

Hà Nội, ngày 19 tháng 5 năm 2026

Kính gửi: Hội Chữ thập đỏ các tỉnh, thành phố

Trong thời gian qua, Trang tin điện tử (Website) và Fanpage Hội Chữ thập đỏ các cấp đã tích cực thông tin, tuyên truyền về các hoạt động nhân đạo, trợ giúp cộng đồng. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác truyền thông trên nền tảng số của Hội vẫn còn một số hạn chế như: Nội dung còn nặng tính báo cáo, tường thuật hoạt động; chưa phù hợp với đặc trưng của mạng xã hội; hình ảnh thiếu điểm nhấn; thiếu các nội dung mang tính cảm xúc, câu chuyện và tương tác cộng đồng.

Trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia đang được đẩy mạnh theo tinh thần Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị, việc tăng cường đổi mới, nâng cao chất lượng nội dung và phương thức truyền thông trên môi trường số có ý nghĩa quan trọng, góp phần lan tỏa hình ảnh, vai trò và các giá trị nhân đạo của Hội Chữ thập đỏ Việt Nam trong xã hội. Nhằm tiếp tục đổi mới công tác truyền thông số, nâng cao chất lượng nội dung truyền thông trên Website và Fanpage Hội Chữ thập đỏ các cấp, phù hợp với xu hướng truyền thông hiện nay, Trung ương Hội yêu cầu Hội Chữ thập đỏ các tỉnh, thành phố quan tâm triển khai một số nội dung sau:

1. Yêu cầu chung:

- Lãnh đạo Hội Chữ thập đỏ các tỉnh, thành phố quan tâm chỉ đạo công tác truyền thông số; phân công cán bộ phụ trách, bảo đảm duy trì thường xuyên hoạt động của Website, Fanpage và các nền tảng số của Hội.
- Nội dung, hình ảnh và các sản phẩm truyền thông đăng tải trên Website, Fanpage và các nền tảng số của Hội cần bảo đảm tính thống nhất về nhận diện, thông điệp và hình ảnh tổ chức trong toàn hệ thống, góp phần xây dựng hình ảnh Hội Chữ thập đỏ Việt Nam chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại.
- Nội dung truyền thông cần phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng, tăng cường hiệu quả lan tỏa, kết nối cộng đồng và tương tác trên môi trường số.
- Duy trì tần suất đăng tải thông tin phù hợp trên Website và Fanpage nhằm bảo đảm tính cập nhật, duy trì tương tác và nâng cao hiệu quả truyền thông của Hội trên môi trường số (tối thiểu 05 bài/tuần trên Fanpage, 03 tin bài/tuần trên website, không để trống nội dung quá 03 ngày).
- Kết quả duy trì và chất lượng hoạt động truyền thông số sẽ là một trong những tiêu chí xem xét thi đua, khen thưởng hằng năm.

2. Định hướng đối với Website

2.1. Nội dung Website

- Website là kênh thông tin chính thống của Hội, bảo đảm chức năng: (i) Thông tin đầy đủ, chính xác về hoạt động của Hội; (ii) Lưu trữ, tra cứu thông tin; (iii) Tuyên truyền chủ trương, hoạt động, mô hình, phong trào của Hội.

- Nội dung đăng tải trên Website cần: (i) Bảo đảm tính chính xác, khách quan; (ii) Có đầy đủ thông tin về hoạt động, sự kiện; (iii) Văn phong rõ ràng, mạch lạc, phù hợp với báo chí, truyền thông chính thống.

- Các tin, bài trên Website cần được biên tập kỹ trước khi đăng tải; hạn chế lỗi chính tả, lỗi kỹ thuật và sử dụng hình ảnh chất lượng thấp.

2.2. Đối với tin, bài Website

a) Đối với tin hoạt động

- Nội dung bảo đảm các yếu tố cơ bản: Chủ thể hoạt động; Địa điểm; Thời gian; Nội dung hoạt động; Kết quả, ý nghĩa.

