

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 1477/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 04 tháng 8 năm 2026

QUYẾT ĐỊNH

**Ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN
giai đoạn 2026 - 2030**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 18 tháng 02 năm 2025;

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 16 tháng 6 năm 2025;

Căn cứ Nghị định số 72/2015/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2015 của Chính phủ về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 148/2026/NĐ-CP ngày 12 tháng 5 năm 2026 của Chính phủ;

Căn cứ Kết luận số 57-KL/TW ngày 15 tháng 6 năm 2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị quyết số 06-NQ/TW ngày 19 tháng 5 năm 2026 của Bộ Chính trị về triển khai đường lối đối ngoại Đại hội XIV của Đảng;

Căn cứ Nghị quyết số 47/NQ-CP ngày 15 tháng 4 năm 2024 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ đến năm 2030 thực hiện Kết luận số 57-KL/TW ngày 15 tháng 6 năm 2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới;

Căn cứ Nghị quyết số 153/NQ-CP ngày 31 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ triển khai Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24 tháng 01 năm 2025 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế trong tình hình mới;

Căn cứ Quyết định số 47/2025/QĐ-TTg ngày 11 tháng 12 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế phối hợp hoạt động của các cơ quan tham gia hợp tác ASEAN;

Căn cứ Quyết định số 155/QĐ-TTg ngày 20 tháng 01 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình hành động thực hiện Kế hoạch chiến lược Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN tại Việt Nam giai đoạn 2026 - 2035;

Căn cứ Quyết định số 608/QĐ-TTg ngày 03 tháng 4 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình hành động thực hiện Kế hoạch chiến lược Cộng đồng Kinh tế ASEAN tại Việt Nam giai đoạn 2026 - 2030 và 2031 - 2035;

Căn cứ Quyết định số 71/QĐ-TTg ngày 21 tháng 4 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình hành động thực hiện Kế hoạch chiến lược Cộng đồng Chính trị - An ninh ASEAN tại Việt Nam giai đoạn 2026 - 2035;

Căn cứ Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27 tháng 01 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3. Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chịu trách nhiệm chủ trì tổ chức triển khai, hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra việc thực hiện Kế hoạch; định kỳ tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ kết quả thực hiện.

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, các cơ quan báo chí, xuất bản và Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện các nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch ban hành kèm theo Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Ủy ban trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các tổ chức chính trị - xã hội;
- Đài Truyền hình Việt Nam;
- Đài Tiếng nói Việt Nam;
- Thông tấn xã Việt Nam;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, Các Vụ, Cục, Công báo;
- Lưu: VT, QHQT (2). VH

**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**



Phạm Thị Thanh Trà



THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

KẾ HOẠCH

Truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030

(Kèm theo Quyết định số 1477/QĐ-TTg

ngày 04 tháng 8 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

Căn cứ chủ trương, đường lối của Đảng về thông tin đối ngoại, hội nhập quốc tế và đường lối đối ngoại Đại hội XIV của Đảng, căn cứ Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 và các Kế hoạch chiến lược đã được thông qua tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 46, cùng các Chương trình hành động của Chính phủ; Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN giai đoạn 2026 - 2030, cụ thể như sau:

I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, YÊU CẦU

1. Quan điểm

- Truyền thông về vai trò quan trọng của ASEAN trong công tác thông tin đối ngoại là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng, góp phần thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tiên phong kiến tạo không gian phát triển mới, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa và chủ động, tích cực hội nhập quốc tế của Việt Nam.

- Bảo đảm sự thống nhất trong định hướng thông tin đối ngoại; bám sát các chủ trương, chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước, đặc biệt là vai trò của ASEAN trong tổng thể chính sách đối ngoại của Việt Nam.

- Kết hợp chặt chẽ giữa thông tin đối nội và thông tin đối ngoại; giữa truyền thông chính sách với quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, vai trò và vị thế của Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN và trong quan hệ giữa ASEAN với các đối tác.

- Phát huy vai trò chủ thể của người dân, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, thanh niên và các lực lượng truyền thông số trong tham gia, thụ hưởng và lan tỏa các giá trị của tiến trình hợp tác ASEAN.

- Lấy người dân làm trung tâm của hoạt động truyền thông; đẩy mạnh chuyển đổi số, phát huy sức mạnh mềm quốc gia và hiệu quả lan tỏa xã hội trong công tác thông tin đối ngoại về ASEAN.

2. Mục tiêu

- Truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của cả hệ thống chính trị, người dân, doanh nghiệp và cộng đồng quốc tế, đặc biệt là các đối tác của ASEAN về

Cộng đồng ASEAN, tạo đồng thuận xã hội và sự ủng hộ rộng rãi đối với tiến trình hợp tác ASEAN, phù hợp với chủ trương, đường lối đối ngoại của Đảng và Nhà nước về nâng tầm đối ngoại, hội nhập quốc tế là nhiệm vụ trọng yếu, thường xuyên.

- Khẳng định vị trí, vai trò của ASEAN là không gian hợp tác chiến lược quan trọng của Việt Nam; nâng cao nhận thức về vai trò chủ động, tích cực, có trách nhiệm và từng bước tham gia kiến tạo của Việt Nam trong ASEAN cũng như các cơ chế hợp tác khu vực; nỗ lực của Việt Nam trong vươn lên đóng vai trò nòng cốt, dẫn dắt, hòa giải trong ASEAN, qua đó góp phần định vị hình ảnh Việt Nam là thành viên tích cực, có trách nhiệm và đóng góp hiệu quả vào sự phát triển chung của Cộng đồng ASEAN.

- Phát huy vai trò chủ thể của người dân, doanh nghiệp trong việc tham gia và hưởng lợi từ các thành quả của tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; góp phần kết nối lợi ích quốc gia với lợi ích khu vực, nâng cao vị thế và uy tín quốc tế của Việt Nam.

- Góp phần xây dựng và lan tỏa hình ảnh Việt Nam là quốc gia năng động, đổi mới, hội nhập sâu rộng, có trách nhiệm và đóng góp tích cực vào hòa bình, ổn định và phát triển bền vững của khu vực ASEAN.

- Nâng cao nhận thức về Cộng đồng ASEAN và bản sắc ASEAN; phấn đấu trên 90% cán bộ, công chức, viên chức có hiểu biết cơ bản về Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN và lợi ích của quá trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; tăng cường tuyên truyền, thúc đẩy ý thức về bản sắc ASEAN trong thế hệ trẻ và cộng đồng dân cư.

3. Yêu cầu

- Đa dạng hóa các sản phẩm truyền thông, quảng bá thông tin đối ngoại và hình thức truyền thông phù hợp với từng thị trường, khu vực và đối tượng truyền thông quốc tế; đẩy mạnh chuyển đổi số trong công tác truyền thông, phát huy hiệu quả các nền tảng số, mạng xã hội, hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng.

