

**KẾ HOẠCH**

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

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

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, 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 trong Cộng đồng ASEAN.

- Phát huy vai trò chủ thể của người dân, doanh nghiệp và các tổ chức trong tham gia và thụ hưởng 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 định hướng xây dựng Cộng đồng ASEAN đến năm 2045 theo hướng hội nhập, tự cường, bền vững 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 trụ cột chính trị - an ninh**

##### **1.1. Truyền thông về ASEAN là không gian hòa bình, ổn định dựa trên luật lệ**

- Tổ chức tuyên truyền sâu rộng về việc ASEAN là một khu vực hòa bình, ổn định và an ninh, được xây dựng và vận hành trên cơ sở các nguyên tắc cơ bản của Hiến chương ASEAN, Hiến chương Liên hợp quốc và luật pháp quốc tế, bao gồm Luật Nhân đạo quốc tế.

- Đẩy mạnh truyền thông làm rõ những giá trị cốt lõi của ASEAN trong duy trì môi trường hòa bình, không xung đột, thúc đẩy đối thoại, hợp tác và giải quyết bất đồng bằng biện pháp hòa bình; qua đó góp phần củng cố niềm tin của cộng đồng quốc tế, doanh nghiệp và người dân vào môi trường ổn định, an toàn của khu vực.

- Truyền thông về hợp tác ASEAN trong phòng, chống tội phạm xuyên quốc gia, tội phạm mạng, lừa đảo trực tuyến, buôn bán người, rửa tiền; tăng cường hợp tác về an ninh, an toàn hàng không và thực thi pháp luật trong khu vực phù hợp với luật pháp quốc tế và các cam kết của ASEAN.

- Truyền thông phổ biến kiến thức về luật pháp quốc tế, các chuẩn mực hành xử và vai trò của ASEAN trong duy trì hòa bình, ổn định khu vực.

## **1.2. Truyền thông về vai trò trung tâm và vị thế của ASEAN trong cấu trúc khu vực và quốc tế**

- Truyền thông về vai trò trung tâm của ASEAN trong cấu trúc khu vực đang định hình, thông qua các cơ chế do ASEAN dẫn dắt như ASEAN+1, ASEAN+3, Diễn đàn Khu vực ASEAN (ASEAN Regional Forum), Hội nghị Cấp cao Đông Á (East Asia Summit), Hội nghị Bộ trưởng Quốc phòng các nước ASEAN mở rộng (ADMM+) và các khuôn khổ đối thoại, hợp tác đa phương khác; đồng thời làm rõ vai trò tham gia chủ động, tích cực và các đóng góp cụ thể của Việt Nam trong các cơ chế này.

- Truyền thông làm rõ vai trò của ASEAN trong việc điều phối quan hệ giữa các quốc gia, thúc đẩy hợp tác, xây dựng lòng tin, thiết lập và mở rộng các quan hệ đối tác thực chất, cùng có lợi với các đối tác trong và ngoài khu vực.

- Truyền thông về lập trường chung của ASEAN đối với các vấn đề khu vực và toàn cầu, qua đó khẳng định ASEAN là cơ chế hợp tác khu vực có tiếng nói, có quan điểm và có khả năng tham gia định hình các vấn đề quốc tế quan trọng.

- Truyền thông về vai trò của ASEAN trong việc góp phần định hình cấu trúc khu vực và trật tự quốc tế dựa trên luật lệ trong bối cảnh cạnh tranh chiến lược và biến động địa chính trị ngày càng gia tăng; khẳng định ASEAN là lực lượng cân bằng, trung gian và kiến tạo hợp tác trong khu vực.

- Truyền thông về đóng góp của ASEAN trong việc duy trì hệ thống đa phương, thúc đẩy hợp tác quốc tế vì hòa bình, an ninh và phát triển bền vững; qua đó nâng cao hình ảnh ASEAN là một chủ thể có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế.

- Truyền thông về Tầm nhìn ASEAN đối với khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương (AOIP), làm rõ các nguyên tắc về hợp tác mở, bao trùm, minh bạch và dựa trên luật lệ, qua đó khẳng định vai trò chủ động, tích cực của ASEAN trong định hình không gian chiến lược khu vực.

## **1.3. Truyền thông về các nguyên tắc hòa bình, giải quyết tranh chấp và an ninh khu vực**

- Truyền thông về cam kết của ASEAN trong việc duy trì và thúc đẩy hòa bình, an ninh và ổn định khu vực; giải quyết tranh chấp bằng biện pháp hòa bình, trên cơ sở tôn trọng luật pháp quốc tế, các quy trình pháp lý và ngoại giao, không sử dụng hoặc đe dọa sử dụng vũ lực.

