PHỤ LỤC I
Bộ nhận diện và thông điệp tuyên truyền hưởng ứng Tháng hành động

(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày tháng năm 2026 của Ủy ban nhân dân phường Đăk Cấm)

I. BỘ NHẬN DIỆN TRUYỀN THÔNG

1. Hình ảnh



C0 M70 Y100 K0

R243 G112 B33

- Nhìn thoáng là 1 trái tim.
- Ngắm kỹ là một con người được ghép từ 2 hình người đang ôm nhau, hòa nhập thành một.
- Hình ảnh biểu đạt cảm xúc yêu thương, gắn kết khăng khít, gần gũi.
- Hai cánh tay ôm nhau kết thành hình ảnh chiếc ruy băng trắng - là biểu tượng của chiến dịch toàn cầu lớn nhất của nam giới, bắt đầu từ năm 1991, nhằm chống lại bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái, thúc đẩy bình đẳng giới. Hiện nay, chiến dịch đã được thực hiện tại hơn 57 quốc gia trên thế giới.

2. Màu sắc: Màu cam đã được Liên hiệp quốc lựa chọn là màu biểu tượng cho chiến dịch toàn cầu về xóa bỏ bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái. Ruy băng màu trắng là biểu tượng của chiến dịch truyền thông của nam giới nhằm kêu gọi xóa bỏ bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái trên toàn thế giới.

II. THÔNG ĐIỆP TUYÊN TRUYỀN

1. Chủ đề Tháng hành động: ***"Bình đẳng giới trong lao động, sản xuất - động lực tăng trưởng kinh tế, bảo đảm tiến bộ và công bằng xã hội"***

2. Khẩu hiệu, thông điệp truyền thông

2.1. Hưởng ứng Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới năm 2026!

2.2. Hưởng ứng Ngày Quốc tế xóa bỏ bạo lực đối với phụ nữ 25/11/2026!

2.3. Bình đẳng giới trong lao động, sản xuất - động lực tăng trưởng kinh tế, bảo đảm tiến bộ và công bằng xã hội!

2.4. Không ai bị bỏ lại phía sau trong thụ hưởng thành quả lao động và phát triển!

2.5. Bình đẳng giới: Chung sức phát triển, chia sẻ thành công!

2.6. Bình đẳng giới: Cùng lao động, cùng sáng tạo, cùng phát triển!

2.7. Nam giới tiên phong thúc đẩy bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới!

2.8. Thúc đẩy bình đẳng giới và nâng cao năng lực, quyền năng kinh tế cho phụ nữ!

2.9. Đảm bảo an sinh xã hội là nền tảng thúc đẩy bình đẳng giới và phát triển bền vững đất nước!

2.10. Hành động ngay hôm nay, bình đẳng giới trong tầm tay!

2.11. Chấm dứt bạo lực, vun đắp và lan tỏa yêu thương!

2.12. Chủ động phòng ngừa và ứng phó với bạo lực, xâm hại tình dục đối với phụ nữ và trẻ em!

2.13. Kiên quyết đấu tranh với các hành vi phân biệt đối xử và bạo lực trên không gian mạng!

2.14. Hãy hành động vì cộng đồng bình đẳng, văn minh, an toàn và không bạo lực!

2.15**.** Nam, nữ bình đẳng, xã hội văn minh, gia đình hạnh phúc!

PHỤ LỤC II
ĐỀ CƯƠNG BÁO CÁO

(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày tháng năm 2026 của Ủy ban nhân dân phường Đăk Cấm)

I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO, ĐIỀU HÀNH

1. Ban hành văn bản chỉ đạo, hướng dẫn

- Tình hình ban hành Kế hoạch/văn bản chỉ đạo tổ chức các hoạt động truyền thông hưởng ứng Tháng hành động năm 2026 của cơ quan, đơn vị.

- Việc chỉ đạo, phân công nhiệm vụ cụ thể cho các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, trường học và địa phương trực thuộc (đặc biệt là Ban Vì sự tiến bộ của phụ nữ các cấp).

2. Bố trí và huy động nguồn lực thực hiện

- Kinh phí bố trí cho công tác truyền thông Tháng hành động năm 2026 (ngân sách nhà nước cấp, kinh phí chi thường xuyên, kinh phí lồng ghép các CTMTQG, đề án liên quan).

- Huy động nguồn lực xã hội hóa (tài trợ của doanh nghiệp, tổ chức quốc tế, nguồn lực hợp pháp khác).

II. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI CÁC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG NĂM 2026

1. Tổ chức Lễ phát động và các sự kiện truyền thông cao điểm

- Tổ chức Lễ phát động cấp cơ quan/địa phương: Hình thức (trực tiếp/trực tuyến), quy mô, số lượng đại biểu tham dự (lãnh đạo các cấp, đại diện nam giới, người lao động, học sinh - sinh viên).

- Các hoạt động điểm nhấn hưởng ứng Tháng hành động.