- Bảo đảm thông tin chính xác, kịp thời, có định hướng, có chiều sâu, gắn với phân tích, dự báo bối cảnh khu vực và quốc tế, đặc biệt trong bối cảnh biến động nhanh, phức tạp của tình hình thế giới và khu vực.

- Tăng cường phối hợp trong cung cấp thông tin giữa các bộ, ban, ngành, cơ quan trung ương và địa phương; phát huy vai trò của toàn hệ thống chính trị, gắn công tác thông tin đối ngoại với phát triển kinh tế - xã hội, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa và xây dựng sức mạnh mềm quốc gia; phát huy vai trò của các địa phương trong quảng bá hình ảnh, tăng cường kết nối nhân dân và hợp tác với ASEAN.

- Bảo đảm thống nhất định hướng nội dung truyền thông về ASEAN trên phạm vi toàn quốc; trên cơ sở đó, các bộ, ngành, địa phương chủ động cụ thể hóa nội dung truyền thông phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và đối tượng quản lý.

II. ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

1. Trong nước: Người dân Việt Nam; cán bộ quản lý nhà nước, đội ngũ làm công tác hoạch định chính sách; cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề xuất khẩu, doanh nghiệp công nghệ số, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo; giới trẻ (sinh viên, học sinh, lao động trẻ) và các nhóm đối tượng xã hội khác; người nước ngoài sinh sống và làm việc tại Việt Nam, đặc biệt là công dân của các nước thành viên ASEAN.

2. Ngoài nước: Người Việt Nam sinh sống, làm việc, học tập ở nước ngoài, nhất là tại các nước ASEAN và các nước đối tác của ASEAN; người nước ngoài, đặc biệt là công dân của các nước thành viên ASEAN và các nước đối tác của ASEAN.

III. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Công tác truyền thông được triển khai theo hướng phân tích chuyên sâu, làm rõ lợi ích thiết thực của Cộng đồng ASEAN đối với người dân, doanh nghiệp trong các lĩnh vực học tập, việc làm, du lịch, thương mại điện tử, chuyển đổi số và giao lưu văn hóa; đồng thời truyền thông về Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045 với thông điệp “ASEAN: Tương lai chung của chúng ta”, hướng tới xây dựng một Cộng đồng ASEAN tự cường, đổi mới, năng động và lấy người dân làm trung tâm; tăng cường truyền thông về các định hướng lớn của ASEAN trong giai đoạn mới, bảo đảm có trọng tâm, trọng điểm. Trong giai đoạn 2026 - 2027, tập trung xây dựng, củng cố nhận thức và nâng cao mức độ quan tâm của người dân, doanh nghiệp và xã hội về Cộng đồng ASEAN, vai trò và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN; giai đoạn 2028 - 2030 đẩy mạnh truyền thông chuyên sâu, quảng bá hình ảnh Việt Nam gắn với các lĩnh vực hợp tác ưu tiên của ASEAN và tăng cường ứng dụng công nghệ số, nền tảng số trong triển khai hoạt động truyền thông, cụ thể:

1. Truyền thông về ASEAN vì hòa bình, ổn định và hợp tác khu vực

a) Thông điệp truyền thông

ASEAN là không gian hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển; giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc khu vực, thúc đẩy đối thoại, xây dựng lòng tin, giải quyết hòa bình các tranh chấp và ứng phó hiệu quả với các thách thức an ninh truyền thống, phi truyền thống.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của ASEAN trong duy trì hòa bình, ổn định, an ninh khu vực trên cơ sở Hiến chương ASEAN, Hiến chương Liên hợp quốc, luật pháp quốc tế và các nguyên tắc cơ bản của ASEAN.

- Vai trò trung tâm của ASEAN trong các cơ chế hợp tác khu vực; quan hệ giữa ASEAN với các đối tác; đóng góp của ASEAN trong duy trì chủ nghĩa đa phương và trật tự quốc tế dựa trên luật lệ.

- Các nguyên tắc giải quyết tranh chấp bằng biện pháp hòa bình; tôn trọng luật pháp quốc tế, trong đó có Công ước Liên hợp quốc về Luật Biển năm 1982 (UNCLOS 1982).

- Hợp tác ASEAN trong phòng, chống tội phạm xuyên quốc gia, tội phạm mạng, lừa đảo trực tuyến, buôn bán người, rửa tiền và các thách thức an ninh phi truyền thống.

- Các giá trị cốt lõi của ASEAN như đoàn kết, bao trùm, tự cường, tôn trọng đa dạng và lấy người dân làm trung tâm; nâng cao nhận thức về bản sắc ASEAN và Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2045.

2. Truyền thông về ASEAN là không gian tăng trưởng, đổi mới sáng tạo và kết nối kinh tế

a) Thông điệp truyền thông

ASEAN là một trong những trung tâm tăng trưởng năng động của thế giới, có nền kinh tế tự cường, đổi mới sáng tạo, kết nối sâu rộng và phát triển bền vững; tạo nhiều cơ hội cho người dân, doanh nghiệp và các quốc gia thành viên tham gia, thụ hưởng thành quả của hội nhập khu vực.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của ASEAN là động lực tăng trưởng kinh tế quan trọng của khu vực và thế giới; những thành tựu nổi bật của Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC); tiềm năng phát triển của ASEAN trong bối cảnh chuyển dịch kinh tế toàn cầu.

- ASEAN là thị trường chung, cơ sở sản xuất thống nhất và mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng khu vực, toàn cầu; các cơ hội hợp tác về thương mại, đầu tư, dịch vụ, logistics; các hiệp định thương mại tự do của ASEAN và ASEAN+; hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, khai thác hiệu quả các cơ hội từ hội nhập kinh tế ASEAN.

- Các lĩnh vực kinh tế mới, động lực tăng trưởng mới của ASEAN như kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế sáng tạo, kinh tế biển, trí tuệ nhân tạo (AI), bán dẫn, dữ liệu lớn, công nghệ sinh học, công nghệ tài chính (fintech), chuyển đổi năng lượng và các ngành công nghệ cao; các mô hình đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo tiêu biểu trong ASEAN.

- Xây dựng Cộng đồng ASEAN số; thúc đẩy chuyển đổi số, thương mại điện tử, dịch vụ số xuyên biên giới; phổ biến kiến thức, kỹ năng số cho người dân và doanh nghiệp; phát huy vai trò của công nghệ số trong tăng cường kết nối, quảng bá bản sắc ASEAN và thúc đẩy hội nhập khu vực.

- Năng lực tự cường kinh tế, an ninh kinh tế, an ninh tài chính và khả năng chống chịu của ASEAN trước các biến động toàn cầu; các giải pháp tăng cường liên kết kinh tế nội khối, đa dạng hóa chuỗi cung ứng, bảo đảm ổn định tài chính và phát triển bao trùm, không để ai bị bỏ lại phía sau.