- Truyền thông về các nguyên tắc pháp lý quốc tế, đặc biệt là Công ước Liên hợp quốc về Luật Biển năm 1982 (UNCLOS 1982), nhằm nâng cao nhận thức của công chúng trong và ngoài nước về vai trò của luật pháp quốc tế trong quản trị biển và giải quyết tranh chấp.

- Truyền thông về Đông Nam Á là khu vực hòa bình, tự do và trung lập, không có vũ khí hạt nhân và các loại vũ khí hủy diệt hàng loạt; qua đó góp phần củng cố hình ảnh khu vực ổn định, an toàn và có trách nhiệm.

- Truyền thông chuyên sâu về các vấn đề an ninh phi truyền thống, an ninh biển, an ninh mạng và các vấn đề khu vực, quốc tế cùng quan tâm; bảo đảm thông tin, truyền thông đối với các vấn đề nhạy cảm, phức tạp theo định hướng thống nhất, qua đó nâng cao nhận thức xã hội và tăng cường đồng thuận trong việc bảo vệ môi trường hòa bình, ổn định của khu vực.

#### **1.4. Truyền thông về giá trị Cộng đồng ASEAN: Bao trùm, đa dạng và lấy con người làm trung tâm**

- Truyền thông về một Cộng đồng ASEAN bao trùm, gắn kết, tôn trọng sự đa dạng về chính trị, xã hội, văn hóa, tôn giáo và dân tộc; đề cao các nguyên tắc dân chủ, pháp quyền và quản trị tốt.

- Truyền thông về việc tôn trọng, bảo vệ các quyền và tự do cơ bản của con người, thúc đẩy công bằng xã hội, bảo đảm sự tham gia của mọi tầng lớp trong xã hội vào quá trình phát triển và hội nhập ASEAN.

- Truyền thông nâng cao nhận thức về bản sắc ASEAN, tăng cường sự hiểu biết, gắn kết giữa người dân các quốc gia thành viên; qua đó củng cố nền tảng xã hội cho một Cộng đồng ASEAN bền vững, hài hòa và phát triển.

### **2. Truyền thông về trụ cột Kinh tế**

#### **2.1. Truyền thông về ASEAN là trung tâm tăng trưởng kinh tế toàn cầu và nền kinh tế tương lai**

- Truyền thông sâu rộng về vai trò của ASEAN như một chủ thể lớn trong nền kinh tế toàn cầu, hướng tới trở thành nền kinh tế lớn thứ tư thế giới, với một thị trường thống nhất, hiện đại, sẵn sàng cho tương lai.

- Truyền thông về mô hình tăng trưởng của ASEAN dựa trên các trụ cột: Phát triển bền vững, quản trị tốt, đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ tiên tiến; qua đó góp phần định vị ASEAN là một trung tâm tăng trưởng năng động, có khả năng thích ứng với các xu thế kinh tế mới nổi.

- Truyền thông về tiềm năng phát triển dài hạn của ASEAN, nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp, nhà đầu tư và người dân về cơ hội phát triển trong không gian kinh tế ASEAN.

## **2.2. Truyền thông về năng lực tự cường kinh tế và phát triển bao trùm của ASEAN**

- Truyền thông về một Cộng đồng ASEAN linh hoạt, tự cường, có khả năng ứng phó với các cú sốc kinh tế và các thách thức dài hạn trong bối cảnh toàn cầu biến động.

- Truyền thông về những nỗ lực của ASEAN trong thu hẹp khoảng cách phát triển giữa các quốc gia thành viên, thúc đẩy tiếp cận công bằng, bao trùm và có sự tham gia đối với các cơ hội kinh tế.

- Truyền thông về vai trò của ASEAN trong bảo đảm phát triển hài hòa, không để ai bị bỏ lại phía sau, qua đó củng cố niềm tin xã hội vào tiến trình hội nhập kinh tế khu vực.

## **2.3. Truyền thông về thị trường chung ASEAN và liên kết chuỗi cung ứng khu vực - toàn cầu**

- Truyền thông về ASEAN như một thị trường chung và cơ sở sản xuất được tích hợp liền mạch, có năng lực cạnh tranh toàn cầu cao, với sự gia tăng thương mại và đầu tư nội khối; tăng cường hợp tác đầu tư trong ASEAN; vai trò của đầu tư trong thúc đẩy liên kết kinh tế khu vực, phát triển chuỗi cung ứng khu vực - toàn cầu, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng chống chịu của Cộng đồng Kinh tế ASEAN trước các biến động kinh tế toàn cầu.