2. Công tác truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng và mạng xã hội

a) Trên các loại hình báo chí: Xây dựng, đăng tải, phát sóng tin, bài, phóng sự, chuyên trang, chuyên mục, tọa đàm về bình đẳng giới trong lao động, sản xuất; nâng cao quyền năng kinh tế, xã hội cho phụ nữ trong bối cảnh chuyển đổi số. Theo dõi, tổng hợp số lượng sản phẩm đã đăng tải, phát sóng để đánh giá kết quả tuyên truyền.

b) Hệ thống truyền thanh cơ sở (loa truyền thanh xã, phường, đặc khu, thôn, tổ dân phố): Tiếp âm, biên soạn bản tin ngắn phát thanh định kỳ trong đợt cao điểm từ đầu tháng 11/2026 đến ngày 15/12/2026.

c) Trên các nền tảng số và mạng xã hội: Sản xuất, đăng tải, chia sẻ video

ngắn, infographic, podcast và các thông điệp truyền thông bám sát chủ đề Tháng hành động năm 2026; chú trọng kỹ năng bảo đảm an toàn, phòng ngừa bạo lực, xâm hại phụ nữ và trẻ em trên môi trường số. Tăng cường tương tác, lan tỏa mô hình hiệu quả, câu chuyện tích cực về bình đẳng giới.

3. Tình hình truyền thông trực quan và truyền thông lưu động

4. Tình hình tổ chức các diễn đàn, tọa đàm, hội thảo, tập huấn và hội thi chuyên đề

5. Truyền thông gắn liền với thực hiện chính sách an sinh xã hội và vận động nguồn lực

- Hoạt động biểu dương, tôn vinh các gương điển hình tiên tiến: người lao động tiêu biểu, phụ nữ vượt khó làm kinh tế giỏi; nam giới tiên phong chia sẻ công việc gia đình và tích cực hành động vì bình đẳng giới.

- Truyền thông vận động các gói hỗ trợ an sinh xã hội: Thăm hỏi, tặng quà Mẹ Việt Nam Anh hùng, hỗ trợ phụ nữ nghèo, trẻ em có hoàn cảnh khó khăn, hỗ trợ sinh kế, trao học bổng, nhà tình nghĩa.

- Truyền thông, quảng bá công khai về đường dây nóng hỗ trợ người bị bạo lực trên cơ sở giới.

- Khen thưởng các mô hình vận hành hiệu quả các dịch vụ trợ giúp pháp lý, y tế, tâm lý cho nạn nhân bị bạo lực trên cơ sở giới.

6. Công tác kiểm tra liên ngành

- Việc thành lập các đoàn kiểm tra của chính quyền các cấp và Đoàn làm việc của Ban Vì sự tiến bộ của phụ nữ các cấp về việc thực thi chính sách pháp luật về bình đẳng giới và tổ chức các hoạt động truyền thông hưởng ứng Tháng hành động tại các đơn vị, địa phương, doanh nghiệp có đông lao động nữ.

- Kết quả kiểm tra, chấn chỉnh và phát hiện các hành vi vi phạm (nếu có).

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Ưu điểm

2. Khó khăn, tồn tại, hạn chế

3. Bài học kinh nghiệm

IV. KIẾN NGHỊ VÀ ĐỀ XUẤT

1. Kiến nghị đối với Chính phủ, các bộ, ngành Trung ương (hoàn thiện văn bản chỉ đạo, bổ sung định mức kinh phí, xây dựng tài liệu mẫu chuẩn hóa...).

2. Đề xuất đối với Bộ Nội vụ (hướng dẫn nghiệp vụ, tài liệu truyền thông số, phối hợp tổ chức các chiến dịch truyền thông đa phương tiện...).

3. Đề xuất đối với Ủy ban nhân dân cấp tỉnh/Lãnh đạo cơ quan chủ quản.

(Kèm theo Báo cáo số liệu thống kê chi tiết tại Phụ lục đính kèm)

THỦ TRƯỞNG CƠ QUAN / ĐƠN VỊ
(Ký, ghi rõ họ tên và đóng dấu)

PHỤ LỤC
SỐ LIỆU TỔNG HỢP KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG THÁNG HÀNH ĐỘNG NĂM 2026

STT	Nội dung	Số văn bản/cuộc	Cấp ban hành/tổ chức	Lượt người		Ghi chú
				Nam	Nữ	
I	**Công tác chỉ đạo, nguồn lực**					
1	Số văn bản chỉ đạo, kế hoạch truyền thông ban hành - Cấp tỉnh - Cấp xã					
2	Tổng kinh phí chi cho hoạt động truyền thông - Trong đó: Ngân sách nhà nước bố trí - Nguồn huy động xã hội hóa, tài trợ hợp pháp					
II	**Sự kiện truyền thông**					
1	Các sự kiện truyền thông (Lễ phát động, tọa đàm, hội thảo, tập huấn...) - Trong đó: Cấp tỉnh - Cấp xã					Trực tiếp/trực tuyến
III	**Truyền thông trực quan (pano, áp-phích, băng rôn...)**					
IV	**Truyền thông trên báo chí, truyền hình, mạng xã hội, nền tảng số**					
V	**Các hoạt động an sinh xã hội, thăm hỏi, hỗ trợ phụ nữ, trẻ em**					