

Số: 354 /HD - TUHCTĐ

Hà Nội, ngày 27 tháng 10 năm 2026

HƯỚNG DẪN

**Truyền thông kỷ niệm 80 năm Ngày thành lập Hội Chữ thập đỏ Việt Nam
(23/11/1946 - 23/11/2026)**

Căn cứ Đề án tổ chức các hoạt động kỷ niệm 80 năm Ngày thành lập Hội Chữ thập đỏ Việt Nam (23/11/1946 - 23/11/2026), để các hoạt động kỷ niệm 80 năm được truyền thông thống nhất, có trọng tâm, gắn kết chặt chẽ với hoạt động thực tiễn và tạo sức lan tỏa sâu rộng trong xã hội, Trung ương Hội hướng dẫn công tác truyền thông, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH - YÊU CẦU:

1. Mục đích

- Tuyên truyền sâu rộng truyền thống 80 năm xây dựng, phát triển của Hội; khẳng định vai trò và những đóng góp thiết thực của Hội đối với người dân, cộng đồng; Khơi dậy niềm tự hào, tinh thần trách nhiệm và sự tham gia của các lực lượng trong hoạt động nhân đạo.

- Tăng cường nhận diện, uy tín và hình ảnh Hội; lan tỏa định hướng đổi mới, phát triển chuyên nghiệp, hiện đại trong giai đoạn mới.

2. Yêu cầu

- Bảo đảm thống nhất về thông điệp, nội dung và nhận diện; gắn truyền thông với các hoạt động, sự kiện trọng điểm kỷ niệm 80 năm.

- Triển khai đồng bộ, sáng tạo, phù hợp với điều kiện địa phương; phát huy hiệu quả các kênh truyền thông và tăng cường phối hợp trong toàn hệ thống Hội.

- Xác định rõ trách nhiệm, tiến độ và sản phẩm truyền thông; thường xuyên theo dõi, báo cáo, đánh giá hiệu quả và mức độ lan tỏa.

II. THÔNG ĐIỆP, NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG, KHẨU HIỆU

1. Thông điệp xuyên suốt: “80 năm kết nối triệu tấm lòng nhân ái”

Thông điệp thể hiện ba nội dung cốt lõi:

- Tám mươi năm truyền thống nhân đạo đồng hành cùng dân tộc: Kế thừa và phát huy tư tưởng nhân đạo Hồ Chí Minh, truyền thống đoàn kết, tương thân tương ái của dân tộc; làm rõ quá trình hình thành, xây dựng và phát triển của Hội qua các thời kỳ.

- Tám mươi năm kết nối nguồn lực, sẻ chia và tạo ra những giá trị thiết thực: Khẳng định vai trò nòng cốt, cầu nối, điều phối trong hoạt động nhân đạo của Hội; làm nổi bật những đóng góp cụ thể đối với người có hoàn cảnh khó khăn, người dễ bị tổn thương và cộng đồng.

- **Tiếp nối hành trình nhân ái bằng đổi mới và phát triển:** Lan tỏa tầm nhìn xây dựng Hội vững mạnh, chuyên nghiệp, hiện đại, tăng cường ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số, nâng cao chất lượng hoạt động, huy động và kết nối hiệu quả các nguồn lực vì cộng đồng.

Mọi nội dung, sản phẩm và hoạt động truyền thông kỷ niệm 80 năm cần bám sát thông điệp chung, bảo đảm thống nhất về định hướng nhưng linh hoạt, sáng tạo trong cách thể hiện, phù hợp với từng đối tượng công chúng và điều kiện thực tế của địa phương.

2. Các nội dung truyền thông trọng tâm

a) Lịch sử, truyền thống và những dấu mốc quan trọng của Hội

- Tuyên truyền về sự ra đời của Hội Hồng thập tự Việt Nam ngày 23/11/1946; tư tưởng nhân đạo Hồ Chí Minh và những lời căn dặn của Người đối với công tác nhân đạo.