- Các định hướng phát triển bền vững của ASEAN, bao gồm tăng trưởng xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế biển, nông nghiệp bền vững, ứng phó biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường và sử dụng hiệu quả tài nguyên; nâng cao nhận thức về trách nhiệm của cộng đồng, doanh nghiệp và người dân trong thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của ASEAN.

3. Truyền thông về ASEAN lấy người dân làm trung tâm, phát huy bản sắc và tăng cường gắn kết xã hội

a) Thông điệp truyền thông

ASEAN là Cộng đồng lấy người dân làm trung tâm, hướng tới nâng cao chất lượng cuộc sống, phát huy bản sắc chung trong đa dạng văn hóa, tăng cường gắn kết xã hội, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và bảo đảm mọi người dân đều được tham gia, thụ hưởng thành quả của tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

b) Nội dung trọng tâm

- Các giá trị và bản sắc ASEAN; tinh thần đoàn kết, gắn kết cộng đồng; vai trò của người dân trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN; tăng cường hiểu biết, giao lưu và kết nối giữa người dân các quốc gia thành viên ASEAN.

- Các chính sách, chương trình hợp tác của ASEAN nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân; thúc đẩy phát triển xã hội bao trùm, công bằng, bền vững; bảo đảm an sinh xã hội, giảm khoảng cách phát triển, hỗ trợ các nhóm dễ bị tổn thương và không để ai bị bỏ lại phía sau.

- Các hoạt động hợp tác của ASEAN trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp, đào tạo lại và đào tạo nâng cao kỹ năng trong bối cảnh chuyển đổi số; tận dụng lợi thế dân số, chuẩn bị nguồn nhân lực cho các ngành nghề mới và các động lực tăng trưởng mới của ASEAN.

- Các chương trình hợp tác của ASEAN về y tế, chăm sóc sức khỏe, nâng cao chất lượng dân số, an ninh y tế, phòng chống dịch bệnh, chăm sóc sức khỏe cộng đồng và thực hiện quyền trẻ em; nâng cao nhận thức của người dân về các vấn đề sức khỏe trong bối cảnh mới.

- Các vấn đề an ninh con người, khả năng chống chịu của cộng đồng trước thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, an ninh mạng và các thách thức phi truyền thống; vai trò của ASEAN trong tăng cường hợp tác nhân đạo, hỗ trợ khẩn cấp và bảo vệ người dân trước các rủi ro mới nổi.

- Vai trò của thanh niên, phụ nữ và các nhóm xã hội trong xây dựng Cộng đồng ASEAN; thúc đẩy bình đẳng giới, tăng cường quyền năng cho phụ nữ; khuyến khích thanh niên tham gia đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, khởi nghiệp và các hoạt động hợp tác ASEAN.

- Các giá trị văn hóa, di sản, nghệ thuật, du lịch, thể thao và công nghiệp văn hóa ASEAN; các hoạt động giao lưu nhân dân, giao lưu văn hóa, giáo dục, du lịch và thể thao nhằm tăng cường hiểu biết, gắn kết cộng đồng và quảng bá hình ảnh ASEAN trong khu vực và trên thế giới.

4. Truyền thông về ASEAN kết nối toàn diện, hiện đại và bền vững

a) Thông điệp truyền thông

Kết nối là nền tảng thúc đẩy hội nhập, tăng cường liên kết khu vực và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân; hướng tới xây dựng một Cộng đồng ASEAN kết nối toàn diện, liền mạch, hiện đại, thông minh và bền vững.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của kết nối ASEAN trong thúc đẩy hội nhập khu vực, mở rộng không gian phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng cường liên kết giữa các quốc gia thành viên ASEAN.

- Phát triển hệ thống hạ tầng kết nối hiện đại, đồng bộ và bền vững, bao gồm hạ tầng giao thông, năng lượng, đô thị, thanh toán và các hạ tầng thiết yếu khác; các dự án kết nối trọng điểm của ASEAN và lợi ích mang lại cho người dân, doanh nghiệp.

- Xây dựng kết nối số trong ASEAN; thúc đẩy chuyển đổi số, kết nối dữ liệu, dịch vụ số xuyên biên giới; nâng cao nhận thức về an ninh mạng, an toàn thông tin và vai trò của công nghệ số trong tăng cường liên kết khu vực.

- Tăng cường kết nối logistics, chuỗi cung ứng, thương mại và dòng chảy thông tin xuyên biên giới; nâng cao nhận thức về vai trò của kết nối trong thúc đẩy phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư trong ASEAN.

- Thúc đẩy kết nối con người thông qua hợp tác giáo dục, văn hóa, du lịch, thể thao, giao lưu nhân dân và các hoạt động hợp tác thanh niên; tăng cường hiểu biết, gắn kết và xây dựng bản sắc chung ASEAN.

- Truyền thông về cách tiếp cận liên ngành, liên lĩnh vực trong thúc đẩy kết nối ASEAN; sự gắn kết giữa kết nối ASEAN với các khuôn khổ hợp tác tiểu vùng, khu vực và toàn cầu; phát triển các đô thị thông minh, đô thị bền vững và các mô hình kết nối mới phục vụ phát triển lâu dài của Cộng đồng ASEAN.

5. Truyền thông về tăng cường thể chế và năng lực thích ứng của ASEAN

a) Thông điệp truyền thông

ASEAN không ngừng nâng cao năng lực quản trị, hiệu quả điều phối và khả năng thích ứng nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn mới; xây dựng một Cộng đồng ASEAN hoạt động hiệu quả, chủ động, tự cường và sẵn sàng trước các thách thức tương lai.

b) Nội dung trọng tâm

- Vai trò của các cơ quan, tổ chức và cơ chế hợp tác ASEAN trong điều phối, triển khai các mục tiêu, chương trình và sáng kiến chung của Cộng đồng ASEAN; những nỗ lực nâng cao hiệu quả hoạt động, năng lực thực thi và khả năng phối hợp của ASEAN.

- Các định hướng, giải pháp tăng cường năng lực thể chế, hiện đại hóa quản trị công, thúc đẩy quản trị tốt, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực khu vực công và hiệu quả cung ứng dịch vụ công trong ASEAN; tăng cường chia sẻ kinh nghiệm, mô hình quản trị hiệu quả giữa các quốc gia thành viên.

- Năng lực tự cường, khả năng thích ứng và mức độ sẵn sàng của ASEAN trước các biến động và thách thức mới nổi như cạnh tranh chiến lược, biến động kinh tế, biến đổi khí hậu, dịch bệnh, an ninh mạng và các thách thức phi truyền thống khác; vai trò của ASEAN trong dự báo, điều phối và ứng phó với các vấn đề khu vực, quốc tế.

- Cơ chế phối hợp liên ngành, liên lĩnh vực và liên trụ cột trong ASEAN; sự gắn kết giữa các chính sách, chương trình và sáng kiến của ASEAN trên các lĩnh vực chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và kết nối nhằm nâng cao hiệu quả triển khai các mục tiêu chung của Cộng đồng ASEAN.