- Tít bài ngắn gọn, rõ nội dung, tránh giật tít hoặc sử dụng ngôn ngữ thiếu chuẩn mực.

- Trường hợp trong cùng một thời điểm có nhiều hoạt động tương tự tại địa phương, cần tổng hợp thành tin chung hoặc lựa chọn hoạt động tiêu biểu để phản ánh.

b) Đối với bài viết

- Khuyến khích xây dựng các bài viết: Giới thiệu gương người tốt - việc thiện; Mô hình hay, cách làm sáng tạo, hiệu quả; Các hoạt động có tác động xã hội tích cực; Các vấn đề cộng đồng, nhân đạo được xã hội quan tâm.

- Khuyến khích tăng cường các bài viết: Có chiều sâu; Có phân tích, góc nhìn; Có câu chuyện thực tế và giá trị nhân văn.

2.3. Đối với sản phẩm trực quan: Khuyến khích sản xuất, sáng tạo infographic, ảnh đồ họa, video clip ngắn nhằm tăng tính sinh động, dễ tiếp cận và nâng cao hiệu quả truyền tải thông tin trên Website.

3. Định hướng đối với Fanpage/mạng xã hội

3.1. Nội dung Fanpage/mạng xã hội

- Fanpage là kênh truyền thông số có tính lan tỏa, kết nối và tương tác cộng đồng, do đó nội dung cần phù hợp với đặc trưng nền tảng mạng xã hội.

- Nội dung Fanpage cần chuyển mạnh từ cách tiếp cận “đưa tin hoạt động” sang “kể chuyện - lan tỏa cảm xúc - truyền cảm hứng nhân đạo”. Ưu tiên các nội dung: Có yếu tố con người; Có câu chuyện, cảm xúc; Có tính tương tác; Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng.

- Không sử dụng nguyên văn nội dung Website để đăng tải trên Fanpage nếu chưa biên tập phù hợp với đặc trưng nền tảng mạng xã hội.

3.2. Các nhóm nội dung ưu tiên trên Fanpage

a) Câu chuyện người thật - việc thật

- Ưu tiên khai thác: Người được trợ giúp; Tình nguyện viên; Cán bộ Hội; Nhà tài trợ, người đồng hành; Những hoàn cảnh vượt khó, truyền cảm hứng.

- Khuyến khích sử dụng: Lời nói thật; Chi tiết đời thường; Khoảnh khắc tự nhiên, giàu cảm xúc.

b) Khoảnh khắc cảm xúc

- Ưu tiên các hình ảnh: Nụ cười; Ánh mắt; Cái nắm tay; Hành động sẻ chia; Khoảnh khắc tương tác giữa người với người.

Không nhất thiết phản ánh toàn bộ chương trình, sự kiện.

c) Nội dung vận động, kêu gọi sự tham gia, đồng hành cùng các phong trào, chiến dịch của Hội.

Nội dung cần: Ngắn gọn; Dễ hiểu; Có thông tin rõ ràng về thời gian, địa điểm, hình thức tham gia.

d) Nội dung kiến thức, thông tin hữu ích

- Khuyến khích xây dựng các nội dung: Kiến thức hiến máu tình nguyện; Kỹ năng sơ cấp cứu; Vệ sinh, nước sạch; Phòng chống thiên tai, dịch bệnh; Kỹ năng an toàn cộng đồng.

- Nội dung cần: Đơn giản; Dễ hiểu; Có giá trị thực tiễn.

đ) Nội dung tương tác cộng đồng

Khuyến khích: Đặt câu hỏi ngắn; Khuyến khích chia sẻ trải nghiệm; Tạo sự tham gia tự nhiên của người theo dõi.

3.3. Yêu cầu đối với bài đăng Fanpage

- Khuyến khích áp dụng cấu trúc: (i) Mở đầu ngắn gọn, tạo cảm xúc hoặc gây chú ý; (ii) Nội dung chính có nhân vật, chi tiết cụ thể; (iii) Kết thúc bằng lời kêu gọi chia sẻ, tham gia hoặc lan tỏa thông điệp.