- Truyền thông về vai trò của ASEAN như một trung tâm công nghiệp và sản xuất của khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương, đặc biệt nhấn mạnh vai trò của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs) trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

- Truyền thông về liên kết sản xuất - thương mại nội khối; chuỗi cung ứng khu vực; vai trò của ASEAN trong mạng lưới sản xuất toàn cầu; đồng thời truyền thông về Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), các hiệp định thương mại tự do trong ASEAN và ASEAN+ và việc hỗ trợ doanh nghiệp khai thác hiệu quả cơ hội thị trường, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị khu vực, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao nhận thức về sức mạnh kinh tế chung của ASEAN.

## **2.4. Truyền thông về đổi mới sáng tạo, khoa học - công nghệ và các động lực tăng trưởng mới**

- Truyền thông về ASEAN là khu vực năng động, có khả năng tận dụng các tiến bộ trong khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo; các thành tựu nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ nổi bật trong khu vực ASEAN nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo nền tảng thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, quốc phòng, an ninh trong khu vực.

- Truyền thông về các lĩnh vực kinh tế mới như kinh tế sáng tạo, kinh tế số, kinh tế xanh, công nghiệp công nghệ cao, các ngành công nghiệp tiên tiến; các lĩnh vực công nghệ và động lực tăng trưởng mới như trí tuệ nhân tạo (AI), bán dẫn, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, công nghệ sinh học, công nghệ tài chính (fintech), chuyển đổi năng lượng, công nghệ môi trường; hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo ASEAN, tăng cường liên kết giữa Chính phủ, doanh nghiệp, viện nghiên cứu, trường đại học và các trung tâm đổi mới sáng tạo trong khu vực ASEAN nhằm thúc đẩy hợp tác công nghệ và phát triển các ngành công nghiệp tương lai; truyền thông về các mô hình khởi nghiệp sáng tạo tiêu biểu có sức lan tỏa trong khu vực ASEAN, qua đó góp phần định vị ASEAN là trung tâm đổi mới sáng tạo, thúc đẩy xây dựng hệ sinh thái phát triển hiện đại, thích ứng với xu thế toàn cầu.

## **2.5. Truyền thông về chuyển đổi số và xây dựng Cộng đồng số ASEAN**

- Truyền thông về xây dựng một Cộng đồng ASEAN số, công nghệ tiên tiến, có khả năng kết nối và dẫn dắt, với hệ sinh thái số mở, an toàn, tin cậy và có khả năng tương tác cao.

- Truyền thông về vai trò của chuyển đổi số trong: Thúc đẩy tăng trưởng kinh tế; nâng cao năng suất; mở rộng cơ hội tiếp cận dịch vụ cho người dân và doanh nghiệp.

- Truyền thông nhằm phổ biến kiến thức về kinh tế số, thương mại điện tử, dữ liệu số và các dịch vụ số tiên tiến trong không gian ASEAN.

- Thúc đẩy tiếp cận và phổ cập công nghệ thông tin; phát huy hiệu quả công tác thông tin, truyền thông và công nghệ số, các nền tảng số và không gian số nhằm tăng cường kết nối khu vực, lan tỏa bản sắc ASEAN, tăng cường sự gắn kết giữa người dân ASEAN và quảng bá các giá trị chung của Cộng đồng ASEAN như lịch sử, văn hóa, truyền thống và ẩm thực, hướng tới xây dựng Cộng đồng ASEAN lấy người dân làm trung tâm.

## **2.6. Truyền thông về hợp tác kinh tế đối ngoại và vai trò trung tâm của ASEAN**

- Truyền thông về quan hệ kinh tế giữa ASEAN với các đối tác bên ngoài thông qua tăng cường khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do giữa ASEAN và các đối tác ASEAN+, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) và các cơ chế hợp tác kinh tế, tài chính khu vực và toàn cầu; hợp tác tài chính, huy động nguồn lực quốc tế phục vụ phát triển bền vững; nâng cao nhận thức về quản lý nợ công an toàn, hiệu quả và bền vững.

- Truyền thông về vai trò trung tâm của ASEAN trong điều phối hợp tác kinh tế khu vực, thúc đẩy các giá trị gia tăng cho các bên liên quan thông qua đổi mới sáng tạo, chia sẻ tri thức và nâng cao năng lực, góp phần nâng cao hình ảnh

ASEAN là một đối tác tin cậy, có trách nhiệm và có năng lực kết nối trong nền kinh tế toàn cầu.

