

HƯỚNG DẪN

Các hoạt động truyền thông năm 2026 của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam

Căn cứ Chương trình công tác Hội và phong trào Chữ thập đỏ năm 2026, Trung ương Hội Chữ thập đỏ Việt Nam hướng dẫn các hoạt động truyền thông năm 2026 của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tăng cường lan tỏa sâu rộng giá trị nhân đạo, truyền thống vẻ vang 80 năm xây dựng và phát triển của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam; khẳng định vai trò, vị thế của Hội trong hệ thống chính trị - xã hội và trong đời sống nhân dân.

- Góp phần tuyên truyền các sự kiện chính trị trọng đại của đất nước trong năm 2026, đặc biệt là Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng, Đại hội Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp, bầu cử đại biểu Quốc hội và đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp; làm rõ các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về an sinh xã hội, chăm lo người nghèo, người yếu thế, gắn với vai trò, nhiệm vụ của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam.

- Tạo sự thống nhất về nhận thức và đồng thuận trong hành động của các cấp ủy Đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc, các tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội đối với các phong trào, chương trình nhân đạo của Hội.

- Huy động hiệu quả các nguồn lực xã hội cho các nhiệm vụ trọng tâm, các phong trào, chiến dịch nhân đạo lớn trong năm 2026 và giai đoạn tiếp theo. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong công tác truyền thông, từng bước hiện đại hóa phương thức tiếp cận, nâng cao tính minh bạch, hiệu quả và khả năng lan tỏa của hoạt động Hội.

2. Yêu cầu

- Công tác truyền thông trong toàn hệ thống Hội phải thống nhất về định hướng, thông điệp cốt lõi, hình ảnh nhận diện và cách thức thể hiện; bảo đảm sự liên thông giữa Trung ương và địa phương. Nội dung, hình thức truyền thông rõ ràng, cụ thể, dễ triển khai, phù hợp với điều kiện thực tế của từng địa phương, đơn vị; Ưu tiên truyền thông số, video ngắn, kể chuyện nhân đạo; tăng tính tương tác, trải nghiệm của người dân, đặc biệt là giới trẻ.

- Mỗi cán bộ, hội viên, tình nguyện viên Chữ thập đỏ chủ động chia sẻ thông tin tích cực, chính thống về hoạt động Hội và các giá trị nhân đạo trên các kênh thông tin cá nhân, góp phần lan tỏa những điều tốt đẹp trong cộng đồng.

- Nội dung truyền thông phải gắn chặt với các sự kiện trọng đại của đất nước, với tiến trình tổ chức Đại hội Hội Chữ thập đỏ các cấp, Đại hội đại biểu toàn quốc Hội Chữ thập đỏ Việt Nam lần thứ XII, kỷ niệm 80 năm ngày thành lập Hội Chữ thập đỏ Việt Nam (23/11/1946 – 23/11/2026), các phong trào, cuộc vận động và chương trình trọng tâm của Hội và nhiệm vụ chính trị của địa phương.

- Đánh giá được hiệu quả: Mỗi hoạt động truyền thông cần gắn với chỉ tiêu, sản phẩm cụ thể; đo lường được hiệu quả truyền thông; theo dõi, tổng hợp, đánh giá và báo cáo định kỳ.

II. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG TRỌNG TÂM

1. Truyền thông các sự kiện chính trị trọng đại của đất nước

- Tuyên truyền về Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng, Đại hội Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp, bầu cử đại biểu Quốc hội và đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp theo đúng định hướng của Đảng, Nhà nước và Mặt trận Tổ quốc Việt Nam.

- Truyền thông Đại hội Mặt trận tổ quốc các cấp, theo đó phản ánh không khí chuẩn bị và tổ chức Đại hội Mặt trận tổ quốc ở các cấp: công tác chuẩn bị văn kiện, nhân sự, điều kiện tổ chức; tinh thần đổi mới, dân chủ, đoàn kết; Giới thiệu mục tiêu, phương hướng, nhiệm vụ, chương trình hành động trọng tâm của nhiệm kỳ 2026 – 2031; Truyền thông các công trình, phần việc, phong trào nhân đạo chào mừng Đại hội gắn với nhu cầu thiết thực của cộng đồng.

