

**BỘ Y TẾ
TỔNG CỤC DÂN SỐ-
KẾ HOẠCH HOÁ GIA ĐÌNH**

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 131/TCDS-TTGD

Hà Nội, ngày 20 tháng 3 năm 2012

V/v hướng dẫn thực hiện công tác truyền
thông DS-KHHGD năm 2012

Kính gửi: Chi cục Dân số - Kế hoạch hoá gia đình
các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

Căn cứ Chiến lược Dân số và Sức khỏe sinh sản Việt Nam giai đoạn 2011-2020 đã được Thủ tướng chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2013/QĐ-TTg, ngày 14/11/2011, Chương trình hành động truyền thông chuyển đổi hành vi về Dân số - KHHGD giai đoạn 2011-2015 đã được Lãnh đạo Bộ Y tế phê duyệt tại quyết định số 4669/QĐ-BYT ngày 13/12/2011 thực hiện Chiến lược, Tổng cục Dân số - Kế hoạch hoá gia đình (DS-KHHGD) hướng dẫn Chi cục DS-KHHGD các tỉnh/thành phố thuộc và trực thuộc Trung ương thực hiện kế hoạch truyền thông về DS-KHHGD năm 2012 như sau:

I. Mục tiêu

Đẩy mạnh các hoạt động vận động, truyền thông giáo dục chuyển đổi hành vi về DS-KHHGD nhằm tăng cường sự tham gia và tạo sự đồng thuận của toàn xã hội đối với các vấn đề DS-KHHGD, tạo ra một sự chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức, thái độ, hành vi của các nhóm đối tượng, góp phần nâng cao chất lượng dân số và giảm thiểu tình trạng mất cân bằng giới tính khi sinh, phát huy lợi thế cơ cấu dân số vàng; đạt được mức sinh thay thế và duy trì mức sinh thấp hợp lý.

II. Đối tượng

1- Đối tượng truyền thông chuyển đổi hành vi gồm : Phụ nữ mang thai, phụ nữ, nam giới và các cặp vợ chồng trong độ tuổi sinh đẻ; người chưa thành niên và thanh niên; người cao tuổi; phụ nữ và nam giới thuộc nhóm dân di cư, dân tộc thiểu số...

2- Đối tượng tuyên truyền vận động là lãnh đạo Đảng, chính quyền, các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản lý các cấp.

3. Đối tượng huy động cộng đồng: Nội dung truyền thông các tổ chức chính trị - xã hội các cấp, những người có uy tín trong cộng đồng, dòng họ, gia đình (trưởng họ, trưởng tộc, già làng, trưởng bản, chức sắc tôn giáo...); những người nổi tiếng trong các lĩnh vực xã hội, văn hóa nghệ thuật, thể dục thể thao...

III. Nội dung truyền thông:

1. Về nâng cao chất lượng dân số:

Truyền thông về lợi ích của sàng lọc trước sinh và sơ sinh, địa điểm và nơi nhận dịch vụ, lợi ích của khám sức khỏe tiền hôn nhân, của chăm sóc sức

khỏe sinh sản vị thành niên và thanh niên. Đối với các tỉnh miền núi, truyền thông về tác hại của tảo hôn và hôn nhân cận huyết thống đối với sức khỏe bà mẹ, trẻ em và nòi giống, vận động kết hôn theo đúng tuổi luật định.

2. Về cơ cấu dân số

2.1 Giảm thiểu mất cân bằng giới tính khi sinh

Truyền thông về thực trạng giới tính khi sinh tại địa phương; những hệ lụy của mất cân bằng giới tính khi sinh, mọi hành vi lựa chọn giới tính thai nhi là vi phạm pháp luật, nâng cao nhận thức về bình đẳng giới, phê phán những hủ tục lạc hậu trọng nam hơn nữ, những hành vi bạo hành trong gia đình, nêu gương những gia đình, dòng họ tạo mọi điều kiện cho con gái học tập và vươn lên trong cuộc sống...

2.2 Phát huy lợi thế cơ cấu dân số vàng

Cung cấp các thông tin, số liệu về dân số trong độ tuổi lao động tại địa phương, tình hình di biến động dân cư, dự báo số lượng bước vào tuổi lao động cho năm tiếp theo, số người bước vào tuổi 60 và tỷ lệ trên tổng dân số địa phương... cho lãnh đạo Đảng chính quyền địa phương.