## **2.7. Truyền thông về vai trò của ASEAN trong chuỗi cung ứng và hệ thống logistics toàn cầu**

- Truyền thông về ASEAN như một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng toàn cầu, với hệ thống sản xuất, phân phối và logistics ngày càng hiện đại, hiệu quả và có khả năng chống chịu cao.

- Truyền thông về: Tối ưu hóa quy trình sản xuất; phát triển hạ tầng logistics; bảo đảm nguồn cung nguyên liệu, góp phần nâng cao nhận thức về vị thế của ASEAN trong mạng lưới kinh tế toàn cầu và khả năng tham gia sâu vào chuỗi giá trị gia tăng.

## **2.8. Truyền thông về an ninh kinh tế, tài chính và khả năng chống chịu của ASEAN**

- Truyền thông về các giải pháp tăng cường khả năng chống chịu kinh tế và tài chính của ASEAN, bao gồm: Thúc đẩy sử dụng đồng tiền nội tệ trong giao dịch xuyên biên giới; tăng cường cơ chế tài chính ứng phó rủi ro; giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu và suy thoái môi trường.

- Truyền thông nâng cao nhận thức về an ninh kinh tế, ổn định tài chính và khả năng thích ứng của ASEAN trước các biến động toàn cầu.

## **2.9. Truyền thông về phát triển bền vững, kinh tế xanh và kinh tế biển ASEAN**

- Truyền thông về xây dựng một ASEAN xanh, phát triển bền vững trên cả đất liền và đại dương, thông qua thúc đẩy kinh tế xanh, kinh tế biển, nông nghiệp bền vững.

- Truyền thông về các nỗ lực của ASEAN trong việc ứng phó biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường và sử dụng bền vững tài nguyên, bao gồm quản lý tài nguyên nước, tài nguyên rừng, bảo tồn đa dạng sinh học, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn và giảm phát thải, 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.

## **3. Truyền thông về trụ cột văn hóa - xã hội**

### **3.1. Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN lấy người dân làm trung tâm**

- Truyền thông về định hướng xây dựng Cộng đồng ASEAN lấy người dân làm trung tâm, hướng tới người dân, bảo đảm sự tham gia và thụ hưởng của người dân trong tiến trình xây dựng Cộng đồng ASEAN.

- Truyền thông về bản sắc ASEAN, tinh thần đoàn kết, gắn kết cộng đồng và ý thức công dân ASEAN; tăng cường kết nối cộng đồng giữa các quốc gia



thành viên thông qua tạo thuận lợi cho di chuyển của con người, hàng hóa và dịch vụ, góp phần hình thành nhận thức chung về Cộng đồng ASEAN và bản sắc ASEAN.

### **3.2. Truyền thông về phát triển xã hội bao trùm, nâng cao chất lượng cuộc sống và gắn kết cộng đồng**

- Truyền thông về một Cộng đồng ASEAN quan tâm, bao trùm, bảo đảm phát huy đầy đủ tiềm năng và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

- Truyền thông về các chính sách và nỗ lực của ASEAN trong thúc đẩy phát triển bền vững, bảo đảm công bằng xã hội, hỗ trợ các nhóm dễ bị tổn thương và không để ai bị bỏ lại phía sau.

- Truyền thông về sự gắn kết xã hội, tăng cường niềm tin và sự đồng thuận trong Cộng đồng ASEAN.

### **3.3. Truyền thông về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và tận dụng lợi thế dân số**

- Truyền thông về vai trò của giáo dục toàn diện, bao trùm và mang tính chuyển đổi trong việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của ASEAN.

- Truyền thông về các chương trình đào tạo, phát triển kỹ năng, đào tạo lại kỹ năng (reskilling) cho người lao động trong kỷ nguyên số, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tạo việc làm thỏa đáng, chất lượng cao cho người dân; tăng cường truyền thông về các xu hướng biến động dân số trong khu vực ASEAN như già hóa dân số, mức sinh thấp, lao động di cư và các giải pháp thích ứng nhằm tận dụng hiệu quả lợi thế dân số; góp phần nâng cao nhận thức về vai trò của con người là động lực trung tâm của tăng trưởng và phát triển trong ASEAN.

### **3.4. Truyền thông về bảo vệ, chăm sóc sức khỏe, nâng cao chất lượng dân số và thực hiện quyền trẻ em ASEAN**

- Truyền thông về xây dựng một cộng đồng dân cư ASEAN khỏe mạnh, có tuổi thọ cao và được bảo đảm phúc lợi cho mọi lứa tuổi.