- Nội dung tập trung làm rõ các quan điểm, chủ trương lớn về an sinh xã hội, giảm nghèo bền vững, chăm lo người yếu thế; các chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng khó khăn, chăm sóc sức khỏe, giáo dục đào tạo..., phát huy tinh thần đoàn kết, nhân ái trong xã hội; gắn với vai trò, nhiệm vụ, hoạt động cụ thể của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam. Phản ánh các hoạt động nhân đạo thiết thực của Hội chào mừng các sự kiện chính trị; lan tỏa hình ảnh cán bộ, hội viên, tình nguyện viên Chữ thập đỏ tích cực tham gia các phong trào thi đua yêu nước.

2. Truyền thông Đại hội Hội Chữ thập đỏ các cấp và Đại hội đại biểu toàn quốc Hội Chữ thập đỏ Việt Nam lần thứ XII

- Tuyên truyền kết quả thực hiện Nghị quyết Đại hội XI; các mô hình, cách làm hay, sáng kiến nhân đạo tiêu biểu trong nhiệm kỳ XI.

- Phản ánh không khí chuẩn bị và tổ chức Đại hội ở các cấp: công tác chuẩn bị văn kiện, nhân sự, điều kiện tổ chức; tinh thần đổi mới, dân chủ, đoàn kết.

- Truyền thông về công tác kiện toàn tổ chức bộ máy Hội theo hướng tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả; vai trò, trách nhiệm của cán bộ Hội trong giai đoạn mới.

- Giới thiệu mục tiêu, phương hướng, nhiệm vụ, chương trình hành động trọng tâm của nhiệm kỳ XII.

- Truyền thông các công trình, phần việc, phong trào nhân đạo chào mừng Đại hội gắn với nhu cầu thiết thực của cộng đồng.

3. Truyền thông Kỷ niệm 80 năm ngày thành lập Hội Chữ thập đỏ Việt Nam (23/11/1946 - 23/11/2026)

- Ôn lại lịch sử hình thành, phát triển của Hội gắn với tư tưởng nhân đạo Hồ Chí Minh; vai trò, đóng góp của Hội trong các giai đoạn lịch sử của đất nước.

- Truyền thông vị thế, vai trò của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ quốc tế.

- Truyền thông các hoạt động, sự kiện kỷ niệm 80 năm ở Trung ương và địa phương; trọng tâm là Lễ kỷ niệm cấp quốc gia gắn với sự kiện “Sức mạnh nhân đạo” tại Thủ đô Hà Nội.

- Tôn vinh các tập thể, cá nhân tiêu biểu; câu chuyện đẹp về lòng nhân ái, sự cống hiến thầm lặng của các thế hệ cán bộ, hội viên, tình nguyện viên, những tấm gương “người tốt, việc thiện”, những mô hình nhân đạo cộng đồng.

4. Truyền thông các phong trào, chiến dịch nhân đạo lớn năm 2026

4.1. Phong trào “Tết Nhân ái” Xuân Bính Ngọ 2026

- Truyền thông sâu rộng mục tiêu nhân văn của phong trào; bảo đảm mọi người nghèo, người có hoàn cảnh khó khăn đều được đón Tết vui tươi, đầm ấm.

- Tập trung giới thiệu mô hình “Chợ Tết Nhân ái”, “Tuần lễ Tết Nhân ái”, các hình thức tặng quà sáng tạo, linh hoạt, phù hợp với điều kiện từng địa phương.

- Đẩy mạnh truyền thông vận động nguồn lực xã hội; khuyến khích người dân, doanh nghiệp tham gia bằng nhiều hình thức.

4.2. Tháng Nhân đạo năm 2026, gắn với kỷ niệm Ngày Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ quốc tế (08/5)

- Truyền thông cao điểm các hoạt động nhân đạo hướng về cộng đồng; lan tỏa tinh thần sẻ chia, trách nhiệm xã hội, trong đó Chương trình “Hành trình nhân đạo - Hướng về cội nguồn” cấp Trung ương sẽ tổ chức tại 2 địa phương: Tuyên Quang và Thủ đô Hà Nội.

- Phản ánh các hoạt động vận động nguồn lực, trợ giúp thiết thực cho người dễ bị tổn thương trong cộng đồng.

- Tăng cường kể chuyện nhân đạo, nhân vật thật - việc thật, tạo cảm xúc tích cực trong xã hội.

