

Vai trò của truyền thông trong triển khai các chính sách về ứng phó với già hóa dân số tại Việt Nam

LÊ PHƯƠNG THẢO

173 Đình thôn, Mỹ Đình 1, Nam Từ Liêm, Hà Nội; Email: lephuongthao8620@gmail.com

Tóm tắt: Trước thực trạng già hóa dân số, Việt Nam đã chuyển trọng tâm chính sách dân số từ kiểm soát sinh sang khuyến khích sinh, đồng thời tăng cường các chính sách chăm sóc sức khỏe và bảo đảm an sinh xã hội cho người cao tuổi. Trong quá trình thực thi chính sách, truyền thông giữ vai trò cầu nối hai chiều giữa Nhà nước và người dân, định hướng nhận thức, thay đổi hành vi và tiếp nhận kinh nghiệm quốc tế. Để phát huy vai trò truyền thông chính sách ứng phó với già hóa dân số, bài viết đề xuất các yêu cầu trọng tâm gồm: tăng cường năng lực đội ngũ truyền thông, hoàn thiện chiến lược gắn với hành lang pháp lý, đổi mới nội dung, đa dạng hóa phương tiện truyền thông, thúc đẩy hợp tác liên ngành và quốc tế.

Từ khóa: già hóa dân số; truyền thông; chính sách; người cao tuổi.

1. Bối cảnh già hóa dân số tại Việt Nam và các chính sách ứng phó

Liên Hợp Quốc đã tuyên bố năm 1999 là "Năm của Người cao tuổi", qua đó công nhận và khẳng định lại những gì các nhà nhân khẩu học và nhiều người khác đã biết trong nhiều thập kỷ: dân số toàn cầu đang già đi và già đi với tốc độ chưa từng có⁽¹⁾. Theo Tổng Cục thống kê, Việt Nam đã bắt đầu quá trình già hóa từ năm 2011 và là một trong số các quốc gia có tốc độ già hóa dân số nhanh nhất thế giới với 14,2 triệu người trên 60 tuổi vào năm 2024, tăng 2,8 triệu người (tương ứng gấp 1,25 lần) so với năm 2019 và tăng 4,7 triệu người (tương ứng gấp 1,5 lần) so với năm 2014⁽²⁾. Nguyên nhân chính của già hóa là tuổi thọ người dân tăng cao và mức sinh giảm. Kết quả Điều tra dân số và nhà ở giữa kỳ năm 2024 cho thấy, tuổi thọ bình quân năm 2024 của cả nước là 74,7 tuổi, tăng 1,1 tuổi so với năm 2019 trong khi đó, tổng tỷ suất sinh (TFR) giảm nhanh chóng xuống 1,91 con/phụ nữ, dưới mức sinh thay thế⁽³⁾.

Hệ quả trực tiếp của quá trình già hóa dân số là gánh nặng an sinh xã hội và y tế ngày càng lớn, lực lượng lao động có nguy cơ thiếu hụt trong tương lai. Để ứng phó với thách thức này, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách nhằm thích ứng với quá trình già hóa dân số, bảo đảm an sinh xã hội và duy trì ổn định lực lượng lao động.

Thứ nhất, trước thực trạng mức sinh giảm dưới mức thay thế, Đảng và Nhà nước đã chuyển hướng trọng tâm từ kiểm soát sinh sang khuyến khích sinh. Nghị quyết số 21-NQ/TW năm 2017 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng đã đề ra chủ trương duy trì ổn định mức sinh thay thế và chuyển trọng tâm chính sách dân số từ kế hoạch