- Truyền thông về bao phủ chăm sóc sức khỏe toàn dân (UHC), nâng cao năng lực hệ thống y tế, tăng cường mạng lưới an ninh y tế khu vực và khả năng ứng phó với các đại dịch trong tương lai, các bệnh truyền nhiễm và không truyền nhiễm; đồng thời tăng cường truyền thông về nâng cao chất lượng dân số, chăm sóc sức khỏe sinh sản, dự phòng vô sinh, giảm thiểu tảo hôn, hôn nhân cận huyết thống và khám sức khỏe trước khi kết hôn, góp phần nâng cao nhận thức xã hội về tầm quan trọng của sức khỏe cộng đồng trong phát triển bền vững.

### **3.5. Truyền thông về an ninh con người và nâng cao khả năng chống chịu của cộng đồng**

- Truyền thông nâng cao nhận thức về an ninh con người theo cách tiếp cận toàn diện, lấy con người làm trung tâm, coi an ninh con người là mục tiêu của an ninh quốc gia; tăng cường khả năng chống chịu của cộng đồng trước các thách thức truyền thống và phi truyền thống như thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, an ninh mạng và các vấn đề an ninh mới nổi trong khu vực ASEAN; đẩy mạnh truyền thông về tinh thần “ASEAN là một” trong ứng phó thiên tai, vai trò của Trung tâm Điều phối ASEAN về Hỗ trợ nhân đạo trong thiên tai (Trung tâm AHA) và nỗ lực của Việt Nam.

- Truyền thông về tăng cường khả năng chống chịu của cộng đồng và đô thị ASEAN trước các tác động của biến đổi khí hậu, thiên tai và các rủi ro môi trường; phát triển hạ tầng kỹ thuật đô thị bền vững, hạ tầng xanh, hạ tầng cấp nước, thoát nước và xử lý nước thải, góp phần thúc đẩy phát triển đô thị bền vững và nâng cao chất lượng sống của người dân trong khu vực ASEAN.

### **3.6. Truyền thông về bản sắc ASEAN và tăng cường ý thức cộng đồng**

- Truyền thông về xây dựng bản sắc ASEAN chung, phù hợp với sự đa dạng và đặc thù của các quốc gia thành viên, đồng thời có khả năng thích ứng với các vấn đề khu vực và toàn cầu.

- Truyền thông nâng cao nhận thức của người dân về giá trị, chuẩn mực và bản sắc ASEAN; tăng cường giao lưu nhân dân, kết nối văn hóa giữa các địa phương Việt Nam với các quốc gia ASEAN, góp phần củng cố sự gắn kết và đồng thuận trong cộng đồng.

### **3.7. Truyền thông về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ**

- Truyền thông về vai trò của phụ nữ trong xây dựng Cộng đồng ASEAN, bảo đảm sự tham gia đầy đủ, hiệu quả của phụ nữ trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội và trong các quá trình ra quyết định.

- Truyền thông về các chính sách thúc đẩy bình đẳng giới, qua đó phát huy tối đa tiềm năng và đóng góp của phụ nữ trong phát triển ASEAN.

### **3.8. Truyền thông về vai trò của thanh niên trong xây dựng Cộng đồng ASEAN**

- Truyền thông về vai trò của thanh niên trong việc đóng góp vào xây dựng một Cộng đồng ASEAN năng động, sáng tạo và tự cường.

- Truyền thông về các chương trình, hoạt động tạo điều kiện để thanh niên tham gia giải quyết các thách thức hiện tại và mới nổi, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững và lan tỏa giá trị, bản sắc ASEAN.

### **3.9. Truyền thông về bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa và phát triển công nghiệp văn hóa ASEAN**

- Truyền thông về việc bảo tồn, gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa, nghệ thuật, truyền thống, di sản văn hóa và lễ hội truyền thống của cộng đồng các dân tộc các quốc gia ASEAN.

- Truyền thông về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch xanh; tăng cường quảng bá thông qua các sự kiện, liên hoan nghệ thuật chuyên ngành và hoạt động giao lưu văn hóa ASEAN tổ chức tại Việt Nam, qua đó góp phần tạo động lực mới cho tăng trưởng kinh tế và quảng bá hình ảnh ASEAN ra thế giới.

### **3.10. Truyền thông về phát triển thể thao và tăng cường gắn kết Cộng đồng ASEAN**

- Truyền thông về vai trò của thể thao trong thúc đẩy hòa bình, hòa nhập xã hội, sức khỏe, giáo dục và phát triển kinh tế - xã hội; góp phần xây dựng ASEAN trở thành trung tâm thể thao khu vực và quốc tế, qua đó nâng cao hình ảnh ASEAN năng động, gắn kết và phát triển.

