

Số: 26 /NQ-TUHCĐ

Hà Nội, ngày 23 tháng 01 năm 2024

NGHỊ QUYẾT

Tiếp tục đổi mới và nâng cao chất lượng hiệu quả hoạt động truyền thông của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số

Trong những năm qua, hoạt động truyền thông của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam đã có những chuyển biến rõ nét cả về nhận thức, chỉ đạo, về bộ máy, cán bộ, cơ chế truyền thông, về nội dung, phương thức và hiệu quả truyền thông, góp phần quan trọng trong tuyên truyền các giá trị nhân đạo, nâng cao hình ảnh, vị thế của tổ chức Hội, vận động nguồn lực, động viên ngày càng nhiều cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, nhà hảo tâm và các tầng lớp nhân dân tham gia hoạt động nhân đạo. Nội dung truyền thông đã bám sát chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về công tác nhân đạo, phản ánh nhanh nhạy, kịp thời, tương đối toàn diện các mặt hoạt động của các cấp Hội. Các phương thức truyền thông không ngừng đổi mới để bắt kịp xu thế truyền thông hiện đại, có sức lan tỏa sâu rộng.

Tuy nhiên, những chuyển biến trong công tác truyền thông chưa có nhiều đột phá. Nội dung truyền thông chưa phong phú, thiếu những bài viết chuyên sâu, những câu chuyện nêu bật được những nét đặc thù, sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi của Hội, các mô hình hoạt động mới, những tấm gương điển hình trong cán bộ, hội viên, tình nguyện viên. Công tác thông tin đối ngoại trong các hoạt động nhân đạo chưa kịp thời, chưa phong phú. Kênh truyền thông, báo chí của Hội chưa phát huy hết vai trò, chức năng, nhiệm vụ là kênh thông tin, là cơ quan ngôn luận của Hội.

Nguyên nhân của các hạn chế, yếu kém là do nhận thức, trách nhiệm trong công tác truyền thông của một bộ phận lãnh đạo, cán bộ các cấp Hội chưa đầy đủ, chưa bắt kịp xu hướng mới của truyền thông hiện đại; đội ngũ cán bộ truyền thông của Hội còn mỏng, trình độ, kỹ năng chưa đồng đều, thiếu kinh nghiệm, phóng viên báo chí Hội còn hạn chế về năng lực, thiếu chất liệu từ thực tế; ngân sách, phương tiện trang thiết bị truyền thông còn lạc hậu, đặc biệt khả năng ứng dụng công nghệ thông tin chưa đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong lĩnh vực truyền thông hiện nay.

Từ tình hình nêu trên, căn cứ Luật hoạt động chữ thập đỏ; Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI Hội Chữ thập đỏ Việt Nam; Chiến lược và Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược Phát triển Hội Chữ thập đỏ Việt Nam giai đoạn 2022-2030 và tầm nhìn 2045; Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt "Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030", Quyết định số 348/QĐ-TTg ngày 06/4/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; trong bối cảnh thời kỳ công nghệ số với môi trường truyền thông ngày càng đa dạng, đa chiều, công chúng

truyền thông thay đổi cách thức tiếp nhận thông tin; Ban Thường vụ Trung ương Hội ban hành Nghị quyết *“Tiếp tục đổi mới và nâng cao chất lượng hiệu quả hoạt động truyền thông của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số”*, như sau:

I. MỤC TIÊU VÀ CHỈ TIÊU CƠ BẢN

1. Mục tiêu: Nâng cao hình ảnh, vị thế của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam xứng đáng là tổ chức nòng cốt, đầu mối gắn kết và điều phối các hoạt động nhân đạo, thu hút nguồn lực, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ và sự phát triển của Hội trong thời kỳ chuyển đổi số, góp phần lan tỏa các giá trị nhân đạo, truyền cảm hứng cho các hoạt động nhân đạo trong toàn xã hội.