- Caption: Ngắn gọn, dễ đọc; Hạn chế văn phong hành chính; Khuyến khích dung lượng từ 50 - 150 từ.

3.4. Yêu cầu đối với hình ảnh, thiết kế Fanpage

- Ưu tiên sử dụng: Ảnh cận nhân vật; Ảnh có cảm xúc, hành động; Ảnh thể hiện rõ tinh thần nhân đạo, sẻ chia.

- Hạn chế: Ảnh dàn hàng ngang; Ảnh đông người; Ảnh mang tính thủ tục; Ảnh chất lượng thấp hoặc thiếu điểm nhấn.

- Khuyến khích các tỉnh, thành Hội: Sử dụng mẫu thiết kế thống nhất; Hạn chế lạm dụng quá nhiều chữ hoặc hiệu ứng trên ảnh.

3.5. Đa dạng hóa sản phẩm truyền thông số

- Khuyến khích các tỉnh, thành Hội chủ động xây dựng các sản phẩm truyền thông số phù hợp với nền tảng mạng xã hội như: Infographic; Clip ngắn; Bộ ảnh; Thiết kế trích dẫn lời phát biểu, thông điệp nhân đạo.

- Nội dung các sản phẩm cần: Ngắn gọn; Dễ hiểu; Có tính trực quan; Phù hợp xu hướng tiếp cận trên nền tảng số.

- Khuyến khích tăng cường các video ngắn, hình thức kể chuyện trực quan, các nội dung có khả năng tương tác và lan tỏa cộng đồng trên mạng xã hội.

4. Đối với tin, bài gửi đăng tải trên website/fanpage Trung ương Hội

- Tin, bài cần được gửi sớm ngay sau khi hoạt động, sự kiện cấp tỉnh diễn ra nhằm bảo đảm tính thời sự, nâng cao hiệu quả lan tỏa và tương tác trên các nền tảng số.

- Khuyến khích các địa phương lựa chọn, gửi các nội dung có giá trị lan tỏa, mô hình hay, cách làm sáng tạo, câu chuyện về sự thay đổi của người hưởng lợi, gương người tốt - việc thiện, các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như infographic, video ngắn, ảnh quote visual... Ưu tiên các nội dung có chiều sâu, yếu tố cảm xúc, khả năng tương tác cộng đồng; hạn chế các tin, bài mang tính tường thuật hoạt động đơn thuần, ít giá trị lan tỏa. Mỗi tỉnh, thành Hội phần đầu có ít nhất 01 tin, 01 bài viết/tháng đăng tải trên website và fanpage Trung ương Hội.

- Hình ảnh gửi đăng tải cần bảo đảm chất lượng, độ phân giải phù hợp; ưu tiên gửi file ảnh gốc, hạn chế gửi qua các nền tảng làm giảm chất lượng ảnh; có chú thích đầy đủ, rõ ràng.

- Ghi rõ thông tin đơn vị, người liên hệ, thời gian, địa điểm hoạt động và chủ động biên tập nội dung phù hợp với đặc trưng từng nền tảng truyền thông trước khi gửi đăng tải.

- Tin, bài, hình ảnh gửi đăng tải trên Website và Fanpage Trung ương Hội gửi về Ban Đối ngoại - Truyền thông Trung ương Hội qua địa chỉ email: bantruyenthong@vnredcross.org.vn.

Căn cứ hướng dẫn trên đây, yêu cầu Hội Chữ thập đỏ các tỉnh, thành phố chủ động rà soát, nâng cao chất lượng nội dung đăng tải trên Website và Fanpage; tăng cường phát hiện, khai thác các câu chuyện nhân đạo, hình ảnh giàu cảm xúc, có giá trị lan tỏa tại cơ sở nhằm góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông và hình ảnh hoạt động của Hội trong cộng đồng. /

Nơi nhận:

- Như trên (để t/h);
- BBT TIẾT TỰ Hội (để p/h t/h);
- Thường trực TƯ Hội (để c/d);
- Lưu: VT, ĐNTT.

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH, TÓNG THƯ KÝ



Nguyễn Hải Anh