- Truyền thông, thúc đẩy việc sử dụng sáng tạo công nghệ thông tin và truyền thông trong bảo tồn, quảng bá các môn thể thao và trò chơi truyền thống ASEAN; khuyến khích sự tham gia của cơ quan truyền thông, tình nguyện viên, khu vực tư nhân và các bên liên quan trong nâng cao nhận thức về vai trò của các hoạt động này đối với xây dựng Cộng đồng ASEAN.

## **4. Truyền thông về trụ cột kết nối ASEAN 2045**

### **4.1. Truyền thông về xây dựng Cộng đồng ASEAN kết nối toàn diện, tích hợp và liên mạch**

- Truyền thông về định hướng xây dựng một Cộng đồng ASEAN được tích hợp chặt chẽ, với các liên kết được tăng cường cả trong nội bộ từng quốc gia thành viên và giữa các quốc gia trong khu vực.

- Truyền thông về vai trò của kết nối ASEAN trong thúc đẩy hội nhập khu vực, phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

- Tăng cường xây dựng các sản phẩm truyền thông làm rõ lợi ích thiết thực của kết nối ASEAN đối với việc lưu thông hàng hóa, dịch vụ, di chuyển của người dân, mở rộng không gian phát triển nhằm nâng cao nhận thức xã hội về ý nghĩa chiến lược của kết nối khu vực.

### **4.2. Truyền thông về phát triển hạ tầng kết nối hiện đại, bền vững và đồng bộ**

- Truyền thông về phát triển hệ thống hạ tầng kết nối ASEAN theo hướng hiện đại, bền vững, bao gồm: Hạ tầng giao thông; hạ tầng năng lượng; hạ tầng kết nối thanh toán; hạ tầng đô thị.

- Truyền thông về vai trò của hạ tầng trong thúc đẩy liên kết khu vực, nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng cường khả năng chống chịu của nền kinh tế; đồng thời nhấn mạnh tính liên thông, kết nối giữa các loại hình hạ tầng trong khu vực ASEAN.

- Truyền thông về các dự án kết nối trọng điểm, qua đó góp phần lan tỏa nhận thức về một ASEAN kết nối hiệu quả, đồng bộ và hiện đại.

#### **4.3. Truyền thông về kết nối số, hỗ trợ đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo và an ninh mạng trong ASEAN**

- Truyền thông về quá trình chuyển đổi số và xây dựng kết nối số trong ASEAN, bao gồm: Đổi mới công nghệ; kết nối dữ liệu; dịch vụ số xuyên biên giới.

- Truyền thông về an ninh mạng, an toàn thông tin và xây dựng hệ sinh thái số an toàn, tin cậy trong khu vực, góp phần nâng cao nhận thức của người dân, doanh nghiệp về vai trò của kết nối số trong thúc đẩy phát triển và hội nhập ASEAN.

#### **4.4. Tuyên truyền về kết nối logistics, chuỗi cung ứng và dòng chảy thông tin xuyên biên giới**

- Truyền thông về phát triển hệ thống logistics, chuỗi cung ứng khu vực có hiệu quả, bền vững và có khả năng chống chịu cao; gắn với hệ thống hạ tầng kết nối khu vực ASEAN.

- Truyền thông về tăng cường kết nối vận tải và logistics, bảo đảm dòng chảy thông tin xuyên biên giới thông suốt, nâng cao hiệu quả lưu thông hàng hóa và dịch vụ; đồng thời nhấn mạnh vai trò của chuỗi cung ứng dịch vụ hạ tầng kỹ thuật trong nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập kinh tế của ASEAN.

#### **4.5. Truyền thông về kết nối con người và tăng cường giao lưu trong Cộng đồng ASEAN**

- Truyền thông về tăng cường kết nối giữa người dân trong khu vực ASEAN, thông qua các hoạt động: Giao lưu văn hóa; hợp tác giáo dục; du lịch và đối ngoại nhân dân.

- Truyền thông nhằm nâng cao nhận thức về bản sắc ASEAN, tăng cường sự hiểu biết, gắn kết giữa người dân các quốc gia thành viên, góp phần củng cố nền tảng xã hội của một Cộng đồng ASEAN đoàn kết, gắn bó.

#### **4.6. Truyền thông về cách tiếp cận toàn diện trong thúc đẩy kết nối ASEAN**

- Truyền thông về cách tiếp cận toàn diện Cộng đồng trong thúc đẩy kết nối ASEAN, bao gồm: Phối hợp liên ngành, liên lĩnh vực; kết nối giữa các trụ cột của Cộng đồng ASEAN; hiệp đồng với các sáng kiến kết nối khu vực và toàn cầu.