hóa gia đình sang dân số và phát triển. Trên cơ sở đó, những nỗ lực trong việc ban hành các chính sách khuyến sinh đã được triển khai mạnh mẽ. Cụ thể, Pháp lệnh 07/2025/UBTVQH15 (có hiệu lực từ ngày 3/6/2025) đã chính thức bãi bỏ quy định về số con cụ thể, cho phép các cặp vợ chồng tự quyết định số con. Song song với đó, Dự thảo Luật Dân số cũng đang được Bộ Y tế soạn thảo với cấu trúc gồm 06 chương và 35 điều, nhằm quy định toàn diện các vấn đề về quy mô, cơ cấu và nâng cao chất lượng dân số⁽⁴⁾. Các nội dung trọng tâm của dự thảo bao gồm nhiều biện pháp cụ thể để điều chỉnh mức sinh như hỗ trợ tài chính một lần khi phụ nữ sinh con thứ hai ở vùng mức sinh thấp, miễn giảm học phí và hỗ trợ nhà ở xã hội cho cặp vợ chồng sinh đủ hai con. Ngoài ra, theo Hướng dẫn số 15-HD/UBKTTW (ban hành ngày 20/03/2025) Bộ Chính trị đã thống nhất chủ trương không kỷ luật Đảng viên sinh con thứ 3 trở lên. Chính sách này được đánh giá là một bước ngoặt quan trọng nhằm thích ứng linh hoạt trước những biến động về cơ cấu dân số và yêu cầu phát triển bền vững trong tình hình mới. Thêm vào đó, theo Nghị định 207/2025/NĐ-CP (có hiệu lực từ ngày 1/10/2025), phụ nữ độc thân tại Việt Nam sẽ có quyền tiếp cận kỹ thuật hỗ trợ sinh sản nếu có nhu cầu và nguyện vọng chính đáng.

Thứ hai, song song với các nỗ lực nâng mức sinh, Việt Nam cũng đang triển khai nhiều chính sách chăm sóc sức khỏe và phúc lợi cho người cao tuổi. Luật Người cao tuổi 2009 và các văn bản dưới luật đã xác lập khung pháp lý cho công tác chăm sóc người cao tuổi, quy định người từ 60 tuổi trở lên được ưu tiên chăm sóc sức khỏe, trợ giúp xã hội và tham gia hoạt động văn hóa, giáo dục phù hợp. Trên cơ sở đó, Chính phủ Phê duyệt "Chương

trình hành động quốc gia về người cao tuổi giai đoạn 2021-2030^[1] (Quyết định 2156/QĐ-TTg ngày 21/12/2021) nhằm huy động toàn xã hội chăm lo đời sống vật chất, tinh thần cho người cao tuổi. Mục tiêu đến năm 2030, 100% người cao tuổi có thể bảo hiểm y tế và khi ốm đau, dịch bệnh 100% người cao tuổi được khám chữa bệnh và hưởng sự chăm sóc của gia đình và cộng đồng. Song song với đó, nhằm củng cố hệ thống dịch vụ y tế cho người cao tuổi, ngày 13/10/2020, Chính phủ cũng đã Phê duyệt □Chương trình Chăm sóc sức khỏe người cao tuổi đến năm 2030□(Quyết định 1579/QĐ-TTg). Trong đó, yêu cầu mỗi tỉnh thành phải có ít nhất 1 bệnh viện hoặc khoa lão khoa, 100% người cao tuổi được khám sức khỏe định kỳ ít nhất 1 lần/năm và 90% số xã, phường, thị trấn có ít nhất 01 câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe người cao tuổi cùng ít nhất 01 đội tình nguyện viên tham gia chăm sóc sức khỏe người cao tuổi.

Thứ ba, bên cạnh chăm sóc y tế, việc đảm bảo an sinh xã hội cho người cao tuổi cũng là một mối quan tâm lớn của Đảng và Nhà nước. Theo đó, từ ngày 01/7/2025, Luật Bảo hiểm xã hội 2024 có hiệu lực với nhiều điều chỉnh quan trọng, trong đó đáng chú ý là việc mở rộng diện bao phủ Trợ cấp hưu trí xã hội cho người từ đủ 75 tuổi trở lên và nhóm người từ 70 đến dưới 75 tuổi thuộc hộ nghèo, cận nghèo, không có lương hưu hoặc trợ cấp hằng tháng. Mức trợ cấp dự kiến là 500.000 đồng/tháng và sẽ được rà soát định kỳ 3 năm một lần, trong khi các nhóm người cao tuổi đặc thù vẫn được hưởng Trợ cấp xã hội hằng tháng theo Nghị định 20/2021/NĐ-CP với mức từ 750.000 đến 1.000.000 đồng/tháng cùng chế độ hỗ trợ chi phí mai táng 10.000.000 đồng. Ngoài ra, để ứng phó với áp lực từ sự gia tăng nhanh chóng của dân số cao tuổi, từ năm 2021, Bộ luật Lao động 2019 điều chỉnh lộ trình tăng tuổi nghỉ hưu của người lao động. Cụ thể, trong điều kiện lao động bình thường, mỗi năm tăng thêm 3 tháng đối với lao động nam cho đến khi đủ 62 tuổi vào năm 2028 và tăng thêm 4 tháng đối với lao động nữ cho đến khi đủ 60 tuổi vào năm 2035^[2]. Điều này giúp kéo dài thời gian làm việc, đảm bảo cân đối quỹ hưu trí và phù hợp với xu thế quốc tế.