- Làm rõ quá trình xây dựng, trưởng thành và phát triển của Hội qua các thời kỳ; những dấu mốc lịch sử, sự thay đổi về nhiệm vụ và phương thức hoạt động gắn với yêu cầu của đất nước và nhu cầu của người dân.

- Giới thiệu những thành tựu tiêu biểu trong công tác cứu trợ, phòng ngừa và ứng phó thảm họa, chăm sóc sức khỏe nhân dân, hiến máu tình nguyện, trợ giúp người có hoàn cảnh khó khăn và hợp tác quốc tế; sự quan tâm, lãnh đạo, chỉ đạo, ghi nhận của Đảng, Nhà nước đối với Hội.

b) Vai trò, vị thế và giá trị đặc thù của Hội trong giai đoạn mới

- Làm rõ sứ mệnh nhân đạo, vai trò nòng cốt, cầu nối, điều phối của Hội; nhấn mạnh giá trị của hoạt động nhân đạo có tổ chức, dựa trên nhu cầu, có sự tham gia của cộng đồng, hướng tới hiệu quả và tính bền vững.

- Làm nổi bật sáu giá trị đặc thù của Hội: Mạng lưới tổ chức rộng khắp; lực lượng tình nguyện viên; niềm tin xã hội; năng lực kết nối, huy động nguồn lực; năng lực hành động nhân đạo toàn diện, chuyên nghiệp; vị thế và quan hệ quốc tế. Khi truyền thông cần giải thích bằng các dẫn chứng, mô hình và kết quả thực tế, đồng thời phân biệt rõ sáu giá trị đặc thù này với bảy nguyên tắc cơ bản của Phong trào Chữ thập đỏ và Trăng lưỡi liềm đỏ quốc tế.

- Truyền thông định hướng phát triển Hội giai đoạn 2026 - 2031 theo Nghị quyết Đại hội XII; nhấn mạnh yêu cầu đổi mới nội dung, phương thức hoạt động, nâng cao tính chuyên nghiệp, tăng cường ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số, phát huy vai trò của lực lượng tình nguyện viên và xây dựng cộng đồng an toàn, tự cường, phát triển bền vững.

c) Thành tựu, mô hình và câu chuyện nhân đạo tiêu biểu

- Lựa chọn, giới thiệu các thành tựu, phong trào, cuộc vận động, mô hình hay, cách làm sáng tạo, công trình và phần việc nhân đạo có hiệu quả rõ ràng tại địa phương.

- Tôn vinh cán bộ Hội tận tụy, hội viên, thanh thiếu niên, tình nguyện viên tiêu biểu; tổ chức, doanh nghiệp, nhà hảo tâm đồng hành cùng Hội; đồng thời phản ánh những thay đổi tích cực trong cuộc sống của người được trợ giúp.

- Ưu tiên câu chuyện người thật, việc thật, có thông tin, hình ảnh, video và kết quả cụ thể; chú trọng tiếng nói, phẩm giá, sự chủ động và nỗ lực vươn lên của người được trợ giúp, tránh cách thể hiện hình thức hoặc chỉ nhấn mạnh việc trao tặng đơn thuần.

- Khuyến khích các địa phương cung cấp những mô hình có khả năng nhân rộng, sáng kiến mới, cách làm hiệu quả và bài học kinh nghiệm trong tổ chức hoạt động nhân đạo.

d) Truyền thông gắn với các hoạt động, sự kiện và phong trào thi đua kỷ niệm 80 năm

- Gắn nội dung truyền thông với các hoạt động/sự kiện hướng tới kỷ niệm 80 năm, đặc biệt là Đợt thi đua cao điểm “80 ngày hành động vì cộng đồng” và các hoạt động trọng điểm do Trung ương Hội tổ chức, phát động hoặc chủ trì.

- Đẩy mạnh truyền thông về những hành động nhân đạo thiết thực, khuyến khích cán bộ, hội viên, thanh thiếu niên, tình nguyện viên, tổ chức, doanh nghiệp và người dân tham gia; chuyển hóa niềm tự hào về truyền thống 80 năm thành hành động cụ thể vì cộng đồng.

