cáo định kỳ về kết quả thực hiện theo quy định hiện hành.

- Cơ chế phối hợp với bộ, ban, ngành, đoàn thể là cùng thực hiện nhiệm vụ chính trị chung của đất nước; kinh phí từ chương trình mục tiêu y tế, dân số hỗ trợ một phần cùng kinh phí của ban, ngành, đoàn thể có mạng lưới đến cơ sở thực hiện hoạt động, mô hình truyền thông cho thành viên và nhân dân trên địa bàn.

- Cơ chế hợp tác với cơ quan truyền thông đại chúng là cùng thực hiện nhiệm vụ chính trị chung của đất nước; khuyến khích cơ quan truyền thông đại chúng thực hiện các hoạt động có ảnh hưởng tích cực đến công tác truyền thông dân số và phát triển; lựa chọn những bài hay, ảnh đẹp, sản phẩm có sức thuyết phục để tuyên truyền, phổ biến rộng rãi cho các nhóm đối tượng.

## **3. Kinh phí thực hiện: Có phụ lục chi tiết kèm theo.**

## VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Bộ Y tế:

- Chủ trì triển khai Kế hoạch hành động trên phạm vi cả nước, bảo đảm gắn kết chặt chẽ với các chiến lược, chương trình, dự án liên quan do các bộ, ngành khác chủ trì thực hiện.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan tổ chức khen thưởng đối với các tập thể, cá nhân có thành tích tiêu biểu, xuất sắc trong công tác truyền thông dân số.

- Rà soát đề sửa đổi, bổ sung theo thẩm quyền hoặc kiến nghị cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung hệ thống pháp luật, chính sách liên quan đến truyền thông dân số cho phù hợp với yêu cầu của từng giai đoạn phát triển; hướng dẫn, kiểm tra, tổng hợp tình hình thực hiện Kế hoạch hành động và định kỳ báo cáo Thủ tướng Chính phủ; tổ chức sơ kết vào cuối năm 2025 và tổng kết việc thực hiện vào cuối năm 2030.

- Phối hợp với bộ Thông tin và Truyền thông chỉ đạo định hướng các cơ quan thông tấn báo chí, xuất bản và hệ thống thông tin cơ sở tổ chức các hoạt động thông tin, tuyên truyền, phổ biến, giáo dục về các nội dung liên quan đến dân số và phát triển; xử lý nghiêm những hành vi xuất bản các ấn phẩm, sản phẩm có nội dung vi phạm chính sách dân số.

- Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo và bộ, ngành liên quan tổ chức đào tạo cho giáo viên, giảng viên trong trường học về giới, giới tính, dân số, sức khỏe sinh sản, bình đẳng giới và tổ chức giảng dạy nội dung này cho học sinh, sinh viên.

- Phối hợp với các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ khác và ban ngành liên quan tổ chức triển khai Kế hoạch hành động trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ đã được giao.

- Hướng dẫn Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng và triển khai Kế hoạch truyền thông của địa phương trên cơ sở các nội dung định hướng của Kế hoạch hành động phù hợp với điều kiện, đặc điểm tình hình cụ thể của từng địa phương.

- Phối hợp với Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Trung ương Hội Nông dân Việt Nam, Trung ương Hội Người cao tuổi Việt Nam, Hội Kế hoạch hóa gia đình Việt Nam và các tổ chức thành viên khác của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức xã hội trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình, tham gia tổ chức triển khai Kế hoạch hành động; đẩy mạnh công tác truyền thông, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức về dân số và phát triển cho cán bộ hội, hội viên, đoàn viên và cộng đồng./.

**DANH SÁCH**

**Các bộ, ngành, đoàn thể gửi Quyết định ban hành Kế hoạch hành động thực hiện  
Chương trình Truyền thông Dân số đến năm 2030**  
(Kèm theo Quyết định số /QĐ-BYT ngày tháng năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Y tế)

**I. Các cơ quan ở trung ương:**

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư
2. Bộ Tài chính
3. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội
4. Bộ Giáo dục và Đào tạo
5. Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch
6. Bộ Thông tin và Truyền thông
7. Bộ Khoa học và Công nghệ
8. Bộ Tài nguyên và Môi trường
9. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
10. Ủy ban Dân tộc
11. Đài Tiếng Nói Việt Nam
12. Đài Truyền hình Việt Nam
13. Thông tấn xã Việt Nam

**II. Tổ chức chính trị - xã hội**

1. Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam
2. Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam
3. Trung ương Hội Nông dân Việt Nam
4. Tổng Liên đoàn lao động Việt Nam
5. Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh
6. Trung ương Hội Người cao tuổi Việt Nam
7. Hội Kế hoạch hóa gia đình Việt Nam