2. Chỉ tiêu cơ bản

- Xây dựng hình ảnh cán bộ truyền thông của Hội, người đứng đầu tổ chức Hội các cấp, cán bộ, hội viên, tình nguyện viên, thanh thiếu niên là những hạt nhân tiêu biểu, đại sứ hình ảnh của Hội về văn hóa ứng xử của tổ chức Hội. 100% tỉnh, thành Hội tổ chức quán triệt, phổ biến Bộ Quy tắc ứng xử của cán bộ Hội đến các cấp Hội.

- Đến năm 2024, 100% tỉnh, thành Hội có cán bộ truyền thông biết sử dụng điện thoại thông minh, các công cụ, ứng dụng thông minh để sản xuất các sản phẩm truyền thông trên các nền tảng trực tuyến.

- Đến năm 2024, 100% tỉnh, thành Hội chuẩn hóa trang Facebook của tỉnh, thành Hội thành trang Fanpage hoạt động thường xuyên, liên tục, triển khai được ít nhất 01 hình thức/năm thu hút lượng tương tác của công chúng.

- Đến năm 2025, 100% tỉnh, thành Hội có trang tin điện tử (website)

- Đến năm 2025, 100% tỉnh, thành Hội đưa hoạt động tập huấn kiến thức Hội và kỹ năng truyền thông cho cán bộ cơ quan và cấp quận/huyện vào kế hoạch hàng năm, tối thiểu 1 khóa/năm.

- Hàng năm, cấp Trung ương tổ chức ít nhất 2-3 chiến dịch truyền thông. 5 năm/lần cấp Trung ương tổ chức cuộc thi tuyên truyền về hoạt động nhân đạo.

- Trong nhiệm kỳ, biên tập ít nhất một ấn phẩm, tài liệu về “Người tốt việc thiện - Chung sức xây dựng cộng đồng nhân ái”.

- Đến năm 2027 cơ bản hoàn thành ứng dụng (app) phục vụ hoạt động truyền thông gắn với mục tiêu chuyển đổi số của Chính phủ về phát triển Chính phủ số, nâng cao hiệu quả, hiệu lực hoạt động.

II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp Hội đối với hoạt động truyền thông

- Các cấp Hội cần xác định rõ: (i) “Tuyên truyền các giá trị nhân đạo” là nhiệm vụ nền tảng, có tính chi phối cao; (ii) Truyền thông là nhiệm vụ chung của toàn Hội với phương châm *“Mỗi cán bộ, hội viên, thanh thiếu niên, tình nguyện*

viên Chữ thập đỏ là một tuyên truyền viên, một đại sứ thương hiệu của Hội Chữ thập đỏ”; (iii) Nhiệm vụ chuyển đổi số trong hoạt động truyền thông là xu thế tất yếu hiện nay, gắn liền với chiến lược chuyển đổi số của toàn Hội, là một trong các nhiệm vụ quan trọng trong chương trình công tác hàng năm và nhiệm kỳ, có ý nghĩa góp phần thúc đẩy các công tác khác trong hoạt động của Hội, đặc biệt là công tác vận động nguồn lực.

- Phân công lãnh đạo của các cấp Hội phụ trách công tác truyền thông; bố trí ổn định cán bộ truyền thông chuyên trách ở Trung ương và cấp tỉnh, thành Hội; tổ chức tập huấn hoặc cử đi tập huấn về nghiệp vụ truyền thông theo các kênh khác nhau (cả trong và ngoài Hội); phổ cập kiến thức về tổ chức Hội, kỹ năng truyền thông cho cán bộ cơ quan cấp tỉnh, thành và cán bộ cấp quận/huyện; tập trung phát triển, quản lý và phát huy đội ngũ cộng tác viên về truyền thông ở mỗi cấp Hội.

- Rà soát để bổ sung, điều chỉnh phù hợp các quy chế, quy định về truyền thông của Hội cho phù hợp với yêu cầu trong tình hình mới.

