ỦY BAN NHÂN DÂN XÃ VĨNH THUẬN	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 269 /KH-UBND	*Vĩnh Thuận, ngày 14 tháng 10 năm 2026*

KẾ HOẠCH
Truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận

Căn cứ Kế hoạch số 527/KH-UBND ngày 09/9/2026 của Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang về việc truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh An Giang;

Ủy ban nhân dân xã ban hành Kế hoạch Truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận *(viết tắt là Kế hoạch)*, với các nội dung cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU

1. Mục đích

Tổ chức công tác truyền thông thống nhất về nội dung theo định hướng chung từ tỉnh và chỉ đạo thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận *(viết tắt là Chương trình)* tại Kế hoạch số 232/KH-UBND ngày 04/9/2026 của Ủy ban nhân dân xã; các cơ quan, đơn vị các ấp chủ động thực hiện và thường xuyên tuyên truyền về Chương trình nhằm tạo sự đồng thuận xã hội, thống nhất nhận thức và hành động trong cả hệ thống chính trị, cộng đồng và người dân.

Nội dung truyền thông phải đầy đủ, kịp thời chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, mục tiêu, nhiệm vụ, cơ chế, chính sách và kết quả thực hiện Chương trình trên địa bàn xã Vĩnh Thuận; từ đó, khơi dậy ý chí tự lực, tự cường, tinh thần chủ động vươn lên thoát nghèo, phát triển sinh kế và đời sống; huy động được sự tham gia của cả hệ thống chính trị, tạo sự đồng thuận, đồng lòng chung sức của người dân, cộng đồng trong xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế, xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

Góp phần xây dựng hình ảnh chung của Chương trình và của xã Vĩnh Thuận là một chương trình phát triển tổng hợp, bao trùm, lấy người dân làm trung tâm,

lấy cộng đồng làm nền tảng, lấy sinh kế bền vững làm trọng tâm, lấy khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường làm động lực để nâng cao chất lượng đời sống vật chất và tinh thần của người dân nông thôn, người nghèo và đồng bào dân tộc thiểu số.

2. Yêu cầu

Công tác truyền thông về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi được thực hiện tổng thể, không tách rời, thường xuyên, liên tục; bám sát định hướng của Chương trình từ tỉnh. Đồng thời, các phòng, ngành xã và các đơn vị có liên quan xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai thực hiện đồng bộ, xuyên suốt trong cả giai đoạn 2026 - 2030.

Công tác truyền thông phải được triển khai theo định hướng thống nhất của Chương trình; có chiến lược, chủ đề, thông điệp, nội dung trọng tâm hằng năm, đồng bộ theo định hướng từ tỉnh, chỉ đạo của Ủy ban nhân dân xã bảo đảm phù hợp đặc điểm văn hóa, truyền thống, trình độ phát triển của các cộng đồng dân cư của địa phương, cũng như phù hợp theo từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội của xã Vĩnh Thuận.

Nội dung truyền thông phải chính xác, kịp thời, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện; phù hợp với từng địa bàn, đối tượng, kết hợp hài hòa giữa truyền thông chính sách, truyền thông phát triển, truyền thông thay đổi hành vi, truyền thông cộng đồng và truyền thông quảng bá về Chương trình và kết quả thực hiện Chương trình.

Hình thức truyền thông đa dạng, hiện đại, đa nền tảng; kết hợp giữa báo chí, phát thanh, thông tin cơ sở, truyền thông số, mạng xã hội, sự kiện; thúc đẩy quảng bá các giá trị nông thôn Vĩnh Thuận, sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng, du lịch nông thôn, văn hóa bản địa và thành tựu giảm nghèo bền vững.

Phải thực sự chủ động trong hoạt động truyền thông, đồng thời phối hợp chặt chẽ giữa các phòng, ngành, các đơn vị có liên quan với ấp; Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp, người có uy tín trong cộng đồng, tuyên truyền viên, cộng tác viên cơ sở để từ đó phát huy vai trò của hệ thống truyền thông cơ sở và đội ngũ cán bộ cấp xã, ấp trong bối cảnh tổ chức chính quyền địa phương hai cấp.

Việc lựa chọn nội dung, nhiệm vụ truyền thông để tổ chức thực hiện phải bảo đảm đúng quan điểm, mục tiêu, đúng đối tượng, đúng phạm vi, đúng thẩm quyền; có trọng tâm, trọng điểm, không trùng lặp, không dàn trải, không hình thức, đảm bảo công khai và minh bạch.

3. Mục tiêu

3.1. Mục tiêu chung

Xây dựng hệ thống truyền thông về Chương trình trên địa bàn theo hướng chuyên nghiệp, phù hợp với hệ thống truyền thông của tỉnh; có chủ đề, thông điệp,

nội dung cho cả giai đoạn và trọng tâm hằng năm; kết hợp giữa truyền thông chung và truyền thông theo chuyên đề, giữa truyền thông trong nước và truyền thông quốc tế, giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số, nhằm nâng cao nhận thức, tạo đồng thuận, thúc đẩy hành động, lan tỏa mô hình hay, cách làm sáng tạo, hiệu quả, quảng bá hình ảnh nông thôn xã Vĩnh Thuận hiện đại, bản sắc, xanh, bền vững, góp phần thực hiện hiệu quả các mục tiêu chung của Chương trình trong cả nước và của xã Vĩnh Thuận.

Nâng cao khả năng tiếp cận các thông tin liên quan của Chương trình và đặc biệt là các chính sách liên quan đến người dân; khơi dậy tinh thần tự lực, tự cường, chủ động vươn lên thoát nghèo; phát huy vai trò chủ thể của người dân trong xây dựng nông thôn mới, phát triển kinh tế nông thôn, kinh tế số, kinh tế xanh và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số theo hướng phát triển bền vững.