- Mỗi hoạt động, sự kiện cần xác định rõ mục tiêu truyền thông, đối tượng công chúng, thông điệp, thời điểm triển khai, kênh truyền thông và sản phẩm đầu ra; bảo đảm truyền thông trước, trong và sau hoạt động, phản ánh cả quá trình thực hiện và kết quả đạt được.

3. Các khẩu hiệu truyền thông:

- 80 năm Hội Chữ thập đỏ Việt Nam - Tự hào truyền thống, vững bước tương lai!
- 80 năm - Một hành trình nhân ái, triệu tấm lòng sẻ chia!
- Phát huy truyền thống 80 năm - Lan tỏa lòng nhân ái, kết nối yêu thương!
- Tự hào 80 năm Hội Chữ thập đỏ Việt Nam - Vì mọi người, ở mọi nơi!
- 80 năm bền bỉ phụng sự - Nối nhịp yêu thương, vun đắp niềm tin!
- Tiếp nối hành trình nhân ái - Chung sức vì cộng đồng!
- Đổi mới, chuyên nghiệp, kết nối nguồn lực - Vì một cộng đồng nhân ái, an toàn và tự cường!

- Mỗi cán bộ, hội viên, tình nguyện viên - Một tấm lòng nhân ái, một hành động thiết thực!

- Kết nối sức mạnh cộng đồng - Lan tỏa giá trị nhân đạo Việt Nam!

- 80 năm kết nối triệu tấm lòng nhân ái - Chung sức hôm nay, kiến tạo tương lai!

III. LỘ TRÌNH TRUYỀN THÔNG

1. Giai đoạn 1 - Chuẩn bị và khởi động (từ ngày 23/10 đến 31/10/2026):
Công bố thông điệp “80 năm kết nối triệu tấm lòng nhân ái”; giới thiệu ý nghĩa

kỷ niệm, lịch sử và truyền thống của Hội; triển khai bộ nhận diện, sản phẩm truyền thông chung, tạo sự thống nhất và huy động sự tham gia của toàn hệ thống Hội.

2. Giai đoạn 2 - Lan tỏa hành động và giá trị nhân đạo (từ ngày 01/11 đến 15/11/2026): Đẩy mạnh truyền thông các hoạt động hướng tới kỷ niệm 80 năm, đợt thi đua cao điểm “80 ngày hành động vì cộng đồng”, những thành tựu, mô hình hiệu quả, câu chuyện nhân đạo và gương điển hình; tăng cường phối hợp với báo chí, truyền thông và lan tỏa trên các nền tảng số.

3. Giai đoạn 3 - Cao điểm truyền thông (từ ngày 16/11 đến 23/11/2026): Tăng cường tần suất truyền thông, tập trung giới thiệu những dấu mốc, thành tựu nổi bật và các hoạt động trọng điểm của Trung ương Hội, địa phương. Trong hai ngày 22 và 23/11/2026, đồng loạt lan tỏa thông điệp, hình ảnh, tin, bài, phóng sự và các sản phẩm truyền thông về chuỗi sự kiện kỷ niệm, đặc biệt là Lễ kỷ niệm 80 năm Ngày thành lập Hội Chữ thập đỏ Việt Nam và Ngày Cộng đồng.

4. Giai đoạn 4 - Tổng kết và tiếp nối (từ ngày 24/11 đến 30/11/2026): Truyền thông kết quả, dấu ấn và những con số nổi bật của các hoạt động kỷ niệm; lan tỏa các mô hình, sáng kiến tiêu biểu, khẳng định thành tựu 80 năm và định hướng phát triển của Hội trong giai đoạn mới.

