

Số: /KH-UBND

An Giang, ngày tháng 7 năm 2026

KẾ HOẠCH

Triển khai Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045

Căn cứ Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 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;

Căn cứ Quyết định số 942/QĐ-BVHTTDL ngày 24/4/2026 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang ban hành Kế hoạch triển khai Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

Truyền thông quảng bá hình ảnh An Giang ra nước ngoài theo định hướng chung của Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045. Quảng bá hình ảnh Việt Nam và của tỉnh An Giang ra nước ngoài một cách chủ động, toàn diện, thống nhất và hiệu quả, qua đó nâng cao nhận thức, thiện cảm và sự tin tưởng của cộng đồng quốc tế đối với những thành tựu phát triển của Việt Nam nói chung và của tỉnh nói riêng, góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của tỉnh An Giang; tạo môi trường thuận lợi cho việc mở rộng hợp tác quốc tế, thu hút đầu tư, thúc đẩy du lịch, phát triển kinh tế - xã hội, củng cố quốc phòng – an ninh và hội nhập quốc tế sâu rộng, bền vững.

Triển khai các nhiệm vụ truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp chuẩn mực quốc tế, có trọng tâm, trọng điểm, lấy hiệu quả lan tỏa và mức độ nhận diện làm thước đo.

Kết hợp hài hòa giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số, giữa quảng bá trực tiếp và trực tuyến, tận dụng thành tựu của công nghệ số, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng xuyên biên giới để nâng cao hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang ra nước ngoài.

2. Yêu cầu

Việc triển khai Kế hoạch phải bảo đảm tính chủ động, thực chất, gắn với mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể, bảo đảm chất lượng và hiệu quả.

Bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ, đồng bộ, hiệu quả giữa các cơ quan, đơn vị.

Căn cứ nhiệm vụ được phân công, các đơn vị chủ động xây dựng phương án, kế hoạch chi tiết, bảo đảm tiến độ và chất lượng.

II. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh An Giang ra nước ngoài

Tăng cường công tác truyền thông, tăng cường tính thống nhất trong nhận thức của các sở, ngành, địa phương và nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh An Giang ra nước ngoài; các sở, ban, ngành của tỉnh xác định hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh là nhiệm vụ quan trọng, song hành với thực hiện các nhiệm vụ chính trị được giao; tăng cường sự phối hợp đồng bộ của các sở, ban, ngành, địa phương với cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong tỉnh và cộng đồng người An Giang ở nước ngoài nhằm quảng bá, truyền thông rộng rãi hình ảnh An Giang ra nước ngoài.

Đổi mới tư duy truyền thông, chuyển từ truyền thông một chiều sang xây dựng hình ảnh, thương hiệu và sức mạnh mềm quốc gia; lấy việc tạo cảm hứng, chia sẻ giá trị và khơi dậy thiện cảm làm trọng tâm; tăng cường truyền thông đa chiều và xác thực, bảo đảm nội dung hấp dẫn, sáng tạo phù hợp với đặc điểm từng khu vực và nhóm công chúng mục tiêu.

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông về tỉnh An Giang có trọng tâm, trọng điểm; linh hoạt điều chỉnh theo từng giai đoạn, từng thị trường và từng nhóm công chúng.

Khai thác những câu chuyện, hình mẫu, nhân vật, sự kiện, sáng kiến, sản phẩm tiêu biểu trên các lĩnh vực nhằm lan tỏa, xây dựng, phát triển và định vị hình ảnh An Giang.

Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Việt Nam nói chung, hình ảnh An Giang nói riêng trên các giá trị cốt lõi như: Bản sắc văn hóa lâu đời, đặc sắc; con người yêu nước, thân thiện, sáng tạo; đất nước ổn định, hạnh phúc, phát triển năng động và hội nhập quốc tế sâu rộng.

Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, hình ảnh tỉnh An Giang; phối hợp xây dựng bộ nhận diện hình ảnh quốc gia Việt Nam. Chủ động tổ chức hoặc tham gia các sự kiện quốc tế với quy mô phù hợp nhằm nâng cao mức độ nhận diện và uy tín của tỉnh An Giang gắn với hình ảnh quốc gia.