Trong giai đoạn hiện nay, Việt Nam đã có những bước đi chủ động trước thách thức già hóa dân số. Bức tranh tổng thể cho thấy Việt Nam đang chuyển nhanh từ cơ cấu dân số vàng sang già hóa, dự kiến đến năm 2036 sẽ bước vào thời kỳ dân số già khi tỷ lệ người trên 65 tuổi đạt 14% tổng dân số^[3]. Nhằm thích ứng quá trình chuyển đổi cơ cấu dân số nhanh chóng, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách từ Trung

ương đến địa phương cho thấy quyết tâm của Việt Nam trong việc ứng phó với già hóa dân số một cách toàn diện và bền vững.

2. Vai trò của truyền thông trong quá trình triển khai các chính sách ứng phó với già hóa dân số tại Việt Nam

Theo tác giả Lương Ngọc Vinh (2023), truyền thông chính sách được hiểu là □quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin giữa các cơ quan truyền thông nhà nước với đông đảo quần chúng trong chu trình chính sách^[4]. Trong bối cảnh quá trình chuyển dịch cơ cấu dân số theo nhóm tuổi của Việt Nam đang diễn ra mạnh mẽ với nhiều thách thức về kinh tế - xã hội, để những chính sách ứng phó với già hóa dân số thực sự hiệu quả, hoạt động truyền thông đóng vai trò trọng yếu. Theo tác giả Nguyễn Thị Ngọc Hoa (2022), truyền thông chính sách giữ vai trò then chốt trong đời sống xã hội khi vừa tác động đến nhận thức, hành vi, chuẩn mực xã hội vừa là kênh phản biện, định hướng dư luận, kết nối Nhà nước với nhân dân, bảo đảm quyền công dân và góp phần xây dựng hình ảnh quốc gia^[5]. Ở lĩnh vực truyền thông chính sách về già hóa dân số, vai trò của truyền thông được thể hiện ở các phương diện sau:

Thứ nhất, truyền thông đóng vai trò là cầu nối giữa Nhà nước và công chúng, giúp đưa thông tin từ □trên xuống□cũng như phản hồi từ □dưới lên□ Tại Việt Nam, truyền thông được xem là công cụ quan trọng trong việc đưa các chủ trương về kinh tế, giáo dục, y tế, bảo hiểm xã hội và môi trường đến với công chúng đồng thời tạo diễn đàn để người dân phản hồi ý kiến, tâm tư, nguyện vọng. Thực tế cho thấy, để ứng phó với già hóa dân số, Đảng và Nhà nước đã ban hành hàng loạt những chính sách khuyến sinh, chăm sóc sức khỏe cho người cao tuổi, an sinh xã hội. Tuy nhiên, để những chính sách này đến được với công chúng thì truyền thông giữ vai trò then chốt trong việc phổ biến nội dung, giải thích mục tiêu và làm rõ quyền lợi, nghĩa vụ mà chính sách đặt ra. Thông qua báo chí và các nền tảng số, truyền thông không chỉ giúp người dân hiểu lý do ban hành chính sách và tác động của nó đến đời sống mà còn tạo kênh phản hồi để Nhà nước tiếp nhận ý kiến, điều chỉnh chính sách phù hợp với thực tiễn. Đây là điều kiện quan trọng để các giải pháp ứng phó với già hóa dân số được triển khai hiệu quả và nhận được sự đồng thuận xã hội.