- Tôn vinh các giá trị nhân đạo của Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ: Các nguyên tắc cơ bản của Phong trào là cơ sở để mọi hoạt động của các thành phần trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ trên toàn thế giới đều nhằm cứu trợ nhân đạo, bảo vệ nhân phẩm con người và giảm thiểu đau khổ; ảnh hưởng và phạm vi hoạt động toàn cầu của Phong trào; khẳng định sự đoàn kết, hợp tác giữa các thành phần trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ trên toàn cầu thông qua giới thiệu các hoạt động trong Phong trào quốc tế, những hỗ trợ tích cực của Hiệp Hội Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ quốc tế, Ủy ban Chữ thập đỏ quốc tế và các Hội quốc gia đối với Hội Chữ thập đỏ Việt Nam và các mối quan hệ hợp tác hiệu quả.

4.3. Truyền thông các chương trình trọng điểm

- Chương trình “Dinh dưỡng cho trẻ em nghèo, trẻ em khuyết tật”: Truyền thông về quyền được chăm sóc dinh dưỡng của trẻ em; các giải pháp cải thiện thể chất, tầm vóc, chất lượng cuộc sống cho trẻ em yếu thế.

- Chương trình “An toàn cho ngư dân nghèo, khó khăn”: Truyền thông kiến thức an toàn trên biển; các hoạt động hỗ trợ sinh kế, trang thiết bị an toàn; góp phần bảo đảm an sinh xã hội khu vực ven biển, hải đảo.

5. Truyền thông công tác chăm sóc sức khỏe, hiến máu tình nguyện và phòng ngừa, ứng phó thảm họa

- Đẩy mạnh truyền thông hiến máu tình nguyện, hiến mô, bộ phận cơ thể người; nhấn mạnh ý nghĩa nhân văn, trách nhiệm xã hội của mỗi cá nhân.

- Truyền thông, phổ biến kiến thức sơ cấp cứu, sơ cứu tâm lý ban đầu cho cộng đồng; xây dựng hình ảnh Hội là lực lượng nòng cốt trong chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

- Truyền thông về phòng ngừa, ứng phó thiên tai, biến đổi khí hậu; nhân rộng mô hình “Cộng đồng an toàn”.

- Tăng cường truyền thông công tác tìm kiếm tin tức, phục hồi liên lạc gia đình trong các tình huống khẩn cấp.

6. Truyền thông chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo trong hoạt động Hội, hội nhập quốc tế

- Giới thiệu, hướng dẫn người dân, đối tác sử dụng các nền tảng số của Hội: Trang tin điện tử, mạng xã hội, ứng dụng di động, mã QR, ví điện tử trong các hoạt động nhân đạo và hoạt động gây quỹ.

- Truyền thông về các mô hình quản lý, điều hành số; cơ sở dữ liệu hội viên, tình nguyện viên; truyền thông câu chuyện chuyển đổi số thành công; tác động thực tế của số hóa đối với minh bạch, niềm tin xã hội; góp phần nâng cao tính minh bạch, hiệu quả quản trị.

- Đẩy mạnh truyền thông về các chương trình, dự án hợp tác quốc tế trong lĩnh vực nhân đạo; giới thiệu vai trò, vị thế và những đóng góp của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ quốc tế. Tăng cường chia sẻ thông tin, hình ảnh về các hoạt động phối hợp với các đối tác quốc tế, tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ đang hoạt động tại Việt Nam và địa phương. Khuyến khích xây dựng một số sản phẩm truyền thông song ngữ phù hợp; lan tỏa các mô hình hợp tác hiệu quả, kinh nghiệm tốt, qua đó góp phần nâng cao uy tín, năng lực hội nhập quốc tế của Hội.

III. HÌNH THỨC VÀ KÊNH TRUYỀN THÔNG

1. Truyền thông báo chí: Chủ động phối hợp với cơ quan báo chí, phát thanh - truyền hình Trung ương và địa phương để xây dựng, cung cấp thông tin, hình ảnh phục vụ sản xuất tin, bài, phóng sự, chuyên mục, tọa đàm về hoạt động nhân đạo. Khi tổ chức sự kiện lớn, chủ động mời báo chí tham dự, cung cấp thông tin kịp thời, thống nhất, đúng định hướng.

2. Truyền thông số, mạng xã hội: Đẩy mạnh truyền thông trên các nền tảng số như Fanpage Facebook, TikTok, Trang tin điện tử... bảo đảm duy trì tần suất đăng tải thường xuyên. Nội dung đa dạng, ưu tiên video ngắn, infographic, hình ảnh trực quan, dễ chia sẻ, dễ tiếp cận. Khuyến khích livestream các sự kiện, hoạt động tiêu biểu; Ứng dụng AI trong thiết kế nhanh, gợi ý nội dung, phân tích tương tác; xây dựng chuỗi nội dung theo các chương trình trọng tâm như “Tết Nhân ái”, Tháng Nhân đạo, Đại hội các cấp, kỷ niệm 80 năm thành lập Hội. Thực hiện thống nhất nhận diện, tên gọi, hashtag theo hướng dẫn của Trung ương Hội.

