

Số: /KH-UBND

Gia Lai, ngày tháng 6 năm 2026

KẾ HOẠCH

**Triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026
của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá
hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn
đến năm 2045 trên địa bàn tỉnh Gia Lai**

Triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026-2030, tầm nhìn đến năm 2045; Văn bản số 2723/BVHTTDL-TTCSTTĐN ngày 15/5/2026 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về hướng dẫn xây dựng 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; Ủy ban nhân dân tỉnh Gia Lai ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Chiến lược như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Truyền thông, giới thiệu và quảng bá hình ảnh, con người, lịch sử, văn hóa tỉnh Gia Lai 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, 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 Gia Lai nói riêng, góp phần khẳng định vị thế, uy tín, bản sắc và năng lực cạnh tranh của tỉnh; 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.

- 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 Gia Lai ra nước ngoài.

- Phân công rõ nhiệm vụ, trách nhiệm cho các đơn vị thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh trong tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch, bảo đảm thống nhất, đồng bộ và hiệu quả.

2. Yêu cầu

- Truyền thông quảng bá hình ảnh Gia Lai ra nước ngoài một cách chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp với chuẩn mực quốc tế, có trọng tâm, trọng điểm. Nội dung tuyên truyền đảm bảo tính chính xác, khách quan, phong phú về hình thức, phù hợp với từng nhóm công chúng.

- Đảm bảo sự lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy; sự quản lý, điều hành của Ủy ban nhân dân tỉnh; phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị và toàn dân; sự phối hợp đồng bộ, thường xuyên, liên tục và chặt chẽ giữa các cơ quan Trung ương và địa phương, đảm bảo công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam và tỉnh Gia Lai ra nước ngoài phát huy được hiệu quả cao nhất, thông điệp nhất quán, cách thể hiện đa dạng, linh hoạt, phù hợp với tình hình mới.

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 tỉnh Gia Lai ra nước ngoài

- Nâng cao nhận thức, tạo sự thống nhất về nhận thức của các sở, ban, ngành, địa phương và Nhân dân về vai trò của công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh Gia Lai ra nước ngoài; coi đây là nhiệm vụ chính trị, đối ngoại, văn hóa và kinh tế tổng hợp, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ của các sở, ban, ngành, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong tỉnh và cộng đồng người Gia Lai ở 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.

- Tăng cường truyền thông về giá trị văn hoá, con người và bản sắc, khát vọng phát triển và thành tựu của địa phương gắn với hình ảnh Việt Nam năng động, sáng tạo, thân thiện và hội nhập

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

- Xây dựng hệ thống thông điệp truyền thông về tỉnh Gia Lai 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 thương hiệu “Gia Lai” gắn liền với Không gian văn hóa công nghệ tỉnh Gia Lai, Chiến thắng Ngọc Hồi - Đống Đa, “Bài chòi Bình Định”, “Ngày hội Văn hóa các dân tộc tỉnh Gia Lai, Lễ hội Hoa Dã quỳ - Núi lửa Chư Đăng Ya... với mục tiêu bảo tồn và phát triển bền vững.

- Tăng cường công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh Gia Lai, xây dựng hình ảnh Gia Lai trở thành một địa phương năng động, đổi mới, phát triển bền vững, có bản sắc văn hóa đặc trưng kết nối Tây Nguyên - Duyên hải Nam Trung Bộ; là điểm đến hấp dẫn đối với nhà đầu tư, du khách và bạn bè quốc tế.

- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, hình ảnh tỉnh Gia Lai với bản sắc đặc trưng (logo, biểu tượng, màu sắc chủ đạo, câu chuyện thương hiệu...); 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 Gia Lai gắn với hình ảnh quốc gia.

- Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Gia Lai là trung tâm giáo dục, đào tạo, nghiên cứu khoa học với hệ thống các trường đại học quy mô lớn nhằm thu hút sinh viên quốc tế; là một trong những điểm đến nổi bật trên bản đồ du lịch sinh thái - văn hóa Tây Nguyên - Duyên hải Nam Trung Bộ, có độ phủ sóng thông tin thường xuyên trên các nền tảng truyền thông trong và ngoài nước

- 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 Gia Lai (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 Gia Lai.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số quảng bá hình ảnh địa phương

- 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 thông để lan tỏa trên nền tảng số.

- Đẩy mạnh hiện diện hình ảnh Gia Lai 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 Gia Lai đến với đông đảo bạn bè trong và ngoài nước.