Thứ hai, truyền thông có khả năng định hướng dư luận, thay đổi cách nhìn nhận của xã hội về các vấn đề nhân khẩu học đồng thời tác động trực tiếp đến hành vi của cá nhân và cộng đồng trước vấn đề già hóa dân số.

Trong các chiến dịch truyền thông, thông điệp coi người cao tuổi là nguồn lực chứ không phải gánh nặng được lan tỏa mạnh mẽ, qua đó khiến công chúng dần nhìn nhận quá trình già hóa một cách lạc quan, coi đó như một cơ hội để phát huy kinh nghiệm sống và thúc đẩy các ngành kinh tế bạc (Silver Economy - Kinh tế phục vụ người cao tuổi) phát triển. Các chiến dịch truyền thông cũng thường nhấn mạnh đóng góp của người cao tuổi, các tấm gương người cao tuổi vẫn cống hiến cho cộng đồng nhằm xóa bỏ định kiến rằng già hóa đồng nghĩa với sự trì trệ. Ngoài ra, các chương trình truyền thông còn khuyến khích người dân chuẩn bị cho tuổi già từ sớm, bao gồm tham gia bảo hiểm xã hội, chăm sóc sức khỏe dự phòng, tích lũy tài chính và kiến thức. Các thông điệp truyền thông được thiết kế nhằm nhấn mạnh lợi ích dài hạn của các hành vi này, giúp hình thành động lực thúc đẩy cá nhân điều chỉnh cách ứng xử và chuẩn bị tốt hơn cho an sinh tuổi già. Tổng hợp lại, bằng cách định hình nhận thức tích cực và khuyến khích hành động thiết thực, truyền thông đã góp phần chuẩn bị cho xã hội thích ứng chủ động với già hóa dân số.

Thứ ba, truyền thông góp phần thiết lập dòng thông tin hai chiều giữa Nhà nước và người dân. Với vai trò là phương tiện kết nối giữa người dân và cơ quan quản lý trong toàn bộ chu trình chính sách, thông qua hoạt động truyền thông, người dân có thể chia sẻ quan điểm, kiến nghị hoặc phản ánh những vướng mắc phát sinh trong quá trình thực hiện chính sách. Đây là một cơ chế phản hồi thiết yếu, cho phép Nhà nước lắng nghe tiếng nói từ cơ sở từ đó điều chỉnh chính sách theo hướng phù hợp hơn với thực tiễn. Trong giai đoạn xây dựng chính sách, việc công bố dự thảo trên các nền tảng truyền thông để lấy ý kiến rộng rãi từ xã hội đã trở thành thông lệ. Quá trình này không chỉ nâng cao tính minh bạch mà còn giúp cơ quan chức năng tiếp thu phản biện đa chiều, làm cơ sở cho việc rà soát và hoàn thiện nội dung chính sách trước khi ban hành. Ví dụ điển hình là quá trình xây dựng dự thảo Luật Dân số (sửa đổi), Bộ Y tế đã công bố rộng rãi dự thảo trên báo chí và các nền tảng trực tuyến để lấy ý kiến góp ý từ người dân, chuyên gia và các tổ chức xã hội. Nhờ vậy, nhiều nội dung của dự thảo đã được điều chỉnh sát hơn với nhu cầu thực tế, đảm bảo sự đồng thuận khi triển khai. Trong giai đoạn thực thi chính sách, truyền thông tiếp tục đảm nhận vai trò giám sát bằng việc phản ánh những kết quả đạt được và các hạn chế nảy sinh trong thực tiễn. Những thông tin phản hồi này giúp các nhà hoạch định nhận diện vấn đề, từ đó kịp thời điều chỉnh chính sách một cách linh hoạt.

Cơ chế phản hồi thông qua truyền thông không chỉ giúp nâng cao tính thực tiễn, hiệu quả của các chính sách ứng phó với già hóa dân số mà còn thúc đẩy tính dân chủ và minh bạch trong quản trị công. Việc ý kiến của người dân được tiếp nhận, phản hồi và xử lý công khai sẽ củng cố niềm tin xã hội đối với các quyết sách của Nhà nước, từ đó bảo đảm hiệu lực và tính bền vững trong quá trình thực thi chính sách.