6. Truyền thông về vai trò, vị thế và đóng góp của Việt Nam trong ASEAN

a) Thông điệp truyền thông

Việt Nam là thành viên chủ động, tích cực, có trách nhiệm; cùng ASEAN xây dựng Cộng đồng đoàn kết, tự cường, phát triển bền vững và nâng cao vị thế của khu vực trên trường quốc tế.

b) Nội dung trọng tâm

- Quá trình tham gia và những đóng góp của Việt Nam trong xây dựng, phát triển Cộng đồng ASEAN; vai trò của Việt Nam trong duy trì đoàn kết nội khối, thúc đẩy hợp tác, củng cố vai trò trung tâm của ASEAN và tăng cường quan hệ giữa ASEAN với các đối tác.

- Các sáng kiến, đề xuất và đóng góp của Việt Nam trong các lĩnh vực hợp tác ASEAN, nhất là các lĩnh vực phù hợp với ưu tiên phát triển của đất nước như chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững, phát triển nguồn nhân lực, thu hẹp khoảng cách phát triển và ứng phó các thách thức mới nổi.

- Vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy đối thoại, xây dựng lòng tin, giải quyết các vấn đề khu vực bằng biện pháp hòa bình trên cơ sở luật pháp quốc tế; đóng góp của Việt Nam trong các cơ chế hợp tác chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và các cơ chế do ASEAN dẫn dắt.

- Những cơ hội, lợi ích thiết thực mà ASEAN mang lại cho người dân, doanh nghiệp, địa phương Việt Nam; các kết quả hợp tác nổi bật trong thương mại, đầu tư, du lịch, giáo dục, lao động, khoa học - công nghệ, chuyển đổi số và giao lưu nhân dân.

- Quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam gắn với các giá trị chung của ASEAN; các hoạt động giao lưu văn hóa, thể thao, du lịch, hợp tác giáo dục và kết nối nhân dân trong khuôn khổ ASEAN nhằm tăng cường hiểu biết, gắn kết và xây dựng bản sắc cộng đồng.

- Vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam thông qua quá trình tham gia ASEAN; làm rõ ASEAN là một trong những không gian chiến lược quan trọng để Việt Nam mở rộng quan hệ đối ngoại, nâng cao năng lực hội nhập quốc tế và đóng góp vào hòa bình, ổn định, hợp tác và phát triển ở khu vực và trên thế giới.

IV. HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG

1. Truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng và nền tảng số

- Sản xuất, phát hành các chương trình, phóng sự, chuyên đề về ASEAN trên báo chí in, báo chí điện tử, phát thanh, truyền hình, cổng/trang thông tin điện tử của các bộ, ngành, địa phương; xây dựng, duy trì các chuyên trang, chuyên mục, sản phẩm chuyên đề về ASEAN.

- Đẩy mạnh truyền thông trên các nền tảng số, mạng xã hội; phát huy hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng, phát triển các sản phẩm truyền thông số đa ngôn ngữ, đa định dạng như video ngắn, podcast, infographic, megastory, triển lãm thực tế ảo; mở rộng truyền thông đối ngoại số xuyên biên giới; khai thác hiệu quả các nền tảng số quốc tế; chủ động giải thích, làm rõ tin giả, tin sai sự thật về ASEAN, nâng cao kỹ năng nhận diện thông tin xấu độc, xử lý khủng hoảng truyền thông và khuyến khích lan tỏa thông tin tích cực về ASEAN; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và dữ liệu số trong hoạt động truyền thông về ASEAN.

2. Tổ chức các hoạt động sự kiện truyền thông, quảng bá

- Tổ chức các sự kiện, hoạt động quảng bá về ASEAN như hội chợ, triển lãm, giao lưu văn hóa, liên hoan nghệ thuật chuyên ngành; phát triển hệ sinh thái truyền thông, quảng bá bản sắc ASEAN gắn với các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch tổ chức tại Việt Nam.

- Thực hiện truyền thông trực quan tại nơi công cộng (pa nô, áp phích, bảng điện tử...), duy trì và phát triển các không gian giới thiệu về ASEAN; khuyến khích sử dụng cờ ASEAN, ASEAN ca và các biểu trưng, biểu tượng ASEAN phù hợp với quy định và thông lệ của ASEAN trong các hoạt động tuyên truyền, quảng bá; tổ chức các hoạt động truyền thông nhân các sự kiện, ngày kỷ niệm, hội nghị và hoạt động quan trọng của ASEAN.

- Đẩy mạnh truyền thông thông qua các mô hình thực tiễn, sáng kiến và cách làm hiệu quả tại địa phương gắn với các lĩnh vực hợp tác của ASEAN.

3. Cung cấp thông tin, tập huấn, nâng cao năng lực

- Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm, tập huấn trực tiếp và trực tuyến cung cấp thông tin, cập nhật kiến thức về ASEAN và kỹ năng truyền thông số phù hợp cho từng nhóm đối tượng.

- Bồi dưỡng kỹ năng truyền thông về ASEAN cho các nhà báo, đội ngũ phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên phát thanh, truyền hình chuyên trách về ASEAN, cán bộ phụ trách thông tin đối ngoại và cán bộ phụ trách thông tin cơ sở, người có ảnh hưởng trên mạng xã hội (KOL).

- Lồng ghép nội dung truyền thông về ASEAN trong hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội.

- Tăng cường cung cấp, giải đáp thông tin về hội nhập ASEAN phù hợp với nhu cầu của người dân và doanh nghiệp.

4. Xây dựng, phát hành ấn phẩm và sản phẩm truyền thông

- Biên soạn, xuất bản, phát hành các ấn phẩm, tài liệu, sản phẩm truyền thông (in, số, đa phương tiện) về ASEAN và sự tham gia của Việt Nam trong ASEAN.

- Cập nhật, phổ biến các thông tin, văn kiện, kết quả hợp tác, tài liệu nghiên cứu của ASEAN bằng các ngôn ngữ phù hợp phục vụ công tác truyền thông.

5. Tổ chức các cuộc thi, giải thưởng, các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch

- Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu, giải thưởng truyền thông về ASEAN cho học sinh, sinh viên, đoàn viên các tổ chức chính trị, xã hội, nghề nghiệp và người dân.

- Thực hiện truyền thông về ASEAN thông qua các hoạt động giao lưu, trao đổi đoàn, các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch trong và ngoài khu vực ASEAN, góp phần tăng cường hiểu biết và kết nối.

- Khuyến khích sự tham gia của thanh niên, sinh viên, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, người sáng tạo nội dung số và các lực lượng có ảnh hưởng tích cực trên không gian mạng trong truyền thông, quảng bá về ASEAN.

6. Hoạt động báo chí, phóng viên và hợp tác truyền thông

- Tổ chức các đoàn phóng viên thực hiện các chương trình chuyên đề về ASEAN và hợp tác khu vực.