- Tăng cường công tác kiểm tra, thúc đẩy việc thực hiện các chương trình, dự án về truyền thông.

- Tăng cường hoạt động tổ chức, hướng dẫn các cấp hội trong công tác tuyên truyền; tổ chức hội thảo giao lưu chia sẻ kinh nghiệm, tổ chức ngày hội tôn vinh, khen thưởng đội ngũ cán bộ truyền thông, cộng tác viên, tình nguyện viên có những thành tích xuất sắc nổi bật trong hoạt động; nhân rộng các mô hình truyền thông hiệu quả trong toàn Hội, tạo động lực tích cực, tạo cảm hứng và thu hút cộng đồng tự nguyện tham gia các hoạt động của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam.

2. Thường xuyên đổi mới nội dung và phương thức truyền thông

- Phát triển đa dạng các nội dung truyền thông làm chất liệu cho vận động nguồn lực. Thường xuyên phổ biến những câu chuyện truyền thông cảm động, có sức lay động lòng người, truyền cảm hứng tích cực, thúc đẩy hành động ủng hộ; tăng cường các tuyến thông tin, bài viết về tính chuyên nghiệp trong phương thức hoạt động của Hội; sự tận tụy, những nỗ lực, cố gắng vượt bậc của các cấp Hội, sự cống hiến, hy sinh thầm lặng của cán bộ, hội viên, tình nguyện Chữ thập đỏ trên hành trình thực hiện sứ mệnh nhân đạo trợ giúp người khó khăn; các mô hình tốt, điển hình hay, những cách làm năng động, sáng tạo của các cấp Hội; những tấm gương “người tốt, việc thiện” trong hoạt động nhân đạo, từ thiện trong và ngoài Hội; sự đóng góp cho hoạt động nhân đạo của các đối tác, các cơ quan, đơn vị đồng hành với Hội; chú trọng các thông tin, bài viết thể hiện tính minh bạch, công khai trong hoạt động vận động nguồn lực và triển khai các hoạt động trợ giúp từ các nguồn vận động.

- Đẩy mạnh thông tin về các phong trào, các cuộc vận động, mô hình, kinh nghiệm quý của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam (bằng tiếng Anh) trên các kênh truyền thông của Hội (Công thông tin điện tử, Fanpage) và các kênh thông tin đối ngoại của các cơ quan báo chí Trung ương; khai thác các mô hình hoạt động nhân đạo hiệu quả của các Hội quốc gia, Hiệp hội, Ủy ban Chữ thập đỏ quốc tế để giới

thiếu, phổ biến, chia sẻ kinh nghiệm trong hệ thống Hội Chữ thập đỏ Việt Nam, đăng tải trên các kênh truyền thông của Hội.

- Kết hợp giữa phương thức truyền thông truyền thống và hiện đại; không ngừng đổi mới phương thức hoạt động truyền thông của Hội hướng đến chuyên nghiệp, tinh gọn, đa năng, đủ sức quản trị và thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ truyền thông của Hội; từng bước xây dựng hệ thống kênh truyền thông đa dạng, rộng khắp, chủ động, linh hoạt, hiệu quả đáp ứng tốt các yêu cầu truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số. Đa dạng hóa hình thức thể hiện gắn với đặc thù của từng nền tảng; phát huy tối đa thế mạnh của từng nền tảng để tăng tương tác, thu hút sự quan tâm, theo dõi của công chúng.

- Xác định rõ từng nhóm đối tượng truyền thông để xây dựng, phát triển nội dung, lựa chọn phương thức truyền thông và kênh truyền thông phù hợp. Chú trọng công tác truyền thông đối với các đối tác, nhà tài trợ để đảm bảo tính minh bạch trong hoạt động Hội, sự tiếp tục đồng hành, hỗ trợ của họ đối với hoạt động Hội thông qua thực hiện thường xuyên, đầy đủ chế độ thông tin, báo cáo, công khai với các đối tác và nhà tài trợ trong và ngoài nước, với công chúng về kết quả của các chiến dịch vận động nguồn lực, hoạt động chương trình, dự án của Trung ương Hội và các tỉnh, thành Hội.