3 Về qui mô dân số

Đối với tỉnh chưa đạt mức sinh thay thế: tiếp tục các nội dung, thông điệp tuyên truyền để giảm sinh nhằm đạt mức sinh thay thế bình quân trong toàn tỉnh, truyền thông về lợi ích của KHHGD, qui mô gia đình, gia đình hai con.; không đẻ sớm, đẻ dày,

Đối với những tỉnh đã đạt mức sinh thay thế hoặc dưới mức sinh thay thế:: tập trung vào truyền thông nâng cao chất lượng dân số, giảm thiểu mất cân bằng giới tính khi sinh.

4. Về tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai

Tuyên truyền, phổ biến chủ trương của Tổng cục DS-KHHGD về Tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai để người dân chấp nhận chi trả một phần chi phí.

Tuyên truyền về sự thuận tiện của mua tiếp thị các phương tiện tránh thai. Đây là loại phương tiện tránh thai có chất lượng tốt, đã qua kiểm nghiệm và được nhà nước trợ giá.

5. Tiếp tục phát tờ rơi, giới thiệu về Tổng đài tư vấn 1900571265 của Tổng cục DS-KHHGD.

V. Các hoạt động truyền thông chính

1. Truyền thông thường xuyên tại các cấp

- Chi cục Dân số, Kế hoạch hóa gia đình cấp tỉnh:

+ Xây dựng kế hoạch truyền thông của tỉnh năm 2012 và hướng dẫn trung tâm DS-KHHGD các quận huyện và cấp xã tổ chức thực hiện;

+ Phối hợp với các ban ngành đoàn thể tại địa phương lồng ghép nội dung DS-KHHGD trong các hoạt động trên cơ sở phát huy lợi thế của từng ngành, đoàn thể; đưa nội dung DS-KHHGD vào giảng dạy tại các trường chính trị của tỉnh; phối hợp với Sở Giáo dục và Đào tạo tổ chức hoạt động ngoại khóa về DS-KHHGD tại các trường THPT.

+ Xây dựng các chuyên trang, chuyên mục trên Đài PT-TH tỉnh, báo tỉnh.

+ Tuyên truyền kế hoạch tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai: Đối với các tỉnh đã đạt mức sinh thay thế cần đẩy mạnh truyền thông chuyển hành vi khách hàng từ chờ cung cấp phương tiện tránh thai miễn phí sang mua tiếp thị xã hội. Thông điệp chủ yếu là:

Mua phương tiện tránh thai để sử dụng là một hành vi bền vững.

Tiếp thị xã hội phương tiện tránh thai nhằm chia sẻ gánh nặng với nhà nước.

+ Tổ chức các cuộc mít tinh, tọa đàm, hội thảo... nhân ngày Dân số thế giới 11/7 và Tháng hành động vì Dân số Việt Nam 26/12.

+ Thường xuyên cung cấp thông tin cho lãnh đạo địa phương về tình hình dân số-kế hoạch hóa gia đình; phát hiện kịp thời những vấn đề nảy sinh để có những giải pháp phù hợp.

+ Sản xuất, nhân bản và phân phối các sản phẩm truyền thông cho cấp huyện, xã. Ngoài việc nhân bản phân phối các sản phẩm do trung ương gửi, chi cục DS-KHHGD xác định các vấn đề ưu tiên và sản xuất các sản phẩm truyền thông cho phù hợp.

+ Tổ chức tập huấn về kỹ năng truyền thông cho tuyến huyện và xã.

- Trung tâm DS-KHHGD các quận huyện:

+ Xây dựng kế hoạch truyền thông của quận/huyện năm 2012 và hướng dẫn cấp xã tổ chức thực hiện.

+ Xây dựng các chuyên mục về DS-KHHGD trên đài phát thanh huyện.

+ Tổ chức các cuộc mít tinh, tọa đàm, hội nghị chia sẻ kinh nghiệm giữa các cá nhân, tập thể điển hình, tổ chức các đợt truyền thông lưu động nhân ngày Dân số thế giới 11/7 và Tháng hành động vì Dân số Việt Nam 26/12.

+ Tuyên truyền kế hoạch tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai.

+ Làm mới, sửa chữa các pa nô, áp phích trên địa bàn huyện.