- Truyền thông về sự gắn kết giữa kết nối ASEAN với các khuôn khổ hợp tác tiểu vùng và đa phương, qua đó nâng cao hiệu quả triển khai các chương trình, dự án kết nối.

#### **4.7. Truyền thông về phát triển đô thị thông minh và bền vững trong ASEAN**

- Truyền thông về định hướng xây dựng các đô thị thông minh, bền vững trong ASEAN, trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại và hạ tầng đổi mới sáng tạo.
- Truyền thông về quản lý phát triển đô thị, ứng dụng công nghệ số trong quản trị đô thị, quản lý hạ tầng kỹ thuật đô thị và chuyển đổi số đối với các dịch vụ hạ tầng kỹ thuật thiết yếu; nâng cao chất lượng sống tại đô thị, góp phần nâng cao nhận thức xã hội về vai trò của đô thị thông minh, đô thị số trong phát triển bền vững của ASEAN.

### **5. Truyền thông về tăng cường thể chế**

#### **5.1. Truyền thông về vai trò trung tâm và năng lực điều phối của ASEAN trong khu vực**

- Truyền thông về vai trò trung tâm của ASEAN trong cấu trúc khu vực, nhấn mạnh năng lực điều phối, dẫn dắt và kết nối các cơ chế hợp tác đa phương.
- Truyền thông về vai trò của ASEAN trong việc duy trì cân bằng chiến lược, thúc đẩy hợp tác và xử lý các vấn đề khu vực trên cơ sở đồng thuận và luật lệ, góp phần củng cố nhận thức về ASEAN là một thiết chế khu vực có uy tín, có năng lực điều phối hiệu quả.

#### **5.2. Truyền thông về nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan, tổ chức và cơ chế ASEAN**

- Truyền thông về việc tăng cường năng lực thể chế và hiệu quả hoạt động của các cơ quan, tổ chức và cơ chế ASEAN theo hướng quyết đoán hơn, phản ứng nhanh hơn và kịp thời hơn trước các vấn đề phát sinh.
- Truyền thông về các cải cách thể chế trong ASEAN, qua đó nâng cao nhận thức về một ASEAN vận hành hiệu quả, thích ứng và có khả năng đáp ứng yêu cầu phát triển trong bối cảnh mới.

#### **5.3. Truyền thông về năng lực thích ứng và sẵn sàng của ASEAN trước các thách thức tương lai**

- Truyền thông về khả năng của ASEAN trong việc chủ động thích ứng và sẵn sàng ứng phó với các thách thức khu vực và toàn cầu, bao gồm: Biến động địa chính trị; khủng hoảng kinh tế; các thách thức an ninh phi truyền thống.
- Xây dựng các tuyến nội dung truyền thông làm rõ vai trò của ASEAN trong dự báo, điều phối và xử lý các vấn đề mới nổi, qua đó củng cố hình ảnh ASEAN là một Cộng đồng linh hoạt, chủ động và có năng lực quản trị hiện đại.

#### **5.4. Truyền thông về tăng cường phối hợp liên ngành, liên trụ cột trong ASEAN**

- Truyền thông về cơ chế phối hợp giữa các trụ cột của Cộng đồng ASEAN và giữa các lĩnh vực hợp tác nhằm nâng cao hiệu quả triển khai các mục tiêu chung.

- Truyền thông về sự gắn kết giữa các chính sách, chương trình và sáng kiến của ASEAN trong các lĩnh vực chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và kết nối, góp phần nâng cao nhận thức về một ASEAN vận hành theo cách tiếp cận tổng thể, liên ngành và thống nhất.

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

### **6.1. Truyền thông về vai trò chủ động, tích cực và trách nhiệm của Việt Nam trong ASEAN**

- Truyền thông về vai trò của Việt Nam với tư cách là một thành viên chủ động, tích cực và có trách nhiệm trong ASEAN, đóng góp vào việc duy trì hòa bình, ổn định và thúc đẩy hợp tác trong khu vực.

- Truyền thông về quá trình tham gia, đóng góp của Việt Nam trong xây dựng và phát triển Cộng đồng ASEAN, qua đó khẳng định hình ảnh Việt Nam là một đối tác tin cậy, thành viên có trách nhiệm trong khu vực.

### **6.2. Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy các sáng kiến và cơ chế hợp tác ASEAN**

- Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong đề xuất, dẫn dắt và triển khai các sáng kiến hợp tác trong ASEAN trên các lĩnh vực chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội và kết nối.