3.2. Mục tiêu cụ thể

Ban hành kế hoạch truyền thông của xã giai đoạn 2026 - 2030 và kế hoạch truyền thông hằng năm của xã về Chương trình, phù hợp và bám sát với chủ đề, thông điệp của Chiến lược truyền thông tổng thể và định hướng nội dung truyền thông do Bộ Nông nghiệp và Môi trường, ủy ban nhân dân tỉnh hướng dẫn, chỉ đạo của Uỷ ban nhân dân xã; các phòng, ban, ngành, Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức chính trị - xã hội cấp xã có liên quan và các ấp trên địa bàn xã xây dựng kế hoạch truyền thông Chương trình phù hợp theo chỉ đạo.

Xây dựng chuyên trang, chuyên mục hoặc chuyên mục số về Chương trình trên trang tin điện tử; ứng dụng di động chính quyền điện tử hoặc nền tảng truyền thông chính thức của xã; thường xuyên cập nhật thông tin, kết quả, mô hình, gương điển hình, khó khăn, vướng mắc và phản hồi từ cơ sở liên quan đến Chương trình trên địa bàn xã Vĩnh Thuận.

Có ít nhất từ 01 - 02 chuyên mục về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế, xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số được phát sóng hàng tuần trên hệ thống loa truyền thanh của xã và ít nhất từ 01 - 02 chuyên trang đẩy mạnh truyền thông trên các nền tảng số.

Hàng năm tổ chức xây dựng ít nhất 01 sản phẩm truyền thông về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, bảo vệ môi trường, chuyển đổi số, phát triển sinh kế, bảo tồn văn hóa và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

II. PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG VÀ THỜI GIAN THỰC HIỆN

1. Phạm vi thực hiện

Kế hoạch được triển khai, thực hiện trên địa bàn xã Vĩnh Thuận; ưu tiên ấp vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

2. Đối tượng truyền thông

a) Cấp ủy, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức chính trị

- xã hội, các Hội quần chúng được Đảng, Nhà nước giao nhiệm vụ

b) Cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động trong hệ thống quản lý, chỉ đạo, điều phối, tổ chức triển khai thực hiện Chương trình trên địa bàn xã.

c) Cộng đồng dân cư nông thôn; hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo; đồng bào dân tộc thiểu số; người có uy tín trong cộng đồng, chức sắc, chức việc các tổ chức tôn giáo và đồng bào tôn giáo; thanh niên, phụ nữ nông thôn.

d) Hợp tác xã, Tổ hợp tác, chủ thể OCOP, người sáng tạo nội dung trên các nền tảng số, đơn vị phân phối, xuất khẩu nông sản.

3. Thời gian thực hiện: Từ năm 2026 đến năm 2030.

III. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Hoạt động truyền thông cần tập trung vào những nội dung trọng tâm sau:

1. Truyền thông về chủ trương, định hướng, mục tiêu và ý nghĩa của Chương trình; thể hiện rõ đây là Chương trình mục tiêu quốc gia có tính tổng hợp, đa mục tiêu, đa lĩnh vực, hướng đến phát triển nông thôn toàn diện, giảm nghèo bền vững, nâng cao chất lượng sống của người dân, bảo tồn bản sắc văn hóa, bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

2. Chú trọng truyền thông nâng cao năng lực cho cộng đồng dân cư, cán bộ và người dân ở nông thôn về quan điểm lấy người dân làm trung tâm, cộng đồng là nền tảng, người dân là chủ thể; phát huy vai trò chủ thể của người dân và doanh nghiệp trong quá trình xây dựng nông thôn mới và giảm nghèo bền vững; phát triển kinh tế xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; phát huy dân chủ cơ sở, tinh thần tự lực, tự cường, chủ động vươn lên, không trông chờ, ỷ lại; khơi dậy khát vọng xây dựng nông thôn hiện đại, bản sắc, xanh, bền vững và đáng sống.

3. Phổ biến các cơ chế, chính sách, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm của Chương trình giai đoạn 2026 - 2030; trách nhiệm của cấp ủy, chính quyền trong tổ chức thực hiện; cơ chế phân cấp, phân quyền, lồng ghép nguồn lực, huy động sự tham gia của cộng đồng, doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ chức chính trị - xã hội và người dân. Trong đó, cần nhấn mạnh chủ trương tăng cường phân cấp, phân quyền tối đa cho địa phương trên nguyên tắc "địa phương quyết định- địa phương làm - địa phương chịu trách nhiệm".

4. Tập trung truyền thông về kết quả, tác động và giá trị thực tiễn của Chương trình đối với phát triển nông thôn, giảm nghèo, phát triển vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; trong đó tập trung phản ánh những chuyển biến về hạ tầng, sinh kế, thu nhập, việc làm, môi trường, văn hóa, giáo dục, y tế, dịch vụ xã hội cơ bản, hoà giải cơ sở và trợ giúp pháp lý, năng lực cộng đồng và chất lượng đời sống người dân.

5. Đẩy mạnh công tác truyền thông về phát triển kinh tế nông thôn theo hướng chuyển từ tư duy sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, cơ cấu

lại nông nghiệp theo hướng sinh thái, xanh, hữu cơ, tuần hoàn, phát thải thấp, thích ứng với biến đổi khí hậu và tích hợp đa giá trị; phát triển bền vững ngành nghề nông thôn, sản phẩm OCOP, du lịch nông nghiệp, nông thôn gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa; nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã nông nghiệp gắn với liên kết theo chuỗi giá trị; phát triển khởi nghiệp, liên kết vùng, đổi mới sáng tạo; phát triển nông nghiệp xanh, nông nghiệp hữu cơ; ứng dụng khoa học, công nghệ phục vụ nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới, nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ.