3. Truyền thông trực tiếp và trực quan: Thông qua hội nghị, hội thảo, tập huấn, sinh hoạt chuyên đề và các hoạt động Hội, các tỉnh, thành Hội chủ động lồng ghép tuyên truyền về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và các phong trào, chương trình trọng tâm của Hội. Tại các sự kiện, chú trọng bố trí băng rôn, khẩu hiệu, backdrop, tài liệu tuyên truyền phù hợp; kết hợp giới thiệu kết quả hoạt động, mô hình hiệu quả, gương cán bộ, hội viên, tình nguyện viên tiêu biểu. Bảo đảm truyền thông trực tiếp thiết thực, dễ hiểu, gần gũi với người dân.

4. Truyền thông đối ngoại: Chủ động phối hợp, chia sẻ thông tin với các đối tác quốc tế trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ, cơ quan ngoại giao, các tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ quốc tế, doanh nghiệp nước ngoài

đang hoạt động tại địa phương và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài Chủ động phối hợp, chia sẻ thông tin với các đối tác quốc tế trong Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ, cơ quan ngoại giao, các tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ quốc tế, doanh nghiệp nước ngoài đang hoạt động tại địa phương và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, các tỉnh, thành Hội có chung đường biên giới. Khuyến khích xây dựng một số sản phẩm truyền thông song ngữ phù hợp; cung cấp hình ảnh, video chất lượng để lan tỏa hình ảnh, nâng cao uy tín, vị thế của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trên trường quốc tế; giới thiệu các mô hình, cách thức hoạt động nhân đạo hiệu quả với bạn bè quốc tế.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Trung ương Hội Chữ thập đỏ Việt Nam

- **Ban Đối ngoại - Truyền thông:** Chủ trì tham mưu, hướng dẫn, định hướng nội dung truyền thông; xây dựng kế hoạch truyền thông trọng tâm; cung cấp thông tin, tài liệu, công cụ truyền thông sử dụng thống nhất trong toàn hệ thống; theo dõi, đôn đốc, tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện.

- **Trung tâm Truyền hình Nhân đạo:** Tổ chức sản xuất các chương trình, phóng sự, video chuyên đề, phục vụ các sự kiện, hoạt động Hội và đăng tải trên các nền tảng truyền thông của Trung tâm và của Trung ương Hội; tham gia phối hợp sản xuất, cung cấp các sản phẩm truyền hình cho Đài Truyền hình Việt Nam tuyên truyền về hoạt động Hội, các sự kiện lớn và phong trào nhân đạo tiêu biểu.

- **Các ban, đơn vị, Trung tâm trực thuộc:** Chủ động phối hợp cung cấp thông tin, nội dung chuyên môn; lồng ghép truyền thông trong quá trình triển khai nhiệm vụ; phối hợp triển khai các hoạt động truyền thông theo phân công.

2. Các tỉnh, thành Hội

Chủ động xây dựng kế hoạch/hướng dẫn truyền thông phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương; tổ chức triển khai đồng bộ các nội dung hướng dẫn; thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, bảo đảm trung thực, đầy đủ, có minh chứng đối chiếu; sử dụng kết quả truyền thông làm căn cứ đánh giá thi đua, khen thưởng hằng năm¹.

Căn cứ Hướng dẫn trên đây yêu cầu các ban, đơn vị, trung tâm trực thuộc Trung ương Hội và các tỉnh, thành Hội triển khai thực hiện, bảo đảm gắn kết quả truyền thông với thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của Hội.

Nơi nhận:

- TTTW Hội (để c/d);
- Như mục IV (để t/h);
- Lưu VT, ĐNTT.

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH, TỔNG THƯ KÝ



Nguyễn Hải Anh

¹ Kế hoạch về công tác truyền thông gửi về Ban Đối ngoại - Truyền thông Trung ương Hội (bantruyenthong@vnredcross.org.vn) trước ngày 30/01/2026. Báo cáo kết quả truyền thông định kỳ và theo sự kiện thực hiện theo yêu cầu của Ban Đối ngoại - Truyền thông và Văn phòng Trung ương Hội tùy từng thời điểm.