Thứ tư, truyền thông giữ vai trò là phương tiện chuyển giao tri thức và kinh nghiệm quốc tế, góp phần giúp Việt Nam tiếp thu, chọn lọc và lựa chọn các mô hình ứng phó với già hóa dân số một cách phù hợp. Trong bối cảnh già hóa dân số là xu thế toàn cầu, truyền thông không chỉ giúp nâng cao nhận thức của người dân về các chính sách trong nước mà còn tạo điều kiện để xã hội tiếp cận với các bài học quốc tế, từ đó định hình tầm nhìn dài hạn và thúc đẩy quá trình đổi mới tư duy chính sách. Kinh nghiệm từ các quốc gia "siêu già" như Nhật Bản và Hàn Quốc cho thấy vai trò thiết yếu của truyền thông trong thay đổi nhận thức xã hội, điều chỉnh hành vi và tăng cường tương tác giữa công chúng với hệ thống chính sách. Tại Nhật Bản, các chương trình truyền thông cộng đồng kết hợp giáo dục về già hóa ngay từ lứa tuổi học đường đã góp phần hình thành ý thức trách nhiệm liên thế hệ⁽⁹⁾. Ở Hàn Quốc, truyền thông đa phương tiện được triển khai tích cực với nhiều hoạt động truyền thông công cộng nhằm nâng cao nhận thức và tìm giải pháp cho khủng hoảng tỷ lệ sinh thấp⁽¹⁰⁾. Những mô hình này cung cấp cơ sở thực tiễn hữu ích cho quá trình học hỏi và điều chỉnh chính sách tại Việt Nam. Có thể thấy, với vai trò kết nối tri thức toàn cầu, truyền thông trở thành công cụ hỗ trợ đắc lực cho quá trình hội nhập chính sách, góp phần nâng cao năng lực thích ứng và chuyển hóa các kinh nghiệm quốc tế thành hành động cụ thể phù hợp với đặc thù văn hóa - xã hội trong nước. Đồng thời, thông qua hoạt động truyền thông chủ động, Việt Nam có thể định hình hình ảnh một quốc gia đang tích cực tham gia vào các nỗ lực toàn cầu về thích ứng với già hóa dân số với tinh thần vừa học hỏi vừa sáng tạo trong quá trình hội nhập và phát triển.

3. Một số yêu cầu phát huy vai trò của truyền thông các chính sách ứng phó với già hóa dân số tại Việt Nam hiện nay

Việc nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách ứng phó với già hóa dân số tại Việt Nam được đặt trên nền tảng vững chắc cả về chính trị, pháp lý, khoa học và thực tiễn.

Trước hết, về cơ sở chính trị - pháp lý, các văn kiện quan trọng như Nghị quyết số 21-NQ/TW năm 2017

của Ban Chấp hành Trung ương Đảng, Chiến lược Dân số Việt Nam đến năm 2030 (Quyết định 1679/QĐ-TTg), Luật Người cao tuổi năm 2009, □ đều khẳng định vai trò thiết yếu của truyền thông trong việc nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi và huy động sự tham gia của toàn xã hội trong công cuộc thích ứng với già hóa dân số.

Bên cạnh đó, về cơ sở khoa học, nhiều nghiên cứu trong nước và quốc tế (như UNFPA, WHO, HelpAge International...) đã chứng minh rằng truyền thông là một công cụ chiến lược trong chu trình hoạch định - thực thi - giám sát chính sách. Truyền thông không chỉ truyền đạt thông tin mà còn góp phần hình thành quan điểm xã hội, điều chỉnh hành vi và tạo đồng thuận giữa các bên liên quan. Đặc biệt, trong bối cảnh già hóa dân số, truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển hóa nhận thức từ coi già hóa là □gánh nặng□sang □cơ hội phát triển□nếu có sự chuẩn bị kịp thời và đúng hướng.