Chủ động phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí đối ngoại của Việt Nam, các đơn vị truyền thông quốc tế và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp thông tin tích cực, khách quan góp phần nâng cao vị thế của tỉnh ra quốc tế. Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về tỉnh An Giang (ít nhất 20%/năm) trên

các phương tiện truyền thông quốc tế (báo chí, mạng xã hội, nền tảng số...) và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực từ thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến tỉnh An Giang.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện

Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn trong sản xuất và phân phối nội dung truyền thông, xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngôn ngữ trên các nền tảng số xuyên biên giới.

Tổ chức các chiến dịch quảng bá kết hợp hình thức trực tiếp và trực tuyến; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thống để lan tỏa trên nền tảng số.

Đẩy mạnh hiện diện hình ảnh An Giang trên các nền tảng số; hợp tác với các đối tác truyền thông nước ngoài, kiều bào, chuyên gia và người có ảnh hưởng (KOLs) quốc tế nhằm lan tỏa hình ảnh An Giang đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

4. Nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành, liên cấp và huy động nguồn lực xã hội

Khuyến khích các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng chiến lược truyền thông riêng, phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, tiềm năng, thế mạnh của đơn vị, địa phương.

Huy động nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, người có ảnh hưởng (KOLs) uy tín trong tỉnh, trong nước cùng tham gia quảng bá hình ảnh quốc gia và của tỉnh An Giang.

Phát huy sức mạnh của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, khách du lịch để truyền bá hình ảnh quốc gia nói chung và hình ảnh An Giang nói riêng.

Đồng bộ hóa 100% công tác truyền thông giữa trung ương và của tỉnh, giữa các sở, ban, ngành, địa phương, tổ chức chính trị - xã hội và doanh nghiệp đảm bảo sự liên kết chặt chẽ, nhất quán về thông điệp, hình ảnh, nội dung quảng bá quốc gia và tỉnh.

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông quảng bá

Đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ truyền thông có kỹ năng truyền thông quốc tế, truyền thông số, đa ngôn ngữ có khả năng thích nghi và hội nhập với truyền thông toàn cầu.

Huy động các nguồn lực truyền thông có khả năng sản xuất nội dung chất lượng cao, hiện đại, phù hợp với xu hướng quốc tế tham gia quảng bá hình ảnh của tỉnh và của Việt Nam ra nước ngoài.

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

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

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa và Thể thao

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu tổ chức thực hiện Kế hoạch; chịu trách nhiệm theo dõi, đôn đốc, tổng hợp kết quả triển khai báo cáo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Ủy ban nhân dân tỉnh theo định kỳ.

Chỉ đạo, hướng dẫn cơ quan báo chí của tỉnh, hệ thống thông tin cơ sở tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp, tổ chức và cán bộ quản lý về vai trò và lợi ích của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh An Giang.

Phối hợp xây dựng nội dung quảng bá hình ảnh Việt Nam và của tỉnh, phối hợp quảng bá hình ảnh tỉnh trên Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn và các nội dung thuộc Đề án phát triển Trang thông tin điện tử đối ngoại Vietnam.vn trở thành nền tảng quảng bá hình ảnh quốc gia (theo Quyết định số 3851/QĐ-BVHTTDL ngày 29/10/2025 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch).

Chủ trì, phối hợp với Sở Du lịch hợp tác với các cơ quan báo chí, truyền thông sản xuất phim, phóng sự, video clip... giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của tỉnh; xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh An Giang thống nhất với bộ nhận diện hình ảnh quốc gia.

Phối hợp tổ chức hội nghị, họp báo và cung cấp thông tin kịp thời cho các cơ quan thông tấn trong các sự kiện lớn hoặc tình huống đột xuất.

Xây dựng các chương trình nghệ thuật đặc sắc, đậm bản sắc An Giang phục vụ biểu diễn tại các sự kiện lớn và hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế.