6. Truyền thông về giảm nghèo đa chiều, bền vững, phát triển sinh kế, đào tạo nghề, tạo việc làm, nâng cao năng lực cho người nghèo, hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo; lan tỏa các mô hình thoát nghèo hiệu quả, cộng đồng giúp nhau giảm nghèo, người dân tự lực vươn lên, làm giàu chính đáng, bảo đảm "không để ai bị bỏ lại phía sau".

7. Phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số; bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống, vai trò của người có uy tín trong đồng bào dân tộc, phụ nữ, thanh niên; gắn bảo tồn văn hóa với phát triển sinh kế, sản phẩm OCOP, du lịch cộng đồng và phát triển bền vững.

8. Nâng cao chất lượng công tác bảo vệ môi trường, xây dựng cảnh quan sáng - xanh - sạch - đẹp, an toàn; phát triển nông nghiệp sinh thái, kinh tế tuần hoàn, giảm nhẹ thiên tai, thích ứng với biến đổi khí hậu.

9. Tuyên truyền về các mô hình tốt, cách làm hay, điển hình tiên tiến, sáng kiến của địa phương, cơ sở, cộng đồng, doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ thể OCOP và người dân trong thực hiện Chương trình; chú trọng câu chuyện người thật, việc thật, kết quả thật, có khả năng truyền cảm hứng, nhân rộng và tạo niềm tin xã hội.

10. Chú trọng truyền thông về cơ chế "địa phương quyết - địa phương làm địa phương chịu trách nhiệm"; kịp thời phản ánh những khó khăn, vướng mắc, điểm nghẽn trong quá trình thực hiện Chương trình; phản ánh kịp thời kiến nghị, đề xuất của ấp, người dân, doanh nghiệp và cộng đồng để phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành, hoàn thiện cơ chế, chính sách và nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện Chương trình.

11. Đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số theo hướng "dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện" trong xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi. Đẩy mạnh kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm, tăng cường chuyển đổi số trong thương mại, kết nối cung - cầu nông sản, gắn với thương mại điện tử, bán hàng online, livestream và các nền tảng mạng xã hội khác đảm bảo theo quy định.

IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM

1. Thực hiện công tác truyền thông tổng thể của Chương trình

Xây dựng Chiến lược truyền thông tổng thể về Chương trình giai đoạn 2026 - 2030, làm cơ sở để định hướng thống nhất công tác truyền thông từ Trung ương,

tỉnh đến địa phương, yêu cầu cụ thể như sau:

a) Xác định rõ mục tiêu, nhóm đối tượng truyền thông, thông điệp cốt lõi, chủ đề truyền thông theo từng năm, nội dung truyền thông trọng tâm, phương thức truyền thông, kênh truyền thông, sản phẩm truyền thông, cơ chế phối hợp, cơ chế cung cấp thông tin, tiếp nhận phản hồi và đánh giá hiệu quả truyền thông.

b) Xây dựng bộ thông điệp truyền thông chung của Chương trình và bộ thông điệp truyền thông theo chuyên đề phù hợp với tình hình thực tế của xã, gồm: xây dựng nông thôn mới; giảm nghèo bền vững; phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; phát triển sản phẩm OCOP; du lịch nông thôn; môi trường nông thôn; chuyển đổi số; phát triển sinh kế; bảo tồn văn hóa và phát huy tri thức bản địa.

c) Chuẩn hóa bộ nhận diện truyền thông của Chương trình, gồm biểu trưng, khẩu hiệu, thông điệp, mẫu ấn phẩm, mẫu tài liệu, mẫu infographic, mẫu video, mẫu truyền thông trực quan và hướng dẫn sử dụng thống nhất trong các hoạt động truyền thông ở Trung ương, tỉnh và xã.

d) Phải kết hợp giữa truyền thông chung về Chương trình với truyền thông theo chuyên đề; giữa truyền thông chính sách với truyền thông thay đổi nhận thức, hành vi; đẩy mạnh chuyển đổi số, bảo đảm thông tin chính xác, kịp thời, dễ hiểu, dễ tiếp cận và có khả năng lan tỏa sâu rộng trong xã hội.

2. Tổ chức truyền thông chung về Chương trình

a) Tuyên truyền chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về nông nghiệp, nông dân, nông thôn; giảm nghèo bền vững; phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; mục tiêu, nhiệm vụ, cơ chế quản lý, nguyên tắc phân bổ nguồn lực, cơ chế tổ chức thực hiện, giám sát, đánh giá Chương trình giai đoạn 2026 - 2030. Tăng cường truyền thông chính sách theo hướng "dễ hiểu, dễ tiếp cận, dễ thực hiện"; từng bước chuyển hóa các nội dung chính sách thành sản phẩm truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng, như: infographic, nội dung hỏi - đáp chính sách, sổ tay điện tử, bản tin, tài liệu trực quan và các hình thức phù hợp khác.

b) Nâng cao nhận thức về mối quan hệ giữa xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số; trong đó xây dựng nông thôn mới là nền tảng, phát triển sinh kế và nâng cao thu nhập là trọng tâm, bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường là yêu cầu xuyên suốt, người dân và cộng đồng là chủ thể.

c) Tuyên truyền kết quả, mô hình điển hình, cách làm sáng tạo trong thực hiện Chương trình; kịp thời biểu dương tập thể, cá nhân có thành tích, sáng kiến, đóng góp tích cực; nhân rộng mô hình hiệu quả, phù hợp điều kiện thực tiễn từng của xã.

d) Truyền thông về trách nhiệm của cấp ủy, chính quyền trong tổ chức thực hiện Chương trình; tăng cường công khai, minh bạch thông tin, phát huy dân chủ

cơ sở, giám sát của cộng đồng và phản hồi chính sách từ thực tiễn.