Ngoài ra, thực tiễn cho thấy Việt Nam đang bước vào giai đoạn già hóa dân số nhanh với những hệ quả rõ rệt về an sinh xã hội, y tế, lao động và tâm lý cộng đồng. Tuy nhiên, công tác truyền thông chính sách còn nhiều hạn chế: nội dung chưa cá nhân hóa, phương thức truyền tải thiếu đa dạng, mức độ tiếp cận chưa đồng đều và cơ chế đánh giá hiệu quả còn mang tính định tính. Điều này dẫn đến thực trạng một bộ phận người dân, đặc biệt là nhóm người trẻ và người trong độ tuổi lao động chưa thực sự quan tâm hoặc chưa có hành vi chuẩn bị cho tuổi già.

Trong bối cảnh đó, truyền thông cần được xác định là một phần không thể tách rời của chính sách ứng phó với già hóa dân số, giữ vai trò kết nối giữa Nhà nước và công chúng, giữa mục tiêu chính sách và hành vi xã hội. Truyền thông hiệu quả sẽ góp phần gia tăng tính thực thi, tăng cường phản hồi chính sách và thúc đẩy sự tham gia tích cực của cộng đồng.

Dưới đây là khung chiến lược đề xuất gồm các yêu cầu trọng tâm nhằm phát huy vai trò của truyền thông trong chu trình chính sách ứng phó với già hóa dân số tại Việt Nam.

Một là, nâng cao năng lực nguồn lực và đội ngũ truyền thông. Nguồn lực này trong công tác truyền thông cần được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm cả nhân lực, vật lực và nguồn lực tinh thần. Về nhân lực, cần tập trung xây dựng đội ngũ cán bộ truyền thông chuyên trách ở từng địa bàn, có kiến thức nền tảng về dân số học, lão khoa cùng với kỹ năng tư vấn, thuyết trình và sử dụng hiệu quả các công cụ truyền thông hiện đại. Để đảm bảo tính hệ thống và chuyên môn hóa, Bộ Y tế cần xây dựng chương trình đào tạo chuẩn cho lực lượng này, phù hợp

với đặc điểm dân số và yêu cầu truyền thông trong từng giai đoạn. Bên cạnh đó, việc huy động các chuyên gia, bác sĩ lão khoa, người nổi tiếng cùng các tổ chức xã hội như Hội Người cao tuổi, Hội Phụ nữ, tổ chức tôn giáo... cũng sẽ góp phần mở rộng độ phủ và tăng tính thuyết phục của thông điệp truyền thông. Đáng chú ý, người cao tuổi có thể được phát huy vai trò là □đại sứ truyền thông□, góp phần truyền cảm hứng về lối sống tích cực và khắc phục định kiến coi già hóa là gánh nặng. Những hình mẫu tiêu biểu sẽ giúp truyền thông định hình lại hình ảnh người cao tuổi trong xã hội theo hướng tích cực, chủ động, có nhiều đóng góp cho cộng đồng.

Cùng với nguồn nhân lực, Đảng, Nhà nước và các cơ quan quản lý về truyền thông - dân số cần bố trí ngân sách hợp lý, đầu tư cơ sở hạ tầng và công nghệ truyền thông hiện đại. Đồng thời, sự cam kết chính trị và định hướng chiến lược rõ ràng từ các cấp lãnh đạo Đảng, Chính phủ, Ủy ban Nhân dân, Hội đồng Nhân dân, các Tổ chức, đoàn thể trong nước và quốc tế là yếu tố then chốt giúp liên kết các nguồn lực lại với nhau. Do đó, cần ưu tiên nâng cao năng lực hệ thống truyền thông từ Trung ương đến địa phương, nhằm tạo nền tảng cho việc thực thi chính sách ứng phó với già hóa dân số một cách hiệu quả, linh hoạt và bền vững.