- Truyền thông về những đóng góp của Việt Nam trong việc thúc đẩy các chương trình nghị sự chung của ASEAN, tăng cường hợp tác nội khối và mở rộng quan hệ với các đối tác bên ngoài, qua đó góp phần khẳng định vai trò của Việt Nam trong việc cùng ASEAN định hình các xu hướng hợp tác khu vực.

### **6.3. Truyền thông về đóng góp của Việt Nam trong duy trì hòa bình, ổn định và thúc đẩy hợp tác khu vực**

- Truyền thông về các đóng góp của Việt Nam trong việc 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.

- Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong các cơ chế hợp tác an ninh, kinh tế và đa phương của ASEAN; qua đó nâng cao hình ảnh Việt Nam là quốc gia tích cực đóng góp vào hòa bình và ổn định khu vực.

### **6.4. Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy liên kết kinh tế và hội nhập khu vực**

- Truyền thông về sự tham gia của Việt Nam trong quá trình xây dựng thị trường chung ASEAN, phát triển chuỗi cung ứng khu vực và thúc đẩy liên kết kinh tế nội khối.

- Truyền thông về vai trò của Việt Nam trong thúc đẩy thương mại, đầu tư, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong ASEAN; qua đó góp phần khẳng định vị thế của Việt Nam trong không gian kinh tế khu vực.

### **6.5. Truyền thông về hình ảnh Việt Nam gắn với bản sắc và giá trị ASEAN**

- Truyền thông về hình ảnh Việt Nam là một quốc gia giàu bản sắc văn hóa, năng động, hội nhập và phát triển, gắn với các giá trị chung của Cộng đồng ASEAN; đồng thời là đối tác tin cậy, thành viên tích cực và có trách nhiệm trong ASEAN và cộng đồng quốc tế.

- Truyền thông về các hoạt động truyền thông nhằm quảng bá văn hóa, con người Việt Nam trong khuôn khổ hợp tác ASEAN, góp phần tăng cường hiểu biết, giao lưu và gắn kết giữa người dân Việt Nam với người dân các nước ASEAN.

### **6.6. Truyền thông về vị thế và uy tín quốc tế của Việt Nam thông qua ASEAN**

- Truyền thông về việc Việt Nam tham gia ASEAN như một kênh quan trọng để nâng cao vị thế và uy tín quốc tế, mở rộng quan hệ đối ngoại và hội nhập quốc tế sâu rộng.

- Truyền thông về vai trò của ASEAN trong việc tạo điều kiện để Việt Nam tham gia vào các cơ chế hợp tác khu vực và toàn cầu, qua đó khẳng định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

## **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 nhân các sự kiện, ngày kỷ niệm 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, người sáng tạo nội dung số và các lực lượng có ảnh hưởng tích cực trên không gian mạng trong 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; 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, cung cấp thông tin về 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 [asean.vietnam.vn](http://asean.vietnam.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.

### **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 môi 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 [asean.vietnam.vn](http://asean.vietnam.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.

## **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 [asean.vietnam.vn](http://asean.vietnam.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 và lực lượng thanh niên; 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; 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. Đánh giá kết quả thực hiện**

Việc đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch được thực hiện trên cơ sở các tiêu chí chủ yếu sau:

- Mức độ lan tỏa thông tin về ASEAN và Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN đến năm 2045 trên các phương tiện truyền thông và nền tảng số.

- Số lượng, chất lượng các sản phẩm truyền thông; mức độ đa dạng về nội dung, hình thức và ngôn ngữ.

- Mức độ tiếp cận, tương tác và thay đổi nhận thức của các nhóm đối tượng đối với nội dung truyền thông về ASEAN.

- Hiệu quả phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương và cơ quan báo chí trong triển khai các hoạt động truyền thông.

- Tác động của công tác truyền thông đối với việc nâng cao nhận thức xã hội, thúc đẩy sự tham gia của người dân, doanh nghiệp vào tiến trình hợp tác ASEAN.

- Khuyến khích ứng dụng công cụ số, dữ liệu và các chỉ số đo lường hiện đại trong đánh giá hiệu quả truyền thông.

## **2. Chế độ báo cáo**

Trước ngày 15/11 hằng năm, các cơ quan tiến hành tổng kết kết quả thực hiện và đề xuất nhiệm vụ giai đoạn tiếp theo, gửi kết quả về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

Trong quá trình triển khai thực hiện, nếu thấy cần thiết phải bổ sung, điều chỉnh Kế hoạch này, các bộ, ngành, địa phương và cơ quan liên quan chủ động kiến nghị, đề xuất với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch để báo cáo, trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định./.