IV. HÌNH THỨC, KÊNH TRUYỀN THÔNG VÀ YÊU CẦU VỀ SẢN PHẨM

1. Đa dạng hóa hình thức, phát huy hiệu quả các kênh truyền thông

- **Kênh truyền thông của Hội:** Tăng cường đăng tải trên website, Fanpage, Zalo OA và các nền tảng số chính thức của Hội; ưu tiên nội dung ngắn gọn, trực quan, dễ tiếp cận, có khả năng chia sẻ và tương tác. Chủ động chia sẻ các sản phẩm truyền thông chính thức của Trung ương Hội theo từng đợt và sự kiện.

- **Báo chí và truyền thông đại chúng:** Chủ động phối hợp với cơ quan báo chí, truyền thông địa phương xây dựng tin, bài, phóng sự, tọa đàm và các sản phẩm có chiều sâu; cung cấp thông tin, tư liệu, hình ảnh, nhân vật và kết quả thực tế; ưu tiên nội dung có tính phát hiện, phản ánh tác động xã hội và những đổi mới trong hoạt động nhân đạo.

- **Truyền thông trực quan và tại cộng đồng:** Tổ chức băng rôn, phướn dọc, pano, áp phích, standee tại trụ sở Hội, địa điểm tổ chức sự kiện và không gian công cộng phù hợp theo quy định; lồng ghép thông điệp kỷ niệm trong hội nghị, sinh hoạt Hội, tập huấn, giao lưu, tôn vinh điển hình và hoạt động cộng đồng.

- **Truyền thông qua mạng lưới cán bộ, hội viên, tình nguyện viên và đối tác:** Khuyến khích các lực lượng chủ động chia sẻ thông tin chính thống, giới thiệu những câu chuyện nhân đạo và tham gia các hoạt động truyền thông phù hợp; phát huy vai trò của thanh thiếu niên, tình nguyện viên và những người có khả năng kết nối cộng đồng.

2. Yêu cầu về sản phẩm truyền thông

2.1. Bảo đảm sản phẩm truyền thông tương xứng với từng hoạt động

Đối với các hoạt động trọng điểm do Trung ương Hội tổ chức, phát động hoặc chủ trì, các địa phương cần chủ động phối hợp, chia sẻ và lan tỏa thông tin theo hướng dẫn; bảo đảm các sự kiện lớn được hỗ trợ truyền thông tương xứng với quy mô, ý nghĩa và mục tiêu của hoạt động.

Tùy tính chất từng sự kiện, sản phẩm truyền thông có thể gồm: Tin, bài trước sự kiện; thông cáo hoặc nội dung cung cấp cho báo chí; bộ ảnh; video ngắn; phóng sự; đồ họa thông tin; câu chuyện nhân đạo; nội dung tương tác; bài tổng kết kết quả và các sản phẩm truyền thông phù hợp khác.

Đối với hoạt động do địa phương tổ chức, cần xác định sản phẩm đầu ra ngay từ khâu lập kế hoạch, ưu tiên những nội dung có giá trị thông tin, hình ảnh rõ nét, số liệu cụ thể và khả năng lan tỏa trên nhiều kênh. Khuyến khích các địa phương gửi sớm thông tin, tư liệu, nhân vật và kết quả để Trung ương Hội phối hợp lựa chọn, biên tập và phát hành trên các kênh truyền thông toàn hệ thống.

- Bảo đảm tính chính xác, thống nhất về lịch sử, số liệu, tên gọi, mốc thời gian, trích dẫn và thông tin về các hoạt động của Hội; sử dụng tư liệu có nguồn rõ ràng, được kiểm tra trước khi công bố.

- Thực hiện đúng quy định về nhận diện thương hiệu, sử dụng logo và các tài liệu truyền thông kỷ niệm 80 năm do Trung ương Hội hướng dẫn.

V. CHẾ ĐỘ THÔNG TIN VÀ BÁO CÁO

1. Báo cáo kết quả hoạt động truyền thông cần phản ánh được các nội dung chính: Hoạt động đã triển khai; sản phẩm truyền thông đã thực hiện; kênh truyền thông sử dụng; số liệu tiếp cận, tương tác và chia sẻ theo dữ liệu thống kê của từng nền tảng; kết quả phối hợp với báo chí và các kênh/hình thức truyền thông khác; những mô hình, câu chuyện có sức lan tỏa; khó khăn, vướng mắc và đề xuất, kiến nghị.