- Tổ chức đón, trao đổi đoàn phóng viên giữa Việt Nam và các nước ASEAN nhằm quảng bá hình ảnh, tăng cường hợp tác truyền thông.

- Tổ chức các đoàn người có ảnh hưởng trên mạng xã hội (KOL) giữa Việt Nam và các nước ASEAN nhằm quảng bá hình ảnh về con người, đất nước trong khối ASEAN.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chủ trì tổ chức triển khai, hướng dẫn, đôn đốc, điều phối việc thực hiện Kế hoạch; theo dõi, tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện; định kỳ báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

- Hướng dẫn các cơ quan báo chí, xuất bản và hệ thống thông tin cơ sở truyền thông triển khai truyền thông về các nội dung trong Kế hoạch.

- Chủ trì truyền thông về bản sắc ASEAN, kết nối con người, xây dựng cộng đồng bao trùm, lấy người dân làm trung tâm; truyền thông về các sự kiện giao lưu văn hóa, thể thao, phát triển du lịch bền vững trong ASEAN.

- Nâng cấp, duy trì vận hành và tổ chức các hoạt động truyền thông trên Cổng thông tin ASEAN Việt Nam tại địa chỉ aseanvietnam.vn; hướng dẫn và thực hiện việc kết nối, chia sẻ thông tin và tài liệu truyền thông giữa các bộ, ngành, địa phương và cơ quan báo chí phục vụ công tác truyền thông về ASEAN.

- Chủ trì phối hợp với các bộ, ngành, cơ quan liên quan định hướng nội dung truyền thông, nhiệm vụ trọng tâm truyền thông về ASEAN trong hướng dẫn kế hoạch công tác thông tin đối ngoại hằng năm gửi các bộ, ngành, địa phương và cơ quan báo chí nhằm bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ trong tổ chức thực hiện Kế hoạch.

- Nghiên cứu xây dựng, cập nhật và chia sẻ các sản phẩm, tài nguyên truyền thông dùng chung về ASEAN như thông điệp tuyên truyền trọng tâm, infographic, video clip, dữ liệu hình ảnh, thẻ từ khóa (hashtag) truyền thông và các sản phẩm truyền thông số khác nhằm hỗ trợ các bộ, ngành, địa phương, cơ quan báo chí triển khai công tác truyền thông, quảng bá về ASEAN bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ và nâng cao hiệu quả lan tỏa trên không gian mạng.

2. Bộ Ngoại giao

- Là đầu mối phát ngôn, Cơ quan điều phối quốc gia về ASEAN, có trách nhiệm cung cấp thông tin về định hướng tham gia hợp tác ASEAN của Việt Nam, các nội dung ưu tiên và định hướng phát triển ASEAN đến năm 2045.

- Chủ trì, phối hợp xây dựng các thông điệp đối ngoại, định hướng quan hệ giữa Việt Nam với ASEAN, giữa ASEAN và các nước đối tác.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan truyền thông về vai trò trung tâm của ASEAN trong duy trì hòa bình, ổn định khu vực.

- Chủ trì, phối hợp với các Bộ phụ trách các trụ cột hợp tác ASEAN, kết nối các nguồn lực từ Ban Thư ký ASEAN và các nguồn tài trợ hợp pháp khác cho hoạt động truyền thông về ASEAN.

- Chỉ đạo các Cơ quan đại diện Việt Nam tại ASEAN và tại các nước thành viên cung cấp thông tin, kết nối, chia sẻ dữ liệu về ASEAN.

3. Các bộ, cơ quan ngang bộ

- Triển khai thực hiện Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN theo hướng chủ động xây dựng hoặc lồng ghép, tích hợp với các Kế hoạch, Chương trình công tác hiện có của bộ, ngành, tùy theo điều kiện thực tế.

- Chủ động lồng ghép nội dung truyền thông về các định hướng của Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN đến năm 2045 phù hợp với chức năng, nhiệm vụ được giao, trong đó tập trung vào các nội dung trọng tâm: Chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, phát triển kinh tế số, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững, kết nối khu vực và phát triển nguồn nhân lực.

- Tổ chức tập huấn cho các địa phương về nội dung truyền thông, quảng bá về ASEAN thuộc lĩnh vực phụ trách; chủ động cung cấp thông tin, nội dung chuyên ngành cho các địa phương, các cơ quan báo chí, truyền thông để phối hợp truyền thông về cơ chế, chính sách và hoạt động hợp tác của ASEAN.

- Thực hiện chia sẻ, kết nối dữ liệu truyền thông liên quan đến nội dung Kế hoạch này với Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ aseanvietnam.vn; tăng cường liên kết, khai thác và chia sẻ thông tin, sản phẩm truyền thông về ASEAN trên cổng/trang thông tin điện tử của các bộ, cơ quan ngang bộ nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, quảng bá và bảo đảm tính thống nhất trong triển khai thực hiện Kế hoạch.

- Đối với các nội dung truyền thông có tính chất liên ngành hoặc liên quan đến các cam kết quốc tế, cơ quan chủ trì có trách nhiệm chủ động phối hợp, trao đổi, lấy ý kiến các cơ quan có liên quan theo chức năng, nhiệm vụ được giao nhằm bảo đảm tính chính xác, thống nhất của nội dung truyền thông.

- Đối với các nhiệm vụ được phân công cơ quan chủ trì và cơ quan phối hợp tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này, cơ quan chủ trì có trách nhiệm chủ động xây dựng kế hoạch triển khai, điều phối thực hiện và tổng hợp kết quả; các cơ quan phối hợp có trách nhiệm cử đầu mối, cung cấp thông tin, tài liệu và phối hợp thực hiện theo đề nghị của cơ quan chủ trì.

4. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

- Triển khai thực hiện Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN theo hướng chủ động xây dựng hoặc lồng ghép, tích hợp với các Kế hoạch, Chương trình công tác hiện có của địa phương; gắn với phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế của địa phương.

- Tổ chức các hoạt động truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng thông qua hệ thống thông tin cơ sở, các cơ quan thông tin, báo chí, truyền thông và cơ quan chuyên môn tại địa phương.

- Chỉ đạo tăng cường phổ biến thông tin ASEAN trên hệ thống thông tin cơ sở và nền tảng số của địa phương.

- Chủ động quảng bá về tiềm năng, thế mạnh, các chính sách thu hút đầu tư và hình ảnh văn hóa, con người của địa phương trong mối liên kết, hợp tác với các nước thành viên ASEAN.

- Gắn truyền thông ASEAN với các định hướng phát triển của địa phương trong bối cảnh hội nhập khu vực, đặc biệt là chuyển đổi số, phát triển kinh tế xanh, nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia chuỗi giá trị ASEAN.

- Thực hiện chia sẻ, kết nối dữ liệu truyền thông liên quan đến nội dung Kế hoạch này với Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ aseanvietnam.vn phù hợp với tình hình thực tế của địa phương; tăng cường liên kết, khai thác và chia sẻ thông tin, sản phẩm truyền thông về ASEAN trên cổng/trang thông tin điện tử của Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, quảng bá và bảo đảm tính thống nhất trong triển khai thực hiện Kế hoạch.