4. Nâng cao hiệu quả phối hợp và huy động nguồn lực xã hội

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

- 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 Gia Lai nói riêng.

- Nghiên cứu ký kết, hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí trong nước, hãng thông tấn báo chí nước ngoài, tập đoàn công nghệ lớn theo từng giai đoạn hoặc sự kiện quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài.

- 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 Gia Lai.

- 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

- 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, hội nhập với toàn cầu và xử lý

khủng hoảng truyền thông, đấu tranh phản bác thông tin sai lệch ảnh hưởng đến hình ảnh của tỉnh, của quốc gia.

- 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 Gia Lai và của Việt Nam ra nước ngoài; hình thành mạng lưới cộng tác viên, chuyên gia và đối tác truyền thông trong và ngoài nước.

- Nghiên cứu hình thành lực lượng phản ứng nhanh, mạng lưới cộng tác viên, chuyên gia, đối tác truyền thông địa phương, trong nước và quốc tế có khả năng giám sát, phát hiện và xử lý kịp thời các thông tin tiêu cực liên quan đến địa phương, quốc gia Việt Nam.

6. Thiết lập cơ chế theo dõi, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt

- Xây dựng cơ chế phối hợp theo dõi, phân tích và đánh giá hiệu quả truyền thông, từng bước áp dụng các chỉ số đo lường mức độ nhận diện và cảm nhận quốc tế đối với hình ảnh địa phương theo hướng dẫn của bộ chuyên ngành.

- Chủ động rà soát, cập nhật nội dung, thông điệp và phương thức truyền thông phù hợp với xu hướng truyền thông mới và nhu cầu công chúng quốc tế và thực hiện báo cáo định kỳ theo quy định.

(có Phụ lục nhiệm vụ các nhiệm vụ trọng tâm kèm theo)

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Các cơ quan, đơn vị, địa phương sử dụng dự toán kinh phí chi thường xuyên được giao hàng năm và các nguồn tài chính hợp pháp khác để thực hiện.

2. Đối với các nội dung nhiệm vụ tại Kế hoạch không thuộc nhiệm vụ thường xuyên theo chức năng, nhiệm vụ được giao của cơ quan, đơn vị: cơ quan, đơn vị, địa phương được giao nhiệm vụ chủ trì xây dựng dự toán kinh phí gửi Sở Tài chính thẩm định, trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Thủ trưởng các sở, ban, ngành thuộc tỉnh và Chủ tịch Ủy ban nhân dân các xã, phường căn cứ các nội dung và Phụ lục kèm theo Kế hoạch này triển khai các nhiệm vụ được phân công; chỉ đạo và tổ chức thực hiện nhiệm vụ trong phạm vi, lĩnh vực quản lý, tổ chức triển khai thực hiện nghiêm túc, đảm bảo mục tiêu, yêu cầu, nhiệm vụ đề ra; định kỳ hàng năm báo cáo kết quả triển khai thực hiện về Ủy ban nhân dân tỉnh (qua Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) trước ngày 10/11 hàng năm để tổng hợp, báo cáo theo quy định.

2. Sở Tài chính xem xét, bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định của Luật Ngân sách nhà nước và các quy định pháp luật có liên quan.

3. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch giúp Ủy ban nhân dân tỉnh theo dõi việc triển khai thực hiện Kế hoạch này, tổng hợp báo cáo kết quả cho Ủy ban nhân dân tỉnh, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo quy định.

Trên là Kế hoạch triển khai thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 của Thủ tướng Chính phủ, trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc,

các cơ quan, đơn vị kịp thời báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh (qua Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) để xem xét, xử lý theo thẩm quyền; nếu vượt thẩm quyền tổng hợp báo cáo đề xuất Ủy ban nhân dân tỉnh./.

Nơi nhận:

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (*báo cáo*);
- Thường trực Tỉnh ủy (*báo cáo*);
- Thường trực HĐND tỉnh;
- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQVN tỉnh;
- BCĐ công tác thông tin đối ngoại tỉnh;
- Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy;
- Các sở, ban, ngành thuộc tỉnh;
- Ủy ban nhân dân các xã, phường;
- Báo và phát thanh, truyền hình Gia Lai;
- CVP, các Phó CVP UBND tỉnh;
- Trung tâm PVHCC tỉnh;
- Lưu: VT, T2, V5, V1.

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

Nguyễn Thị Thanh Lịch