2. Sở Du lịch

Chủ trì, phối hợp Sở Văn hóa và Thể thao tham mưu triển khai các hoạt động thông tin về đối ngoại, hội nhập quốc tế của tỉnh; lồng ghép giới thiệu, quảng bá tới các đối tác nước ngoài, bạn bè quốc tế về hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh, giá trị văn hóa đặc sắc, thành tựu phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh, các cơ chế, chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư nhằm tăng cường hiểu biết, thúc đẩy hợp tác, giao lưu hữu nghị, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh nhân các sự kiện hoạt động đối ngoại của tỉnh.

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, Công an tỉnh và các đơn vị liên quan trong việc tham mưu quản lý hoạt động của phóng viên nước ngoài đến hoạt động báo chí trên địa bàn tỉnh theo quy định của pháp luật và tranh thủ phóng viên nước ngoài trong công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh An Giang.

Cung cấp thông tin tuyên truyền đối ngoại của tỉnh cho Bộ Ngoại giao và các cơ quan ngoại giao liên quan; phối hợp với cơ quan đại diện Việt Nam

ở nước ngoài triển khai các hoạt động truyền thông, thông tin đối ngoại, quảng bá địa phương ở nước ngoài.

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tổ chức các hoạt động truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm; giới thiệu, quảng bá điểm đến du lịch An Giang. Chủ động lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại vào các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch và sự kiện quốc tế.

Phối hợp với Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch trong công tác phối hợp người có ảnh hưởng (KOLs), các nhà sáng tạo nội dung số trong và ngoài nước tuyên truyền, quảng bá du lịch An Giang đến với bạn bè quốc tế.

Phối hợp Sở Văn hóa và Thể thao và các cơ quan, đơn vị, địa phương xây dựng bộ nhận diện thương hiệu tỉnh An Giang thống nhất với bộ nhận diện hình ảnh quốc gia.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tăng cường kết nối, vận động cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tham gia quảng bá hình ảnh, văn hóa, con người, tiềm năng phát triển, môi trường đầu tư và các sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh An Giang.

Phối hợp xây dựng, cập nhật cơ sở dữ liệu, tài liệu, ấn phẩm và sản phẩm truyền thông đa ngôn ngữ phục vụ công tác thông tin đối ngoại, quảng bá hình ảnh địa phương và xúc tiến du lịch ra nước ngoài.

3. Đề nghị Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy

Phối hợp Sở Văn hóa và Thể thao trong công tác định hướng tuyên truyền cho các cơ quan báo chí, các đơn vị truyền thông hoạt động trên địa bàn tỉnh, đảm bảo tính chủ động, tính thời sự trong định hướng dư luận.

Phối hợp tham mưu, đề xuất để xử lý đối với các vụ việc nhạy cảm, bất thường, những vấn đề “nóng” trên địa bàn tỉnh được dư luận xã hội quan tâm. Đảm bảo công tác thông tin, tuyên truyền được thống nhất, xuyên suốt.

4. Sở Tài chính

Theo khả năng cân đối ngân sách, phối hợp Sở Văn hóa và Thể thao, các cơ quan, đơn vị và địa phương có liên quan, tham mưu cấp thẩm quyền về nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch trên cơ sở lồng ghép với kinh phí thực hiện nhiệm vụ thường xuyên, kinh phí thực hiện Chương trình, Dự án và các nguồn huy động hợp pháp khác theo phân cấp của Luật Ngân sách nhà nước.

Phối hợp quảng bá tiềm năng, thế mạnh của tỉnh An Giang gắn với hình ảnh thương hiệu chung, là điểm đến đầu tư hấp dẫn.

5. Sở Khoa học và Công nghệ

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở, ngành, địa phương truyền thông quảng bá về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ cao để định vị hình ảnh An Giang là trung tâm công nghệ đổi mới, sáng tạo.

Thúc đẩy các nền tảng số, doanh nghiệp công nghệ tham gia quảng bá hình ảnh An Giang ra nước ngoài.

6. Sở Công Thương

Tổ chức thông tin, quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang ra nước ngoài thông qua các sự kiện hội chợ quốc tế theo yêu cầu của Ủy ban nhân dân tỉnh, Bộ Công Thương; tham gia các chương trình kết nối giao thương giữa nhà cung cấp với các doanh nghiệp xuất khẩu và tổ chức xúc tiến thương mại tổ chức tại Việt Nam.