- Ban DS-KHHGD cấp xã

+ Tổ chức truyền thông trên địa bàn xã nhân ngày Dân số thế giới 11/7 và Tháng hành động vì Dân số Việt Nam 26/12.

+ Tổ chức nói chuyện chuyên đề cho các nhóm đối tượng: Phụ nữ trong độ tuổi sinh đẻ và phụ nữ mang thai, thanh niên và vị thanh niên, nam giới chủ hộ gia đình, người cao tuổi, người có uy tín trong cộng đồng.

- + Kẻ vẽ khẩu hiệu tuyên truyền.
- + Tuyên truyền vận động trực tiếp tại hộ gia đình.
- + Tích cực quảng bá tiếp thị xã hội các phương tiện tránh thai.
- + Định kỳ, hàng tuần đưa các thông tin về DS-KHHGD trên hệ thống loa truyền thanh xã.

Các xã triển khai đề án 52, các đề án nâng cao chất lượng dân số, giảm thiểu mất cân bằng giới tính khi sinh, mô hình chăm sóc sức khỏe cho người cao tuổi thực hiện theo hướng dẫn cụ thể.

2. Truyền thông tăng cường

2.1 Chiến dịch truyền thông lồng ghép

Thực hiện theo hướng dẫn chi tiết về triển khai chiến dịch năm 2012 của Tổng cục DS-KHHGD; đảm bảo nguyên tắc truyền thông trước, trong và sau chiến dịch nhằm huy động tối đa khách hàng và tạo ra một khí thế sôi nổi tại địa bàn.

2.2 Truyền thông tại địa bàn có mức sinh cao

Tại các xã có mức sinh cao, xã đông dân, mức sinh chưa ổn định và tỷ lệ sử dụng các biện pháp tránh thai hiện đại thấp của 28 tỉnh chưa đạt mức sinh thay thế, cần đẩy mạnh truyền thông trực tiếp, tư vấn tại hộ gia đình để nâng cao hiểu biết cụ thể cho đối tượng, thúc đẩy sử dụng các dịch vụ chăm sóc SKSS/KHHGD trong mỗi gia đình và cả cộng đồng; tập trung ưu tiên cho các cặp vợ chồng trong độ tuổi sinh đẻ, các cặp vợ chồng có hai con một bé, nam giới chủ hộ gia đình, vị thành niên và thanh niên.

Tổ chức các đợt chiếu phim lưu động, các chương trình nghệ thuật tuyên truyền về DS-KHHGD thông qua các đội thông tin lưu động của tỉnh hoặc phòng văn hóa thông tin huyện. Các hoạt động nên gắn với các lễ hội sinh hoạt tại cộng đồng để thu hút sự tham gia của các đối tượng.

2.3 Truyền thông tại các xã có đông người dân tộc thiểu số

Tăng cường công tác truyền thông tại các tỉnh có đông đồng bào dân tộc thiểu số, đặc biệt là các tỉnh có người dân tộc H'mông, Khmer thường gặp khó khăn nhiều nhất: tỷ lệ sinh còn cao, chất lượng dân số thấp, hiện tượng tảo hôn và hôn nhân cận huyết thống còn phổ biến, kinh tế còn khó khăn, điều kiện giao thông không thuận lợi. Đẩy mạnh truyền thông trực tiếp, tư vấn tại hộ gia đình để nâng cao hiểu biết cụ thể cho đối tượng, thúc đẩy sử dụng các dịch vụ chăm sóc SKSS/KHHGD trong mỗi gia đình và cả cộng đồng. Tăng cường các hoạt động truyền thông lồng ghép với các lễ hội sinh hoạt cộng đồng: phiên chợ vùng cao... Tổ chức biểu dương các gia đình thực hiện tốt chính sách DS-KHHGD. Vận động sự tham gia của các trưởng tộc, trưởng bản, người có uy tín trong cộng

đồng, chức sắc tôn giáo tham gia, ủng hộ các hoạt động, các chương trình dân số triển khai tại địa phương.

(Xem danh sách 21 tỉnh có đông đồng bào dân tộc thiểu số kèm theo)

2.4 Truyền thông đến đối tượng khó tiếp cận.

Thực hiện tư vấn qua điện thoại, tư vấn qua thư, tư vấn qua internet và tư vấn cộng đồng cho các đối tượng là người di cư, thanh niên trong các khu công nghiệp.