Hai là, hoàn thiện chiến lược truyền thông gắn với cơ sở pháp lý. Trong giai đoạn tới, Bộ Y tế cần phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về thông tin và truyền thông, Hội Người cao tuổi Việt Nam và các đơn vị liên quan để xây dựng Chiến lược truyền thông quốc gia về dân số và già hóa giai đoạn 2025-2035, trên cơ sở các văn bản như Nghị quyết 21-NQ/TW, Quyết định 1679 và Quyết định 2156, đồng thời cập nhật các mục tiêu mới như bảo đảm 100% người cao tuổi có thể bảo hiểm y tế, 70% có việc làm phù hợp. Nội dung của chiến lược cần bao gồm: phân khúc đối tượng truyền thông, xác định thông điệp cốt lõi, lựa chọn kênh truyền thông hiệu quả, lập kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực truyền thông, dự toán ngân sách và thiết lập cơ chế giám sát - đánh giá. Bên cạnh đó, cần pháp điển hóa nhiệm vụ truyền thông trong dự thảo Luật Dân số và Luật Người cao tuổi (sửa đổi), quy định rõ trách nhiệm của cơ quan báo chí, chính quyền và tổ chức xã hội trong công tác truyền thông. Đồng thời, bổ sung nội dung đào tạo kỹ năng truyền thông cho đội ngũ cán bộ chăm sóc người cao tuổi.

Ba là, đổi mới nội dung và phương thức truyền thông. Để nâng cao hiệu quả truyền thông về dân số và già hóa, các cơ quan chuyên trách như Cục Dân số (Bộ Y tế), các Sở Y tế, Sở Thông tin và Truyền thông cùng

với hệ thống truyền thông cơ sở và các tổ chức đoàn thể cần chuyển đổi từ cách tiếp cận truyền đạt một chiều sang hình thức truyền thông đối thoại, lấy người dân làm trung tâm. Nội dung truyền thông cần bắt đầu bằng việc lắng nghe những băn khoăn, lo lắng thực tế của người dân, chẳng hạn như chi phí nuôi con, áp lực việc làm, chăm sóc cha mẹ già,... Sau đó mới cung cấp thông tin, tư vấn chính sách và cùng thảo luận giải pháp. Ngoài ra, để hoạt động truyền thông chính sách đạt hiệu quả tối ưu, cần khoanh vùng đúng đối tượng công chúng mục tiêu. Chính sách ứng phó với già hóa dân số liên quan đến nhiều nhóm công chúng khác nhau và mỗi nhóm đối tượng cần được tiếp cận bằng thông điệp phù hợp với mối quan tâm và đặc điểm riêng. Đối với thanh niên và các cặp vợ chồng trẻ, truyền thông nên nhấn mạnh lợi ích của việc sinh đủ hai con, tránh trì hoãn sinh con quá muộn, khuyến khích khám sức khỏe tiền hôn nhân và cung cấp thông tin về hỗ trợ nhà ở, vay vốn, giáo dục - y tế cho con cái. Với người cao tuổi, nội dung nên tập trung vào quyền được chăm sóc, tham gia bảo hiểm y tế, các hoạt động xã hội, phòng ngừa bệnh mạn tính và duy trì lối sống lành mạnh.

Cùng với việc điều chỉnh nội dung, cần đa dạng hóa kênh và công cụ truyền thông. Trong kỷ nguyên số, việc kết hợp linh hoạt giữa truyền thông truyền thống, truyền thông số và truyền thông cộng đồng là giải pháp hiệu quả nhằm mở rộng độ phủ thông tin. Đồng thời, cần ứng dụng thêm các công cụ truyền thông tương tác như khảo sát trực tuyến, trò chơi giáo dục hoặc nền tảng học tập số để thúc đẩy sự tham gia chủ động, nâng cao mức độ quan tâm và tạo môi trường thảo luận chính sách trong cộng đồng.

Bốn là, *tăng cường hợp tác liên ngành và phối hợp với các tổ chức quốc tế*. Truyền thông chính sách về ứng phó với già hóa không thể chỉ giới hạn trong phạm vi ngành dân số mà cần có sự tham gia tích cực của các ngành như y tế, lao động - thương binh và xã hội, giáo dục, tài chính,... cùng các tổ chức đoàn thể như Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Hội Người cao tuổi,... Việc phối hợp thông nhất thông điệp và hành động giữa các bên là điều kiện cần thiết để tạo ra hiệu ứng truyền thông đồng bộ và sức lan tỏa rộng khắp trong toàn xã hội. Thực tế cho thấy, vấn đề già hóa dân số đòi hỏi sự nỗ lực chung của cả hệ thống chính trị và mọi thành phần xã hội, do đó, truyền thông chính sách cần được thiết kế như một công cụ kết nối hiệu quả giữa các cơ quan, tổ chức và lực lượng xã hội liên quan. Đồng thời, cần mở rộng hợp tác quốc tế, đặc biệt với các tổ chức như UNFPA, WHO, HelpAge

International, JICA,... nhằm tiếp cận với các mô hình truyền thông tiên tiến, tranh thủ hỗ trợ kỹ thuật và nguồn lực từ bên ngoài.