đ) Chủ động cung cấp thông tin chính thống, kịp thời về kết quả triển khai, các vấn đề dư luận quan tâm; đấu tranh, phản bác thông tin sai lệch, thiếu chính xác, gây hiểu nhầm về mục tiêu, chính sách và kết quả thực hiện Chương trình.

3. Xác định và triển khai chủ đề truyền thông trọng tâm hằng năm

a) Căn cứ chiến lược truyền thông tổng thể, mục tiêu, nhiệm vụ của Chương trình và yêu cầu chỉ đạo, điều hành từng năm; định hướng của Sở Nông nghiệp và Môi trường và các sở, ngành tỉnh, xã ban hành chủ đề truyền thông trọng tâm hằng năm, làm cơ sở để các phòng, ngành, ấp xây dựng kế hoạch truyền thông, tổ chức chiến dịch truyền thông, sản xuất sản phẩm truyền thông và triển khai các hoạt động truyền thông phù hợp.

b) Dự kiến định hướng chủ đề truyền thông trọng tâm giai đoạn 2026-2030 như sau:

- Năm 2026: Đồng bộ chính sách - Thống nhất hành động.

Tập trung truyền thông về mục tiêu, nội dung, cơ chế, chính sách, phương thức tổ chức thực hiện Chương trình; trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị và vai trò chủ thể của người dân, cộng đồng.

- Năm 2027: Kinh tế nông thôn: Nâng cao giá trị và phát triển xanh

Tập trung truyền thông về phát triển kinh tế nông thôn theo hướng chuyển từ sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp; phát triển sản phẩm OCOP, làng nghề, ngành nghề nông thôn, du lịch nông nghiệp, du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng; thúc đẩy thương mại điện tử, xúc tiến thương mại, tiêu thụ sản phẩm, kết nối thị trường, quảng bá giá trị văn hóa, tài nguyên địa phương và các mô hình kinh tế nông thôn hiệu quả.

- Năm 2028: Bứt phá về sinh kế, thu nhập và giảm nghèo bền vững.

Tập trung truyền thông về phát triển sinh kế, tạo việc làm, đào tạo nghề, nâng cao thu nhập, giảm nghèo đa chiều, bền vững; phát triển kinh tế hợp tác, hợp tác xã, tổ hợp tác, liên kết cộng đồng, chuỗi giá trị tại vùng nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số; khơi dậy ý chí tự lực, tự cường, tinh thần chủ động vươn lên của người dân, hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo và cộng đồng dân cư.

- Năm 2029: Nông thôn xanh - Cộng đồng số - Thích ứng bền vững.

Tập trung truyền thông về bảo vệ môi trường nông thôn, cảnh quan sáng - xanh - sạch - đẹp, chuyển đổi số, nông thôn thông minh, kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp sinh thái, thích ứng với biến đổi khí hậu.

- Năm 2030: Nông thôn hiện đại, bản sắc, bền vững, không để ai bị bỏ lại phía sau.

Tập trung truyền thông về kết quả, tác động, mô hình tiêu biểu, bài học kinh nghiệm giai đoạn 2026 - 2030; khẳng định thành quả phát triển nông thôn, giảm nghèo bền vững, phát triển vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, đồng thời

định hướng nhiệm vụ giai đoạn tiếp theo.

c) Chủ đề trọng tâm hằng năm có thể được điều chỉnh, bổ sung theo chỉ đạo của tỉnh, Ban Chỉ đạo tỉnh, định hướng từ Sở Nông nghiệp và Môi trường và yêu cầu thực tiễn triển khai Chương trình.

4. Tổ chức truyền thông theo chuyên đề

a) Căn cứ chủ đề truyền thông hằng năm và yêu cầu thực tiễn triển khai Chương trình, tổ chức các hoạt động truyền thông theo chuyên đề nhằm làm sâu sắc các nội dung trọng tâm, tạo chuyển biến về nhận thức, hành động và sự tham gia của các cơ quan, đơn vi, cộng đồng, doanh nghiệp và người dân.

b) Các chuyên đề truyền thông trọng tâm gồm:

Chuyên đề xây dựng nông thôn mới: tập trung tuyên truyền về mục tiêu, tiêu chí, nhiệm vụ, giải pháp xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2026 - 2030; xây dựng nông thôn mới; quy hoạch nông thôn, phát triển hạ tầng, cảnh quan sáng - xanh - sạch - đẹp, an toàn; phát triển nông nghiệp sinh thái, kinh tế tuần hoàn, sử dụng tiết kiệm tài nguyên, giảm phát thải, tái sử dụng phụ phẩm nông nghiệp, phát triển sản xuất xanh, tiêu dùng xanh; chú trọng lan tỏa các mô hình hay, cách làm hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng sống của người dân và phát triển nông thôn bền vững; phát huy vai trò chủ thể của người dân và cộng đồng trong xây dựng nông thôn mới.

Chuyên đề giảm nghèo bền vững: tập trung tuyên truyền về giảm nghèo đa chiều, hỗ trợ sinh kế, việc làm, đào tạo nghề, tiếp cận dịch vụ xã hội cơ bản, nâng cao năng lực cho người nghèo, hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo; tập trung vào các mô hình thoát nghèo, khơi dậy ý chí tự lực, tự cường, tinh thần không trông chờ, ỷ lại; lan tỏa mô hình thoát nghèo bền vững, phát triển sinh kế và làm giàu chính đáng ở nông thôn.