Tổ chức truyền thông tại các khu nhà trọ, các xã, phường, có đông người lao động nhập cư hoặc lao động theo thời vụ, các khu công nghiệp, khu chế xuất theo thời gian phù hợp với điều kiện lao động.

2.5 Liên hoan tuyên truyền viên dân số

Liên hoan TTV dân số tổ chức theo 3 cấp huyện, tỉnh và trung ương.

Huyện và tỉnh tổ chức vào tháng 7,8 gắn với các hoạt động kỷ niệm ngày Dân số thế giới 11/7.

Trung ương tổ chức liên hoan khu vực vào tháng 9, 10/2012 và liên hoan toàn quốc vào tháng 11 để khởi đầu cho tháng hành động nhân ngày Dân số Việt Nam. Các nội dung chi tiết tại tỉnh sẽ có hướng dẫn riêng.

3. Truyền thông trong Đề án 52 và trong các mô hình về DS-KHHGD

Thực hiện theo hướng dẫn cụ thể của Đề án 52, Mô hình sàng lọc trước sinh sơ sinh, mô hình khám sức khoẻ tiền hôn nhân, Mô hình chăm sóc người cao tuổi dựa vào cộng đồng.

4. Tập huấn, hội thảo nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ truyền thông:

Tổng cục DS-KHHGD sẽ tổ chức tập huấn giảng viên tuyển tỉnh về phương pháp chuyển thể, phát triển tài liệu truyền thông và hội thảo về Chương trình hành động truyền thông chuyển đổi hành vi DS-KHHGD giai đoạn 2011 – 2015 cho lãnh đạo chi cục DS-KHHGD phụ trách công tác truyền thông và trưởng phòng truyền thông (dự kiến quý 2 – quý 3/2012) nhằm nâng cao năng lực quản lý và tổ chức thực hiện các hoạt động truyền thông tại địa phương một cách hiệu quả. Giấy triệu tập sẽ được gửi trước thời gian tập huấn 2-3 tuần.

V. Tổ chức thực hiện

1. Xây dựng và hướng dẫn thực hiện kế hoạch

Ngay sau khi nhận được văn bản này, Chi cục DS-KHHGD các tỉnh, thành phố xây dựng kế hoạch truyền thông 2012 và gửi về Tổng cục DS-KHHGD trước ngày 15/4/2012.

Khả năng kinh phí chương trình mục tiêu quốc gia DS-KHHGD phân bổ cho các địa phương sẽ chậm so với những năm trước, đề nghị Chi cục DS-

KHHGD sớm chủ động triển khai các hoạt động bằng nguồn kinh phí tạm ứng của tỉnh.

2. Giám sát và đánh giá

Tổng cục DS-KHHGD sẽ định kỳ hoặc đột xuất giám sát công tác truyền thông các tỉnh, thành phố. Các tỉnh thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giám sát địa phương thực hiện kế hoạch.

3. Báo cáo

Chi cục DS-KHHGD các tỉnh, thành phố gửi báo cáo kết quả thực hiện hàng quý, hàng năm trong tuần thứ tư của tháng cuối quý và định kỳ 6 tháng gửi các sản phẩm truyền thông (băng đĩa, tờ rơi...) do địa phương sản xuất về Tổng cục DS-KHHGD (Vụ Truyền thông - Giáo dục).

Trong trường hợp có khó khăn, đề nghị báo cáo ngay về Tổng Cục DS-KHHGD (Vụ Truyền thông - Giáo dục); điện thoại 04.37334426 (*tổ địa phương*), 04.38235808 (*tổ kế hoạch*) để có biện pháp khắc phục. *qu*

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lãnh đạo Tổng cục;
- Lưu: VT, TTGD (05 bản).



Dương Quốc Trọng

Phụ lục:

HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TRONG CHIẾN DỊCH TĂNG CƯỜNG TRUYỀN THÔNG VÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ ĐẾN VÙNG KHÓ KHĂN.

(Kèm theo công văn số: 134/TCDS-TTGD, ngày 20 tháng 3 năm 2012)

1. Cấp xã

Hoạt động tuyên truyền trước chiến dịch, thời gian 3-5 ngày, bao gồm:

- Chuẩn bị tài liệu, ấn phẩm truyền thông để tổ chức tuyên truyền và cấp cho các nhóm đối tượng (áp phích, tờ rơi/tờ gấp, tranh lật, tranh vải, băng cattsette...)