7. Sở Nông nghiệp và Môi trường

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các sở, ngành, địa phương truyền thông, quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh An Giang có nền sản xuất nông nghiệp xanh, hiện đại và bền vững; các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, sản phẩm gắn với địa phương vùng miền (mỗi xã một sản phẩm - OCOP) và du lịch nông nghiệp, cảnh quan, di sản thiên nhiên đặc sắc của đất nước, của tỉnh.

Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, địa phương trong quảng bá thương hiệu nông sản An Giang ra thị trường quốc tế; tổ chức các sự kiện, hội chợ, tuần lễ nông sản, chương trình du lịch nông nghiệp và hoạt động xúc tiến thương mại gắn với truyền thông quảng bá hình ảnh An Giang; thúc đẩy truyền thông với định hướng “mỗi làng một điểm đến, mỗi sản phẩm một câu chuyện”.

Xây dựng tài liệu, ấn phẩm, video, bộ nhận diện thương hiệu các sản phẩm OCOP, sản phẩm nông nghiệp chủ lực, tiêu biểu của tỉnh để tham gia giới thiệu, quảng bá, kết nối tiêu thụ tại các triển lãm, hội chợ, các sàn thương mại điện tử trên nền tảng số trong và ngoài nước.

Cung cấp thông tin cho báo chí, các nhà đầu tư trong và ngoài nước về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, các dự án ưu tiên xúc tiến, thu hút đầu tư ngành Nông nghiệp và Môi trường.

8. Sở Giáo dục và Đào tạo

Tuyên truyền đến cán bộ, học sinh về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, hình ảnh An Giang ra nước ngoài; hướng dẫn cán bộ, học sinh, tuyên truyền, quảng bá tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc của tỉnh trên các nền tảng số.

9. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh An Giang

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao cùng các sở, ngành, địa phương đẩy mạnh truyền thông, quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang là điểm đến

tin cậy của nhà đầu tư, trung tâm kết nối giao thương và điểm đến du lịch an toàn, hấp dẫn; triển khai đa dạng hình thức, phù hợp với từng đối tượng, thị trường.

Tăng cường tổ chức và tham gia các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch; các hội nghị, hội thảo, diễn đàn trong và ngoài nước, gắn với quảng bá hình ảnh, môi trường đầu tư và tiềm năng phát triển thương mại và du lịch của tỉnh.

Chủ trì triển khai quảng bá, phát triển thương hiệu các sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc trưng của tỉnh, sản phẩm OCOP gắn với thương hiệu địa phương; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường tiêu thụ.

Tổ chức các hoạt động truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm; giới thiệu, quảng bá điểm đến du lịch An Giang. Chủ động lồng ghép nội dung thông tin đối ngoại vào các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch và sự kiện quốc tế.

Phối hợp người có ảnh hưởng (KOLs), các nhà sáng tạo nội dung số trong và ngoài nước tuyên truyền, quảng bá du lịch An Giang đến với bạn bè quốc tế.

Xây dựng các ấn phẩm, tài liệu bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài phục vụ hoạt động xúc tiến đầu tư. Tổ chức và tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước.

10. Các sở, ban, ngành tỉnh; UBND các xã, phường, đặc khu

Chủ động xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông quảng bá hình ảnh của cơ quan, đơn vị, địa phương phù hợp với định hướng chung của Chiến lược.

Tổ chức các chương trình, sự kiện lồng ghép thông tin đối ngoại với các hoạt động giao lưu, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, văn hóa; giới thiệu, quảng bá thành tựu phát triển kinh tế - văn hóa của tỉnh đến các tỉnh và các khu vực, quốc gia trên thế giới.

Phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao, các cơ quan báo chí, truyền thông tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương, của tỉnh về giới thiệu tiềm năng, thế mạnh hình ảnh vùng đất, con người, lịch sử, thành tựu của tỉnh trên các lĩnh vực, những di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, nét văn hoá đặc sắc, các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ chủ lực của ngành, địa phương.

Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông mới; khai thác phương tiện internet, các nền tảng mạng xã hội (Youtube, Facebook, Tiktok, Zalo...); duy trì tốt hoạt động trang thông tin điện tử, bản tin, bảng tin điện tử công cộng (màn hình LED); xuất bản và phát hành các xuất bản phẩm, ấn phẩm truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang ra nước ngoài.

Thường xuyên khai thác nền tảng tại các bộ, ngành, địa phương phục vụ công tác truyền thông đối ngoại, qua đó quảng bá hình ảnh của ngành, địa phương, đơn vị; phối hợp với Sở Văn hóa và Thể thao cung cấp nội dung số, dữ liệu số phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh thuộc các lĩnh vực quản lý của ngành.

Phối hợp cung cấp thông tin, hình ảnh phục vụ xây dựng bộ nhận diện và hoạt động truyền thông chung.

Khuyến khích các doanh nghiệp trong lĩnh vực, địa bàn quản lý tham gia quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang thông qua sản phẩm và thương hiệu uy tín; phối hợp với các cơ quan có thẩm quyền xem xét, lồng ghép hình ảnh tỉnh An Giang vào các sản phẩm, dịch vụ có liên quan.

11. Báo và Phát thanh - Truyền hình tỉnh An Giang

Quan tâm nâng cao chất lượng đặt hàng có nội dung liên quan các chương trình truyền thông nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các sở, ngành, địa phương, doanh nghiệp và người dân trong việc quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang.

Nâng cao chất lượng các chuyên trang, chuyên mục, các tài khoản mạng xã hội thành các nền tảng, ấn phẩm truyền thông có nội dung liên quan truyền thông quảng bá hình ảnh tỉnh (thông tin đối ngoại, du lịch, tiếng dân tộc Khmer...) góp phần nâng cao hình ảnh, vị thế của tỉnh.

Chủ động phối hợp với sở, ngành, địa phương liên quan để kịp thời tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quảng bá hình ảnh đất nước con người An Giang (chú trọng phát triển các sản phẩm truyền thông số, đẩy mạnh công tác tuyên truyền trên môi trường mạng fanpage facebook, youtube, tiktok...) theo các chương trình đã đặt hàng nhiệm vụ chính trị của tỉnh.

Sản xuất các nội dung truyền thông bằng tiếng dân tộc thiểu số để vừa phục vụ công tác thông tin đối nội, vừa thông tin đối ngoại, giới thiệu sự đa dạng, bản sắc văn hóa và tiến bộ nhân quyền của tỉnh An Giang.

Sản xuất các nội dung, hình ảnh, clip, chương trình truyền hình tương tác bằng các ngôn ngữ tiếng nước ngoài để quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang ra nước ngoài.

Cung cấp, trao đổi, chia sẻ thông tin, dữ liệu; đồng thời, cho phép khai thác dữ liệu phục vụ truyền thông quảng bá hình ảnh An Giang, Việt Nam ra nước ngoài, phục vụ công tác thông tin đối ngoại.

12. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh An Giang

Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh An Giang và các tổ chức chính trị - xã hội phối hợp chặt chẽ trong công tác tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và các tầng lớp Nhân dân tích cực tham gia quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh An Giang ra nước ngoài; đồng thời lồng ghép nội dung truyền

thông đôi ngoại vào các cuộc vận động và phong trào thi đua yêu nước, góp phần nâng cao hiệu quả công tác thông tin, tuyên truyền trên địa bàn An Giang.

Trên đây là Kế hoạch triển khai Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Yêu cầu các sở, ban, ngành, đơn vị, địa phương được giao nhiệm vụ chủ động triển khai thực hiện; trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc phát sinh, kịp thời phản ánh về Sở Văn hóa và Thể thao, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, điều chỉnh cho phù hợp với tình hình thực tế./.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
- Thường trực Tỉnh ủy;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh;
- Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy;
- Các sở, ban, ngành tỉnh;
- Báo và Phát thanh -Truyền hình An Giang;
- UBND các xã, phường, đặc khu;
- VP UBND tỉnh: Lãnh đạo Văn phòng;
- P. KGVX;
- Lưu: VT, ltpdiem.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Lê Văn Phước