Chuyên đề phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số: tập trung tuyên truyền các chính sách phát triển vùng đồng bào dân tộc thiểu số; nâng cao đời sống vật chất, tinh thần, tiếp cận dịch vụ xã hội cơ bản; phát triển sinh kế, các mô hình sản xuất, kinh doanh tiêu biểu ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số mang lại hiệu quả kinh tế, nâng cao thu nhập cho người dân; bảo tồn văn hóa tốt đẹp của các dân tộc, phát huy tri thức bản địa, vai trò của người có uy tín, phụ nữ, thanh niên và cộng đồng dân cư.

Chuyên đề OCOP, làng nghề và sản phẩm đặc trưng địa phương: tập trung tuyên truyền vai trò của OCOP trong phát triển kinh tế nông thôn; nâng cao chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc, bao bì, nhãn mác, chuyển đổi số, thương mại điện tử, phát triển thị trường, xuất khẩu; quảng bá câu chuyện sản phẩm OCOP, chủ thể OCOP, sản phẩm đặc sản, đặc sắc, sản phẩm gắn với văn hóa và tài nguyên địa phương.

Chuyên đề du lịch nông thôn: tập trung tuyên truyền phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn theo hướng bền vững, có trách nhiệm, dựa vào cộng đồng;

quảng bá các điểm đến nông thôn đặc trưng, tiêu biểu, sản phẩm trải nghiệm nông nghiệp, không gian văn hóa bản địa, ẩm thực, làng nghề truyền thống, sản phẩm OCOP gắn với du lịch.

Chuyên đề về chuyển đổi số, khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo: tập trung vào vai trò của chuyển đổi số trong công tác trong quản lý Chương trình, xây dựng nông thôn mới, thương mại điện tử nông sản, số hóa sản phẩm OCOP, bản đồ số điểm đến du lịch nông thôn, truyền thông số và nâng cao năng lực số cho người dân; áp dụng khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo trong xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

c) Việc tổ chức truyền thông theo chuyên đề phải bảo đảm có trọng tâm, trọng điểm, không dàn trải; lựa chọn chuyên đề phù hợp với chủ đề truyền thông hằng năm, nhiệm vụ chính trị từng thời điểm, đặc điểm vùng, miền và nhu cầu thông tin của từng nhóm đối tượng.

d) Các hoạt động truyền thông theo chuyên đề được triển khai thông qua báo chí, phát thanh, truyền hình, truyền thông cơ sở, mạng xã hội, nền tảng số, tọa đàm, tài liệu truyền thông, video, infographic, câu chuyện điển hình và các hình thức phù hợp khác.

đ) Tổ chức truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng; chú trọng cán bộ quản lý, cán bộ trực tiếp thực hiện Chương trình tại xã, cộng đồng dân cư, hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số, người có uy tín, thanh niên, phụ nữ, hợp tác xã, doanh nghiệp, chủ thể OCOP và các nhóm đối tượng có liên quan.

e) Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và nội dung được giao, các ngành, địa phương tổ chức lựa chọn chuyên đề phù hợp để tổ chức truyền thông, đảm bảo phù hợp với các chủ đề truyền thông chung hàng năm của Chương trình, đồng thời có trọng tâm, trọng điểm và không dàn trải.

5. Phát triển sản phẩm truyền thông đa nền tảng

a) Sản xuất, biên tập, phát hành các sản phẩm truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng, gồm: bản tin, infographic, sổ tay, cẩm nang, tờ gấp, tài liệu hỏi - đáp, bản đồ số.

b) Tăng cường truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội, kênh video, nền tảng số, ứng dụng di động; khuyến khích địa phương xây dựng kho dữ liệu hình ảnh, video, câu chuyện điển hình, mô hình hay, nhân vật truyền cảm hứng để chia sẻ, sử dụng thống nhất.

c) Chú trọng sản phẩm truyền thông có khả năng sử dụng lại, chia sẻ rộng rãi, phù hợp với môi trường số, dễ tiếp cận với cán bộ, người dân nông thôn, đồng bào dân tộc thiểu số, người nghèo, chủ thể OCOP, hợp tác xã, doanh nghiệp ở nông thôn.

d) Từng bước hình thành hệ sinh thái truyền thông số thống nhất về Chương

trình, bảo đảm kết nối, chia sẻ thông tin từ tỉnh đến xã, ấp và cộng đồng; ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), nâng cao khả năng tiếp cận thông tin chính sách của người dân trên môi trường số. Thực hiện phương thức "một nội dung gốc - nhiều sản phẩm truyền thông - đa nền tảng", góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng khả năng lan tỏa thông tin.

6. Tăng cường phối hợp về triển khai công tác truyền thông

a) Tổ chức đi thực tế tại các ấp, ưu tiên vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng nghèo, vùng có mô hình tiêu biểu về nông thôn mới, giảm nghèo, OCOP, du lịch nông thôn, bảo tồn văn hóa và phát triển sinh kế.

b) Các tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp, người có ảnh hưởng tích cực, các gương mặt nổi tiếng đồng hành, trải nghiệm cùng Chương trình để mở rộng độ phủ truyền thông, tăng tính thuyết phục, lan tỏa giá trị tốt đẹp của Chương trình trên địa bàn xã.

c) Tổ chức đối thoại chuyên sâu về các chủ đề mới trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn… (quy hoạch nông thôn và đô thị hóa, chuyển đổi số và xây dựng nông thôn mới thông minh, phát triển OCOP xanh, du lịch nông thôn, thay đổi nhận thức và tư duy từ sản xuất nông nghiệp sang kinh tế nông nghiệp, phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu, kinh tế tuần hoàn, bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, dân tộc, phát huy tri thức bản địa,…).

d) Xây dựng và thực hiện các chương trình phối hợp với Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội (như Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, Hội Cựu Chiến binh,…) nhằm phối hợp hiệu quả các hoạt động tuyên truyền về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số, sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn.

7. Nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ và cộng đồng

a) Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông chính sách, truyền thông số, viết tin, bài, chụp ảnh, quay dựng video, quản trị mạng xã hội, xử lý thông tin sai lệch, truyền thông khủng hoảng cho cán bộ thực hiện Chương trình cấp xã đến các ấp.

b) Xây dựng mô hình truyền thông cộng đồng tại một số địa bàn đặc thù; phát huy vai trò của người có uy tín, phụ nữ, thanh niên, tổ truyền thông cộng đồng, hợp tác xã, chủ thể OCOP.

c) Xây dựng mạng lưới cộng tác viên truyền thông Chương trình của xã, ấp có lực lượng nòng cốt (Tổ truyền thông cộng đồng) tham gia tuyên truyền, phổ biến chính sách, phản ánh mô hình tốt, khó khăn, vướng mắc và nhu cầu của người dân.

d) Xây dựng khung chương trình, tài liệu và kế hoạch bồi dưỡng, tập huấn

hàng năm phù hợp với từng nhóm đối tượng; ưu tiên cán bộ, cộng đồng và người dân tại địa bàn vùng đồng bào dân tộc thiểu số; kết hợp linh hoạt các hình thức trực tiếp, tọa đàm, trao đổi và tham quan, học tập kinh nghiệm.

8. Nâng cao tính chủ động và năng lực theo dõi, giám sát hoạt động truyền thông

a) Nâng cao tính chủ động về hoạt động truyền thông của các cơ quan giúp việc cấp xã (trang thiết bị, phương tiện, nhân sự truyền thông) để chủ động xây dựng nội dung, công cụ truyền thông, làm cơ sở định hướng và triển khai đồng bộ và kịp thời.

b) Định kỳ hằng năm tổ chức đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch truyền thông; sơ kết giữa kỳ vào năm 2028; tổng kết giai đoạn vào năm 2030; kịp thời biểu dương, khen thưởng tập thể, cá nhân có đóng góp tích cực trong công tác truyền thông về Chương trình.

c) Tăng cường tiếp nhận, phân tích, xử lý thông tin phản ánh từ báo chí, mạng xã hội, người dân, doanh nghiệp, địa phương; chủ động cung cấp thông tin chính thống, kịp thời xử lý thông tin sai lệch, thông tin thiếu chính xác liên quan đến Chương trình.

d) Kết quả truyền thông là một nội dung trong công tác theo dõi, đánh giá, sơ kết, tổng kết việc thực hiện Chương trình; là căn cứ để điều chỉnh chủ đề, thông điệp, phương thức truyền thông và phân bổ nguồn lực truyền thông phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

đ) Đẩy mạnh các phong trào thi đua, khen thưởng: Kịp thời phát hiện và đề xuất khen thưởng cho những gương điển hình tiên tiến trong thực hiện Chương trình, sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn…; Tổ chức tôn vinh các tập thể, cá nhân tiêu biểu (các nhà phát minh sáng chế "nông dân" phục vụ sản xuất nông nghiệp, phát triển nông thôn, các doanh nghiệp, doanh nhân, các văn nghệ sỹ, các cá nhân tiêu biểu…) có nhiều đóng góp trong thực hiện các phong trào thi đua trên cả nước.

e) Xây dựng cơ sở dữ liệu mở, bản đồ số, nền tảng số dùng chung của Chương trình để các tổ chức, cá nhân dễ dàng tiếp cận thông tin phục vụ công tác truyền thông.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ nguồn vốn của Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: 2026 - 2030 theo quy định và các nguồn huy động hợp pháp khác theo quy định. Cụ thể:

a) Phòng Kinh tế: Nguồn kinh phí từ Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2030 phân bổ theo quy định.

b) Các phòng, ngành và các đơn vị có liên quan cấp xã: Xây dựng kế hoạch kinh phí hoạt động truyền thông trong kinh phí đề xuất thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2030 và tổ chức thực hiện sau khi được cấp có thẩm quyền giao theo quy định.

c) Khuyến khích việc huy động các nguồn lực hợp pháp, nhất là nguồn vốn xã hội hoá để thực hiện các nội dung của Kế hoạch truyền thông.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Phòng Kinh tế

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tổ chức thực hiện Kế hoạch; xây dựng công tác truyền thông tổng thể của Chương trình giai đoạn 2026 - 2030; hằng năm tham mưu ban hành chủ đề, thông điệp và nội dung truyền thông ưu tiên để thực hiện thống nhất trên địa bàn xã Vĩnh Thuận.

Tổ chức triển khai, theo dõi, đôn đốc các cơ quan, đơn vị và các ấp thực hiện Chương trình truyền thông; tổng hợp, báo cáo Uỷ ban nhân dân xã, thường trực Ban Chỉ đạo thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia xã về tiến độ và kết quả thực hiện Kế hoạch truyền thông.

Chủ trì, phối hợp với cơ quan, các đơn vị có liên quan tổng hợp đề xuất kinh phí thực hiện công tác tuyên truyền đối với các phòng, ngành xã trong dự kiến phân bổ kế hoạch chung của Chương trình hằng năm theo đề xuất của các đơn vị và báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định

Tổ chức giám sát, đánh giá, sơ kết, tổng kết Kế hoạch theo định kỳ.