- Chủ động phối hợp với các bộ, ngành, cơ quan liên quan trong triển khai các nhiệm vụ truyền thông, quảng bá về ASEAN; đối với các nhiệm vụ được giao chủ trì tại Phụ lục kèm theo Kế hoạch này, chủ động xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai thực hiện; đối với các nhiệm vụ được giao phối hợp, chủ động cử đầu mối, cung cấp thông tin và phối hợp thực hiện theo đề nghị của cơ quan chủ trì.

5. Các cơ quan báo chí, phát thanh, truyền hình, xuất bản, hệ thống thông tin cơ sở

- Chủ động xây dựng và triển khai Kế hoạch truyền thông, quảng bá về ASEAN hằng năm; đa dạng hóa nội dung, hình thức thể hiện.

- Tăng cường truyền thông thường xuyên, có chiều sâu, gắn với lợi ích thiết thực; phản ánh kịp thời các sự kiện, hoạt động của ASEAN.

- Tăng cường xây dựng các chuyên đề, tuyển bài chuyên sâu, xuất bản ấn phẩm về các xu hướng phát triển mới của ASEAN đến năm 2045 như: Kinh tế số, chuyển đổi xanh, đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững và bao trùm, nâng cao khả năng chống chịu của khu vực.

- Xây dựng, duy trì chuyên trang, chuyên mục, chương trình về ASEAN; đẩy mạnh truyền thông đa nền tảng.

- Tăng cường chia sẻ dữ liệu, phối hợp sản xuất nội dung và trao đổi thông tin với các cơ quan báo chí trong và ngoài ASEAN.

- Phát huy vai trò của hệ thống thông tin cơ sở trong việc tiếp nhận, khai thác thông tin từ hệ thống thông tin nguồn và tổ chức tuyên truyền về ASEAN tại địa phương.

- Chia sẻ dữ liệu truyền thông liên quan đến nội dung Kế hoạch này với Cổng thông tin ASEAN tại địa chỉ aseanvietnam.vn.

VI. NGUỒN LỰC THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện kế hoạch được bảo đảm từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành và nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có).

2. Khuyến khích huy động các nguồn lực xã hội hóa, khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp, cơ sở đào tạo, tổ chức xã hội, lực lượng thanh niên, doanh nghiệp công nghệ số và các nền tảng số; tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế, các cơ quan, tổ chức trong khuôn khổ ASEAN nhằm hỗ trợ triển khai các hoạt động truyền thông, quảng bá về ASEAN phù hợp với quy định của pháp luật; khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ số, nền tảng số tham gia đồng hành trong xây dựng, lan tỏa các chiến dịch truyền thông về ASEAN; tăng cường lồng ghép với các chương trình, đề án, nhiệm vụ có liên quan nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng kinh phí, tránh trùng lặp, chồng chéo.

Đối với các nhiệm vụ do nhiều cơ quan cùng thực hiện hoặc có sử dụng nguồn vốn viện trợ, tài trợ, nguồn vốn đối ngoại, cơ quan chủ trì nhiệm vụ có trách nhiệm chủ trì xây dựng kế hoạch, tổng hợp nhu cầu kinh phí và phối hợp với các cơ quan liên quan trong việc phân công thực hiện, bố trí, quản lý, sử dụng và thanh quyết toán kinh phí theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước và các quy định pháp luật có liên quan.

3. Khuyến khích xây dựng, đặt hàng hoặc lựa chọn các sản phẩm truyền thông chất lượng cao, có tính sáng tạo, khả năng lan tỏa rộng trên các nền tảng truyền thông số nhằm nâng cao hiệu quả tuyên truyền, quảng bá về ASEAN, phù hợp với quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước, đấu thầu và các quy định pháp luật có liên quan.

4. Việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch này được thực hiện theo quy định của pháp luật.

VII. ĐÁNH GIÁ, BÁO CÁO TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI VÀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH

1. Nguyên tắc đánh giá

Việc theo dõi, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch được thực hiện trên cơ sở các tiêu chí phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ của Kế hoạch và chức năng, nhiệm vụ của từng bộ, ngành, địa phương.

Các bộ, ngành, địa phương căn cứ nội dung Kế hoạch, điều kiện thực tiễn và yêu cầu quản lý để xác định chỉ tiêu, kết quả thực hiện hằng năm trên cơ sở khung tiêu chí đánh giá quy định tại Kế hoạch.

2. Khung tiêu chí đánh giá

a) Nhóm tiêu chí về kết quả triển khai hoạt động truyền thông

Số lượng tin, bài, phóng sự, chương trình, chuyên trang, chuyên mục về ASEAN được sản xuất, đăng tải hoặc phát sóng.

Số lượng tài liệu, ấn phẩm, sản phẩm truyền thông số được xây dựng, phát hành hoặc chia sẻ.

Số lượng hội nghị, hội thảo, tọa đàm, tập huấn, cuộc thi, sự kiện và hoạt động truyền thông, quảng bá về ASEAN được tổ chức.

b) Nhóm tiêu chí về mức độ tiếp cận và lan tỏa thông tin

Số lượt tiếp cận, theo dõi, tương tác đối với các sản phẩm truyền thông trên các chuyên trang, chuyên mục, cổng/trang thông tin điện tử, các nền tảng số khác.

Số lượng kênh, nền tảng truyền thông hoặc phương tiện thông tin được sử dụng để truyền tải nội dung về ASEAN.

c) Nhóm tiêu chí về hiệu quả phối hợp và huy động sự tham gia

Số lượng cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp tham gia hoặc phối hợp triển khai các hoạt động truyền thông, quảng bá về ASEAN.

Số lượng hoạt động truyền thông, quảng bá về ASEAN được tổ chức theo hình thức phối hợp liên ngành hoặc có sự tham gia của nhiều cơ quan, tổ chức.

Kết quả lồng ghép nội dung truyền thông, quảng bá về ASEAN trong chương trình, kế hoạch, hoạt động chuyên môn của bộ, ngành, địa phương.

Số lượng hoạt động, sản phẩm hoặc nội dung truyền thông được thực hiện trên cơ sở phối hợp, chia sẻ thông tin, dữ liệu hoặc sản phẩm truyền thông giữa các cơ quan, đơn vị.

3. Chế độ báo cáo

Trước ngày 15/11 hằng năm, các bộ, ngành, địa phương và cơ quan liên quan báo cáo kết quả thực hiện Kế hoạch theo các nhóm tiêu chí đánh giá quy định tại mục 2 phần VII của Kế hoạch, gửi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

Trong quá trình triển khai thực hiện, trường hợp phát sinh khó khăn, vướng mắc hoặc cần bổ sung, điều chỉnh nội dung Kế hoạch cho phù hợp với yêu cầu thực tiễn, các bộ, ngành, địa phương và cơ quan liên quan chủ động gửi kiến nghị, đề xuất về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định.