- Tổ chức các chiến dịch truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, tạo điểm nhấn thu hút đông đảo công chúng quan tâm, tham gia.

- Thúc đẩy truyền thông gắn với người nổi tiếng, người có tầm ảnh hưởng (KOLs) thông qua việc mời họ tham gia các hoạt động Hội, mời họ là “đại sứ thương hiệu” của tổ chức, đồng hành với Hội trong từng chương trình, sự kiện, hoạt động, chiến dịch gây quỹ.

3. Xây dựng hệ thống kênh truyền thông đa nền tảng, hoạt động hiệu quả

- Củng cố bộ máy các cơ quan báo chí, truyền thông của Trung ương Hội theo hướng tinh gọn, linh hoạt, đa năng, đảm bảo hoạt động hiệu quả đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong tình hình mới, phù hợp với chiến lược Chuyển đổi số báo chí của Chính phủ đến năm 2030, nâng cao hiệu quả chất lượng trên báo in, báo điện tử, tăng cường hiệu quả hoạt động của Cổng thông tin điện tử của Trung ương Hội; nâng cao chất lượng, bám sát chức năng, tôn chỉ, mục đích và sự chỉ đạo, định hướng của Trung ương Hội thực hiện các nhiệm vụ được giao, nhằm nâng cao khả năng thích ứng và năng lực vận động nhân đạo của các cấp Hội.

- Khai thác tiện ích của mạng xã hội để tuyên truyền, quảng bá các chương trình, dự án, nhiệm vụ chính trị của cả hệ thống Chữ thập đỏ.

- Xây dựng Cổng thông tin điện tử/trang tin điện tử của Hội từ Trung ương đến địa phương đảm bảo là kênh thông tin được tin cậy của Hội; kênh đăng ký, ủng hộ trực tuyến dễ dàng, nhanh chóng, thuận tiện.

- Xây dựng ứng dụng (app) của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam với đầy đủ chức năng: Thông tin, quản trị dữ liệu; quản trị quy trình làm việc; tiếp nhận tài trợ,

ủng hộ trực tuyến; quản trị vận hành tự động hệ thống đào tạo, tập huấn nghiệp vụ trực tuyến...

4. Kiện toàn bộ máy tổ chức, nâng cao năng lực cán bộ truyền thông

- Các tỉnh, thành Hội bố trí/phân công cán bộ làm công tác truyền thông, khuyến khích có cán bộ chuyên trách để phát huy cao nhất vai trò, trách nhiệm của cán bộ truyền thông; tăng cường xây dựng mạng lưới cộng tác viên - tuyên truyền viên ở cơ sở, phát triển các đội truyền thông chữ thập đỏ tại cộng đồng.

- Chú trọng đào tạo, tập huấn nâng cao các kiến thức về tổ chức Hội, kỹ năng, nghiệp vụ truyền thông thường xuyên, cập nhật liên tục các xu hướng, phương thức truyền thông mới, hiện đại cho đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông nói riêng cũng như cán bộ Hội cấp tỉnh, cán bộ cấp quận, huyện đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ của hoạt động truyền thông trong tình hình mới.

5. Tăng cường phối hợp, chia sẻ thông tin trong truyền thông

- Xây dựng Chương trình phối hợp với các cơ quan báo chí từ Trung ương đến địa phương, các kênh truyền thông của các Bộ, ngành cơ quan liên quan trong việc triển khai hoạt động tuyên truyền các giá trị nhân đạo.

- Phối hợp với các nền tảng mạng xã hội để đẩy mạnh các hoạt động truyền thông của các cấp Hội gắn với nhóm công chúng trên các nền tảng này.