2. Phòng Văn hóa – Xã hội

Chủ trì, phối hợp với Phòng Kinh tế và cơ quan, đơn vị liên quan cung cấp thông tin, nội dung, tài liệu, thông điệp truyền thông định hướng các cơ quan báo chí, hệ thống thông tin cơ sở đẩy mạnh tuyên truyền về các nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Phòng Văn hóa – Xã hội và Chương trình giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận; bảo đảm thông tin truyền thông thống nhất, chính xác, phù hợp với đặc điểm vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

Chủ trì tham mưu các nội dung về tư vấn hướng nghiệp, giải quyết việc làm, giảm nghèo, đào tạo nghề cho thanh niên; các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao, gia đình và bình đẳng giới.

Phối hợp theo dõi, tổng hợp, đánh giá kết quả truyền thông về nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Phòng Văn hóa – Xã hội Chương trình giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận; kịp thời phản ánh khó khăn, vướng mắc, kiến nghị từ cơ sở để phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành Chương trình.

3. Trung tâm Dịch vụ tổng hợp

Chủ trì xây dựng và triển khai chuyên đề truyền thông về phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của

đồng bào.

Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức truyền thông theo chuyên đề về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn, chuyển đổi số.

Xây dựng và duy trì các chuyên trang, tin bài, hệ thống truyền thanh cơ sở và xây dựng các sản phẩm truyền thông số về kết quả thực hiện Chương trình, các mô hình hay, cách làm hiệu quả, gương điển hình, đồng thời phản ánh những khó khăn, vướng mắc ở cơ sở trong quá trình triển khai thực hiện Chương trình để xã xem xét, có chỉ đạo hoặc giải pháp giải quyết phù hợp.

4. Đề nghị Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam xã và các tổ chức chính trị - xã hội

Theo chức năng, nhiệm vụ, phối hợp tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân tích cực tham gia thực hiện Chương trình; lồng ghép nội dung truyền thông với các cuộc vận động, phong trào thi đua và hoạt động cộng đồng; tuyên truyền, nhân rộng mô hình, điển hình và cách làm hiệu quả, góp phần tạo đồng thuận xã hội và nâng cao hiệu quả thực hiện Chương trình.

5. Trưởng ấp các ấp

Vận động Nhân dân thực hiện tốt các chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; Tổ chức tuyên truyền, phổ biến đến Nhân dân về mục tiêu, nội dung, ý nghĩa và các tiêu chí xây dựng nông thôn mới, tạo sự đồng thuận và phát huy vai trò chủ thể của người dân trong thực hiện Chương trình. Tích cực phát triển sản xuất, nâng cao thu nhập, giảm nghèo bền vững và xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư.

Lồng ghép tuyên truyền trong các cuộc họp dân, sinh hoạt tổ Nhân dân tự quản, các đoàn thể và các hoạt động cộng đồng; vận động người dân tích cực tham gia thực hiện các tiêu chí phù hợp với điều kiện thực tế của từng ấp.

Tuyên truyền, vận động Nhân dân giữ gìn vệ sinh môi trường, chỉnh trang cảnh quan, xây dựng tuyến đường sáng - xanh - sạch - đẹp, thu gom và xử lý rác thải đúng quy định.

Phối hợp với các ban, ngành, đoàn thể xã trong việc cung cấp thông tin, phản ánh tình hình, kết quả và những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện Chương trình tại địa bàn ấp. Kịp thời biểu dương, giới thiệu các mô hình hay, cách làm hiệu quả, gương điển hình trong xây dựng nông thôn mới để nhân rộng.

6. Chế độ báo cáo

Trước ngày 05 tháng 12 hằng năm, các phòng, ban ngành và các cơ quan có liên quan theo chức năng nhiệm vụ được giao báo cáo kết quả thực hiện công tác truyền thông và những khó khăn, đề xuất, kiến nghị (theo phụ lục 2) gửi Ủy ban nhân dân xã (qua Phòng Kinh tế) để tổng hợp báo cáo Sở Nông nghiệp và Môi trường, Ban chỉ đạo thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia xã để có

chỉ đạo cụ thể.

Trên đây là Kế hoạch Truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận./.

Nơi nhận:
- Sở Nông nghiệp và Môi trường tỉnh;
- VPĐP NTM và GNBV tỉnh;
- Thường trực Đảng ủy xã;
- Thường trực HĐND xã;
- CT và các PCT UBND xã;
- Thành viên BCĐ các CT MTQG xã;
- Các phòng, ban, ngành xã;
- LĐVP; CVNC;
- Lưu: VT.

KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

U.B.N.D XÃ VĨNH THUẬN T. AN GIANG

Võ Thị Thúy An

Phụ lục 1

BẢNG PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ CÁC ĐƠN VỊ CẤP XÃ

(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày /9/2026 của Ủy ban nhân dân xã Vĩnh Thuận)

Stt	Đơn vị/Cơ quan thực hiện	Nội dung nhiệm vụ phân công chi tiết	Đơn vị/Cơ quan phối hợp	Ghi chú
1	Phòng Kinh tế	Chủ trì, phối hợp các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện Kế hoạch; tham mưu ban hành Chiến lược truyền thông tổng thể 2026 - 2030 và chủ đề, thông điệp, nội dung ưu tiên hằng năm; Chủ động bố trí, quản lý và giải ngân nguồn kinh phí truyền thông được giao. Tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông chính sách, truyền thông số, Thực hiện theo dõi, giám sát, đánh giá và báo cáo kết quả trước ngày 15/12 hằng năm.	Phòng Văn hóa – Xã hội; Trung tâm dịch vụ tổng hợp, các đơn có liên quan và các ấp	
2	Phòng Văn hóa – Xã hội	Cung cấp thông tin, định hướng nội dung, tài liệu và thông điệp truyền thông về nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Phòng Văn hóa – Xã hội Chương trình giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận. Lồng ghép truyền thông bảo tồn văn hóa truyền thống gắn với thực hiện các nội dung của Kế hoạch.	Phòng Kinh tế; Trung tâm dịch vụ tổng hợp, các đơn vị có liên quan và các ấp	