Phụ lục

**DANH MỤC CÁC NHÓM NHIỆM VỤ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH
TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ VỀ ASEAN GIAI ĐOẠN 2026 - 2030**

(Kèm theo Quyết định số 1477/QĐ-TTg ngày 04 tháng 8 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
I	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT CHÍNH TRỊ - AN NINH				
1	Truyền thông về ASEAN là không gian hòa bình, ổn định dựa trên luật lệ	Bộ Ngoại giao	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang, chuyên mục; tuyến bài báo chí; infographic; video clip; tọa đàm; tài liệu tuyên truyền
2	Truyền thông về vai trò trung tâm và vị thế của ASEAN trong cấu trúc khu vực và quốc tế	Bộ Ngoại giao	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; phóng sự; tọa đàm; sản phẩm truyền thông số; ấn phẩm tuyên truyền
3	Truyền thông về các nguyên tắc hòa bình, giải quyết tranh chấp và an ninh khu vực	Bộ Ngoại giao	Bộ Công an, Bộ Quốc phòng, Bộ Tư pháp	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; tài liệu phổ biến kiến thức; infographic; video clip
4	Truyền thông về giá trị cộng đồng ASEAN: Bao trùm, đa dạng và lấy con người làm trung tâm	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Sản phẩm truyền thông số; cuộc thi tìm hiểu;

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
					tọa đàm; infographic; video truyền thông
II	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT KINH TẾ				
1	Truyền thông về ASEAN là trung tâm tăng trưởng kinh tế toàn cầu và nền kinh tế tương lai	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang, chuyên mục; phóng sự; infographic; video clip
2	Truyền thông về năng lực tự cường kinh tế và phát triển bao trùm của ASEAN	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Tài liệu tuyên truyền; hội thảo; tọa đàm; sản phẩm truyền thông số
3	Truyền thông về thị trường chung ASEAN và liên kết chuỗi cung ứng khu vực - toàn cầu	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Cẩm nang doanh nghiệp; chuyên đề báo chí; infographic; hội nghị phổ biến
4	Truyền thông về đổi mới sáng tạo, khoa học - công nghệ và các động lực tăng trưởng mới	Bộ Tài chính/Bộ Khoa học và Công nghệ	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Podcast; video clip; chuyên đề truyền thông số; diễn đàn; tọa đàm
5	Truyền thông về chuyển đổi số và xây dựng Cộng đồng số ASEAN	Bộ Khoa học và Công nghệ	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Sản phẩm truyền thông số; infographic; video ngắn; chuyên mục trên nền tảng số

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
6	Truyền thông về hợp tác kinh tế đối ngoại và vai trò trung tâm của ASEAN	Bộ Công Thương	Bộ Tài chính và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; hội thảo; cẩm nang thông tin; sản phẩm số
7	Truyền thông về vai trò của ASEAN trong chuỗi cung ứng và hệ thống logistics toàn cầu	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; infographic; video clip; tọa đàm
8	Truyền thông về an ninh kinh tế, tài chính và khả năng chống chịu của ASEAN	Bộ Tài chính	Ngân hàng Nhà nước, các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; hội thảo; tài liệu phổ biến; infographic
9	Truyền thông về phát triển bền vững, hợp tác tiểu vùng sông Mê Công, kinh tế xanh và kinh tế biển ASEAN	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip; infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền
9.1	Đề án/Chương trình tuyên truyền phổ biến, giáo dục pháp luật về quản lý, bảo vệ và phát triển bền vững kinh tế biển	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Đề án/Chương trình
9.2	Đề án/Chương trình truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về khai thác, sử dụng bền vững tài nguyên và bảo vệ môi trường vùng ven biển, biển và hải đảo	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Đề án/Chương trình

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
9.3	Đề án/Chương trình tuyên truyền, nâng cao nhận thức về vị thế quốc gia biển và hội nhập quốc tế của Việt Nam trong quản lý, bảo vệ và phát triển bền vững biển	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Đề án/Chương trình
9.4	Đề án/Chương trình tuyên truyền, phổ biến kiến thức về phòng ngừa, ứng phó, kiểm soát và khắc phục hậu quả thiên tai, sự cố môi trường biển	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Đề án/Chương trình
9.5	Phát động các cuộc thi ý tưởng về phát triển bền vững kinh tế biển, kinh tế xanh	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Cuộc thi
9.6	Truyền thông về lộ trình thực hiện cam kết Net Zero đang được thúc đẩy thông qua hợp tác khu vực và quốc tế để hiện thực hóa mục tiêu chuyển đổi năng lượng xanh bền vững, thực hành nông nghiệp thông minh, quản lý nước giảm phát thải khí nhà kính (áp dụng kỹ thuật tưới tiêu tiết kiệm, xử lý nước thải sinh hoạt/công nghiệp có thu hồi khí mê-tan và tái sử dụng nước)	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip; infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền
9.7	Quảng bá các mô hình kinh tế tuần hoàn dựa trên nền tảng phục hồi tự nhiên, mở ra không gian kinh tế mới cho du lịch sinh thái, thực hành sản xuất xanh, áp dụng nhãn sinh thái	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip;

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
	ASEAN đề góp phần định vị ASEAN là một khu vực phát triển có trách nhiệm, hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường				infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền
9.8	Các hoạt động truyền thông về nông nghiệp xanh, nông nghiệp các-bon thấp, bảo tồn hệ sinh thái biển và ven biển, giảm ô nhiễm nhựa đại dương và thúc đẩy sinh kế bền vững cho cộng đồng ven biển trong khu vực ASEAN	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Chuyên trang, chuyên mục; chiến dịch truyền thông; video clip; infographic; cuộc thi; tài liệu tuyên truyền
9.9	Nghiên cứu xây dựng các chuyên trang, chuyên mục hoặc chiến dịch truyền thông chuyên đề về hợp tác ASEAN trong lĩnh vực nông nghiệp, môi trường và phát triển bền vững nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng và tăng cường quảng bá hình ảnh ASEAN xanh, bền vững và thích ứng biến đổi khí hậu	Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Giai đoạn 2026 - 2030	Chuyên trang, chuyên mục
III	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT VĂN HÓA - XÃ HỘI				
1	Cung cấp thông tin về Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN; triển khai truyền thông về các lĩnh vực lao động, việc làm, thanh niên, bình đẳng giới và các nội dung thuộc trụ cột Văn hóa - Xã hội ASEAN	Bộ Nội vụ	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; tài liệu tuyên truyền; tọa đàm; sản phẩm số