- Tổ chức tuyên truyền nhóm, thăm vận động tại gia đình, nói chuyện chuyên đề, sinh hoạt câu lạc bộ, cuộc thi giao lưu, diễn đàn cho các nhóm đối tượng.

- Tổ chức tuyên truyền, cổ động, biểu diễn văn nghệ, chiếu phim, chiếu video, tuyên truyền trên báo, tạp chí, đài phát thanh, đài truyền hình, loa truyền thanh....

Hoạt động tuyên truyền trong chiến dịch, thời gian 3-5 ngày, bao gồm:

- Tổ chức lễ ra quân, cổ động diễu hành, xây dựng hệ thống băng roll, áp phích, bảng tin tuyên truyền và tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Tổ chức tuyên truyền nhóm, tư vấn nhóm, tư vấn cá nhân tại điểm cung cấp dịch vụ DS-KHHGD.

- Tổ chức chiếu video, đối thoại trao đổi, phát tờ rơi/tờ gấp cho các nhóm đối tượng tham gia nhận dịch vụ DS-KHHGD.

Hoạt động tuyên truyền sau chiến dịch thời gian 3-5 ngày bao gồm:

- Tổ chức tuyên truyền trên báo, tạp chí, đài phát thanh, đài truyền hình

- Tổ chức hội nghị sơ kết, biểu dương các tập thể và cá nhân tiêu biểu trong chiến dịch

2. Cấp huyện

Hoạt động tuyên truyền trước chiến dịch, thời gian 3-5 ngày, bao gồm:

- Cung cấp tài liệu và sản phẩm truyền thông cho các xã (áp phích, tờ rơi/tờ gấp, tranh lật, tranh vải, băng cattsette...)

- Tổ chức tuyên truyền, cổ động, biểu diễn văn nghệ, chiếu phim, chiếu video tại xã; tuyên truyền trên báo, tạp chí, đài phát thanh, đài truyền hình, loa truyền thanh huyện....

Hoạt động tuyên truyền trong chiến dịch, thời gian 3-5 ngày, bao gồm:

- Tổ chức lễ ra quân, cổ động diễu hành, xây dựng hệ thống băng roll, áp phích, bảng tin tuyên truyền và tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Tổ chức hội nghị, hội thảo, chuyên đề cho các nhà quản lý các nhà lãnh đạo, nhóm đối tượng đích.

- Tổ chức chiếu video, đội tuyên truyền lưu động, ca múa dân gian tại xã.

Hoạt động tuyên truyền sau chiến dịch thời gian 3-5 ngày bao gồm:

- Tổ chức tuyên truyền trên báo, tạp chí, đài phát thanh, đài truyền hình

- Tổ chức hội nghị sơ kết, biểu dương các tập thể và cá nhân tiêu biểu trong chiến dịch

3. Cấp tỉnh

- Tuyên truyền về chiến dịch trên các phương tiện thông tin đại chúng (báo, đài phát thanh truyền hình tỉnh).

- Hướng dẫn nội dung tuyên truyền, tư vấn, sản xuất, cung cấp tờ rơi cho địa phương

- Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng truyền thông, tư vấn trực tiếp cho đội ngũ cán bộ tham gia cung cấp dịch vụ và cán bộ chuyên trách, cộng tác viên dân số tuyến cơ sở.

Phụ lục:
DANH SÁCH 21 TỈNH CÓ ĐÔNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC THIỂU SỐ
ĐƯỢC HỖ TRỢ KINH PHÍ TRUYỀN THÔNG NĂM 2011
(Kèm theo công văn số: 131TCDS-TTGD, ngày 20 tháng 3 năm 2012)

1. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Lai Châu
2. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Điện Biên
3. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Sơn La
4. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Hòa Bình
5. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Cao Bằng
6. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Lào Cai
7. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Yên Bái
8. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Hà Giang
9. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Bắc Cạn
10. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Thái Nguyên
11. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Bắc Ninh
12. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Nghệ An
13. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Hà Tĩnh
14. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Quảng Trị
15. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Ninh Thuận
16. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Gia Lai
17. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Kon Tum
18. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Đắk Lắk
19. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Đắk Nông
20. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Lâm Đồng
21. Chi cục DS-KHHGD tỉnh Bình Phước