- Phối hợp chặt chẽ với các bộ, ban, ngành, đoàn thể, tập đoàn kinh tế, doanh nghiệp, các tổ chức trong và ngoài nước tổ chức các hoạt động tuyên truyền các giá trị nhân đạo, tổ chức các chiến dịch truyền thông kết hợp vận động gây quỹ.

- Phát huy vai trò cộng tác viên báo chí là các phóng viên của các cơ quan báo chí Trung ương, các phóng viên thường trú khu vực và địa phương. Xây dựng cơ chế, chính sách động viên, khuyến khích các cơ quan truyền thông, báo chí, những người có đóng góp xuất sắc trong công tác truyền thông của Hội.

6. Xây dựng cơ sở vật chất, đầu tư kinh phí và cơ sở dữ liệu, số hoá tài liệu truyền thông.

- Các cấp Hội bố trí kinh phí cho hoạt động truyền thông trong năm, kinh phí truyền thông về phong trào, cuộc vận động, hoạt động của cấp Hội; kinh phí đào tạo, tập huấn, nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ truyền thông; linh hoạt, chủ động phát huy sáng kiến, tích cực vận động các cơ quan truyền thông trong và ngoài Hội, các tổ chức, doanh nghiệp, nhà hảo tâm hỗ trợ nguồn lực cho hoạt động truyền thông của Hội.

- Đầu tư phương tiện, trang thiết bị cho truyền thông từ ngân sách được giao, từ dự án tài trợ hoặc từ nguồn vận động xã hội hóa, phần đầu trang bị các phương tiện tối thiểu phục vụ truyền thông, như: máy ảnh, máy quay phim...; khuyến khích các cấp Hội chủ động sử dụng các công cụ kỹ thuật số để phục vụ công tác truyền thông một cách linh hoạt, hiệu quả, các phần mềm ứng dụng lưu

trữ đám mây để thu thập, tổng hợp, chia sẻ, trao đổi thông tin, tài nguyên truyền thông.

- Chuẩn hóa và xuất bản, lưu trữ các ấn phẩm, tài liệu phục vụ công tác truyền thông tại cộng đồng, như: tờ gấp, tờ rơi giới thiệu về Hội, về Phong trào; phim, phóng sự tài liệu về Chữ thập đỏ, các hoạt động của Hội theo các chương trình, dự án; hoàn thiện tài liệu tập huấn nghiệp vụ công tác truyền thông của Hội để phổ biến thống nhất trong hệ thống Hội; trong đó có các tài liệu/ấn phẩm để phục vụ truyền thông trên môi trường Internet.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các cấp Hội tổ chức nghiên cứu, quán triệt và xây dựng kế hoạch thực hiện Nghị quyết; bổ sung các chỉ tiêu nêu trong Nghị quyết vào kế hoạch hoạt động và đánh giá sơ, tổng kết việc thực hiện.

2. Các ban, đơn vị thuộc cơ quan Trung ương Hội nghiên cứu, quán triệt và xây dựng kế hoạch truyền thông thuộc lĩnh vực hoạt động và chương trình, dự án do ban, đơn vị phụ trách.

3. Các cơ quan báo chí, truyền thông của Hội xây dựng kế hoạch thực hiện Nghị quyết phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích của đơn vị.

4. Giao Ban Truyền thông hướng dẫn thực hiện, kiểm tra, đôn đốc và định kỳ báo cáo Ban Chấp hành, Ban Thường vụ Trung ương Hội kết quả triển khai Nghị quyết. *W*

Nơi nhận:

- UVBTV TW Hội (để c/d);
- Các ban, đơn vị TW Hội (để t/h),
- Các cơ quan báo chí, truyền thông TW Hội (để t/h);
- Các tỉnh, thành Hội (để t/h);
- Lưu: VT, TT.



TM. BAN THƯỜNG VỤ

CHỦ TỊCH



Bùi Thị Hòa