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
2	Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN lấy người dân làm trung tâm	Bộ Nội vụ	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Video clip; infographic; cuộc thi; chiến dịch truyền thông cộng đồng
3	Truyền thông về phát triển xã hội bao trùm, nâng cao chất lượng cuộc sống và gắn kết cộng đồng	Bộ Nội vụ	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề; sản phẩm truyền thông số; tọa đàm
4	Truyền thông về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và tận dụng lợi thế dân số	Bộ Giáo dục và Đào tạo	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề giáo dục; cuộc thi; diễn đàn; sản phẩm đa phương tiện
5	Truyền thông về bảo vệ, chăm sóc sức khỏe và nâng cao chất lượng dân số, thực hiện quyền trẻ em ASEAN	Bộ Y tế	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Tài liệu truyền thông; infographic; video clip; chiến dịch truyền thông
6	Truyền thông về an ninh con người và nâng cao khả năng chống chịu của cộng đồng	Bộ Công an	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; tọa đàm; tài liệu phổ biến kiến thức
7	Truyền thông về bản sắc ASEAN và tăng cường ý thức cộng đồng	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Cuộc thi tìm hiểu ASEAN; triển lãm; video clip; infographic

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
8	Truyền thông về bình đẳng giới và tăng cường quyền năng cho phụ nữ	Bộ Nội vụ	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chiến dịch truyền thông; tọa đàm; sản phẩm truyền thông số
9	Truyền thông về vai trò của thanh niên trong xây dựng Cộng đồng ASEAN	Bộ Nội vụ	Bộ Giáo dục và Đào tạo, các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Cuộc thi; diễn đàn thanh niên; video ngắn; chiến dịch truyền thông số
10	Truyền thông về bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa và phát triển công nghiệp văn hóa ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Sự kiện văn hóa; triển lãm; video quảng bá; sản phẩm đa phương tiện
11	Truyền thông về phát triển thể thao và tăng cường gắn kết cộng đồng ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Sự kiện thể thao; video quảng bá; phóng sự; sản phẩm số
12	Truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương gắn với bản sắc ASEAN trên các nền tảng truyền thông	UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm	Chuyên trang địa phương; video quảng bá; sản phẩm truyền thông số; sự kiện quảng bá

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
IV	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TRỤ CỘT KẾT NỐI ASEAN 2045				
1	Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN kết nối toàn diện, tích hợp và liền mạch	Bộ Tài chính	Bộ Ngoại giao và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; infographic; video clip
2	Truyền thông về phát triển hạ tầng kết nối hiện đại, bền vững và đồng bộ	Bộ Khoa học và Công nghệ	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên trang; video clip; tọa đàm
3	Truyền thông về kết nối số, đổi mới sáng tạo trong ASEAN	Bộ Khoa học và Công nghệ	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Sản phẩm truyền thông số; infographic; podcast; video ngắn
4	Truyền thông về kết nối an ninh mạng trong ASEAN	Bộ Công an	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; tài liệu phổ biến kiến thức; infographic
5	Truyền thông về kết nối logistics, chuỗi cung ứng và dòng chảy thông tin xuyên biên giới	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề; video clip; infographic
6	Truyền thông về kết nối con người và tăng cường giao lưu trong Cộng đồng ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Hoạt động giao lưu; triển lãm; video quảng bá; sản phẩm số

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
7	Truyền thông về cách tiếp cận toàn diện trong thúc đẩy kết nối ASEAN	Bộ Tài chính	Bộ Ngoại giao và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Tọa đàm; hội thảo; chuyên đề báo chí
8	Truyền thông về phát triển đô thị thông minh và bền vững trong ASEAN	Bộ Xây dựng	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; phóng sự; infographic; video clip
9	Truyền thông về chuyển đổi số và xây dựng Cộng đồng số ASEAN; tăng cường kết nối, bản sắc và gắn kết cộng đồng ASEAN thông qua môi trường số và các giá trị văn hóa chung của địa phương	UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Các cơ quan, đơn vị có liên quan	Hàng năm	Sản phẩm truyền thông số; chiến dịch truyền thông trên nền tảng số; video ngắn
V	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ TĂNG CƯỜNG THỂ CHẾ				
1	Truyền thông về vai trò trung tâm và năng lực điều phối của ASEAN trong khu vực	Bộ Tư pháp	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề báo chí; tọa đàm; tài liệu tuyên truyền
2	Truyền thông về nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan, tổ chức và cơ chế ASEAN	Bộ Tư pháp	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên đề truyền thông; infographic; sản phẩm số
3	Truyền thông về năng lực thích ứng và sẵn sàng của ASEAN trước các thách thức tương lai	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề; video clip; tọa đàm

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
4	Truyền thông về tăng cường phối hợp liên ngành, liên trụ cột trong ASEAN	Bộ Ngoại giao	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Hội nghị; hội thảo; chuyên đề báo chí; tài liệu tuyên truyền
VI	NHÓM NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG VỀ VAI TRÒ, VỊ THẾ VÀ ĐÓNG GÓP CỦA VIỆT NAM TRONG ASEAN				
1	Truyền thông về vai trò chủ động, tích cực và trách nhiệm của Việt Nam trong ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang; chuyên mục; video clip; infographic
2	Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy các sáng kiến và cơ chế hợp tác ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; chuyên đề báo chí; tọa đàm
3	Truyền thông về đóng góp của Việt Nam trong duy trì hòa bình, ổn định và thúc đẩy hợp tác khu vực	Bộ Quốc phòng	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Phóng sự; phim tài liệu ngắn; video clip
4	Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy liên kết kinh tế và hội nhập khu vực	Bộ Công Thương	Các bộ, ngành và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Cẩm nang doanh nghiệp; chuyên đề báo chí; infographic
5	Truyền thông về hình ảnh Việt Nam gắn với bản sắc và giá trị ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các	Thường xuyên	Video quảng bá; triển lãm; sản phẩm đa phương tiện

STT	Tên đề án/nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Thời gian thực hiện	Sản phẩm truyền thông chủ yếu
			cơ quan, đơn vị có liên quan		
6	Truyền thông về vị thế và uy tín quốc tế của Việt Nam thông qua ASEAN	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố và các cơ quan, đơn vị có liên quan	Thường xuyên	Chuyên trang; chuyên đề truyền thông đối ngoại; video clip
7	Quảng bá các lễ hội, di sản văn hóa, sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương và các mô hình du lịch cộng đồng tiêu biểu thông qua các hoạt động giao lưu, hợp tác, chương trình, sự kiện liên quan đến các nước ASEAN phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương, góp phần nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh Việt Nam trong khu vực.	UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	Các cơ quan, đơn vị có liên quan	Định kỳ	Video quảng bá; sản phẩm truyền thông số; triển lãm; sự kiện quảng bá

Sản phẩm truyền thông chủ yếu nêu tại Phụ lục này mang tính định hướng, tham khảo. Căn cứ chức năng, nhiệm vụ, đối tượng truyền thông và điều kiện thực tế, các bộ, ngành, địa phương chủ động lựa chọn hình thức, sản phẩm truyền thông phù hợp để tổ chức thực hiện bảo đảm hiệu quả.