Kinh nghiệm từ các quốc gia đã triển khai thành công nhiều sáng kiến truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về xã hội già hóa có thể cung cấp những bài học quý giá cho Việt Nam. Sự đồng hành của các tổ chức quốc tế không chỉ mang lại tính khách quan và chuyên môn cao cho các hoạt động truyền thông mà còn góp phần tăng cường tính thuyết phục của thông điệp chính sách. Thực tiễn cũng cho thấy, các hội thảo quốc tế về già hóa tại Việt Nam thường thu hút sự tham gia của đông đảo đại biểu trong và ngoài nước, cho thấy tính cấp thiết và lợi ích thiết thực của việc tiếp cận đa ngành, đa đối tác trong giải quyết vấn đề này.

Do đó, xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành hiệu quả, đồng thời thúc đẩy quan hệ đối tác với các tổ chức quốc tế là yêu cầu cần thiết để nâng cao chất lượng và hiệu quả của hoạt động truyền thông chính sách về ứng phó với già hóa dân số theo hướng đồng bộ, bền vững và hội nhập./.

(1) Kevin Kinsella và Victoria A. Velkoff (2001), *An aging world: 2001* □ U.S. Government Printing.

(2) Tổng cục Thống kê (2025), *Thông cáo báo chí Kết quả Điều tra dân số và nhà ở giữa kỳ năm 2024* □ Tổng cục Thống kê, H.,

(3) *Toàn văn dự thảo Luật Dân số* □ Báo Điện tử Chính phủ, 2025.

(4) Phương Hiền, *Bản khoản lương hưu đối với nam sĩ quan* □ 2022 03 2022. Available: <https://www.qdnd.vn/quoc-phong-an-ninh/xay-dung-quan-doi/ban-khoan-luong-huu-doi-voi-nam-si-quan-687970>. (Accessed 04/08/2025).

(5) Lê Nga, *Dân số Việt Nam bước vào giai đoạn già năm 2036* □ 29 08 2023. Available: <https://vnexpress.net/dan-so-viet-nam-buoc-vao-giai-doan-gia-nam-2036-4647300.html>. (Accessed 04/ 08/ 2025).

(6) Lương Ngọc Vinh (2023), *Lý thuyết và Kỹ năng truyền thông chính sách*, Hà Nội: Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

(7) Nguyễn Thị Ngọc Hoa (2022), *Vai trò của truyền thông chính sách trong bối cảnh mới*, □ *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*.

(8) Masashi Yasunaga và cộng sự (2016), *Multiple impacts of an intergenerational program in Japan: Evidence from the Research on Productivity through Intergenerational Sympathy Project*, □ *Geriatrics and Gerontology International*, pp. 98-109.

(9) *KBS to take the initiative in addressing the low birthrate crisis*, □ 03 07 2024. (Online). Available: <https://www.publicmediaalliance.org/kbs-to-take-the-initiative-in-addressing-the-low-birthrate-crisis/>. (Accessed 04/ 09/ 2025).

(10) Các văn kiện: Nghị quyết số 21-NQ/TW năm 2017, Pháp lệnh 07/2025/UBTVQH15 năm 2025, Dự thảo Luật Dân số 2025, Hướng dẫn số 15-HD/UBKTTW, Nghị định 207/2025/NĐ-CP năm 2025, Quyết định 2156/QĐ-TTg năm 2021, Quyết định 1579/QĐ-TTg năm 2020, Luật Bảo hiểm xã hội 2024, Nghị định 20/2021/NĐ-CP, Bộ luật Lao động 2019.