Báo cáo gửi về Trung ương Hội (qua Ban Đối ngoại – Truyền thông, email: bantruyenthong@vnredcross.org.vn), trước ngày 05/12/2026.

2. Đánh giá hiệu quả truyền thông:

Việc đánh giá kết quả không chỉ căn cứ vào số lượng tin, bài hoặc sản phẩm đã đăng tải mà cần xem xét đồng thời:

- **Mức độ triển khai:** Số hoạt động được truyền thông; số lượng và chất lượng sản phẩm; mức độ thực hiện kế hoạch, tiến độ và yêu cầu truyền thông đã xác định.

- **Khả năng tiếp cận công chúng, mức độ tương tác, lan tỏa; giá trị và tác động truyền thông:** Lướt tiếp cận, lượt xem, lượt tương tác (chia sẻ, bình luận, thích) theo số liệu của từng kênh; số lượng tin, bài, phóng sự được cơ quan báo chí đăng tải; mức độ tham gia của cán bộ, hội viên, tình nguyện viên, đối tác và công chúng; những chuyển biến trong nhận thức, sự quan tâm và tham gia của cộng đồng.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Trung ương Hội:

- **Ban Đối ngoại - Truyền thông:** Chủ trì tham mưu hướng dẫn công tác truyền thông, bảo đảm thống nhất trong toàn hệ thống; phối hợp với các ban, đơn vị xây dựng nội dung, tiến độ và sản phẩm truyền thông cho các sự kiện trọng điểm; cung cấp đề cương tuyên truyền, bộ nhận diện; tiếp nhận, biên tập, lan tỏa thông tin từ địa phương và phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông; Theo dõi, đôn đốc, tổng hợp báo cáo đánh giá kết quả truyền thông.

- **Các ban, đơn vị khác:** Phối hợp cung cấp thông tin, tư liệu, số liệu, hình ảnh và kết quả hoạt động thuộc lĩnh vực phụ trách; chủ động đề xuất nội dung, nhân vật, mô hình tiêu biểu phục vụ truyền thông các hoạt động/sự kiện kỷ niệm 80 năm; hỗ trợ triển khai các nhiệm vụ truyền thông theo phân công.

2. Hội Chữ thập đỏ các tỉnh, thành phố

- Căn cứ hướng dẫn của Trung ương Hội, xây dựng kế hoạch truyền thông phù hợp với địa phương, xác định rõ hoạt động trọng tâm, đối tượng, thông điệp, kênh truyền thông và phân công thực hiện.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan, cơ quan báo chí, truyền thông và các lực lượng đồng hành triển khai hoạt động; chủ động sản xuất, đăng tải nội dung trên các kênh của đơn vị và kịp thời lan tỏa sản phẩm truyền thông của Trung ương Hội.

- Lựa chọn, cung cấp tin, bài, hình ảnh, video, câu chuyện nhân đạo, gương điển hình và kết quả hoạt động tiêu biểu về Ban Đối ngoại - Truyền thông để phối hợp lan tỏa.

- Theo dõi, thống kê, báo cáo đánh giá kết quả truyền thông.

Căn cứ nội dung Hướng dẫn trên đây Trung ương Hội yêu cầu các ban, đơn vị Trung ương Hội, các tỉnh, thành Hội quan tâm chỉ đạo, tổ chức triển khai nghiêm túc, chủ động và sáng tạo các nội dung hướng dẫn; bảo đảm công tác truyền thông kỷ niệm 80 năm được thực hiện thống nhất, thiết thực, hiệu quả, góp phần lan tỏa thông điệp “80 năm kết nối triệu tấm lòng nhân ái” trong toàn xã hội. ✓

Nơi nhận:

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



KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH



Nguyễn Sỹ Trường