		Triển khai chuyên đề truyền thông về phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, hỗ trợ sinh kế, tạo việc làm, dịch vụ xã hội cơ bản, bảo tồn văn hóa truyền thống. Theo dõi, đánh giá kết quả truyền thông nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Phòng Văn hóa – Xã hội Chương trình giai đoạn 2026 - 2030 trên địa bàn xã Vĩnh Thuận; kịp thời tổng hợp khó khăn, vướng mắc từ cơ sở báo cáo Ủy ban nhân dân xã, Ban Chỉ đạo xã.		
3	Trung tâm Dịch vụ tổng hợp	Ban hành Kế hoạch truyền thông giai đoạn 2026 - 2030 và kế hoạch hằng năm của xã. Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức truyền thông theo chuyên đề về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn, chuyển đổi số. Phối hợp, tổ chức các hoạt động thông tin, tuyên truyền về Chương trình; bảo đảm việc cung cấp các thông tin cơ bản về thực hiện Kế hoạch truyền thông cho các cơ quan liên quan. Chủ trì tổ chức truyền thông chuyên đề về: Xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, môi trường nông thôn, chuyển đổi số. Duy trì từ 01 - 02 tin, bài tuyên truyền/tuần trên hệ thống truyền thanh cơ sở. Đăng tải thông tin trên Trang thông tin điện tử xã; thành lập và quản lý các Tổ truyền thông cộng đồng.	Phòng Kinh tế; Phòng Văn hóa – Xã hội, các đơn vị có liên quan và các ấp	

4	Các phòng, ban, ngành xã có liên quan	Xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện các nội dung truyền thông theo chức năng, nhiệm vụ được giao. Đăng tải chủ trương, chính sách, kết quả thực hiện, mô hình hay, điển hình tiên tiến trên Trang mạng xã hội của đơn vị. Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ trước ngày 15/12 hằng năm.	Phòng Kinh tế; Phòng Văn hóa – Xã hội, các đơn vị có liên quan và các ấp	
5	Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tỉnh và các Tổ chức Chính trị - xã hội	Tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân hưởng ứng, tích cực tham gia Chương trình Lồng ghép nội dung truyền thông vào các cuộc vận động, phong trào thi đua và sinh hoạt cộng đồng. Phát huy vai trò giám sát, phản biện xã hội; nhân rộng các mô hình cộng đồng giúp nhau giảm nghèo	Phòng Kinh tế; Phòng Văn hóa – Xã hội, các đơn vị có liên quan và các ấp	
6	Các ấp	Tuyên truyền, vận động Nhân dân giữ gìn vệ sinh môi trường, chỉnh trang cảnh quan, xây dựng tuyến đường sáng - xanh - sạch - đẹp, thu gom và xử lý rác thải đúng quy định. Vận động Nhân dân thực hiện tốt các chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; tích cực phát triển sản xuất, nâng cao thu nhập, giảm nghèo bền vững và xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư. Phối hợp với các ban, ngành, đoàn thể xã trong việc cung cấp thông tin, phản ánh tình hình, kết quả và những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện Chương trình tại địa bàn ấp.	Phòng Kinh tế; Phòng Văn hóa – Xã hội và Các đơn vị có liên quan	

Phụ lục 2

ĐỀ CƯƠNG BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN KẾ HOẠCH

(Kèm theo Kế hoạch số /KH-UBND ngày / /2026 của Ủy ban nhân dân xã Vĩnh Thuận)

BÁO CÁO

Kết quả thực hiện năm 20… Truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026 - 2035, giai đoạn I: Từ năm 2026 đến năm 2030

LỰC CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO, CHUYỂN KHAI VÀ BỐ TRÍ NGUỒN

1. Ban hành văn bản chỉ đạo, kế hoạch thực hiện

- Tình hình xây dựng và ban hành Kế hoạch truyền thông giai đoạn/hằng năm của đơn vị, địa phương.

- Các văn bản hướng dẫn, đôn đốc triển khai.

2. Kinh phí thực hiện

- Tổng kinh phí được bố trí cho hoạt động truyền thông trong năm (Phân rõ: Ngân sách Trung ương/Tỉnh, ngân sách địa phương, vốn xã hội hóa/huy động khác).

- Kết quả giải ngân kinh phí truyền thông.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

1. Truyền thông theo chủ đề trọng tâm của năm

Kết quả triển khai truyền thông bám sát chủ đề trọng tâm do Uỷ ban nhân dân tỉnh/Bộ Nông nghiệp và Môi trường định hướng.

2. Thực hiện các Chuyên đề truyền thông:

- Chuyên đề Xây dựng nông thôn mới.

- Chuyên đề Giảm nghèo bền vững.

- Chuyên đề Phát triển Kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

- Chuyên đề Sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, chuyển đổi số, bảo vệ môi trường và các chuyên đề khác có liên quan.

- Hoặc các chuyên đề chung, lồng ghép có liên quan.

3. Các sản phẩm và kênh truyền thông đã triển khai

- Số lượng tin, bài, phóng sự, chuyên mục đã đăng tải; tần suất phát sóng (bao gồm tin/bài phát thanh tiếng dân tộc).

- Thông tin điện tử và mạng xã hội: Cập nhật chuyên mục số, trang tin điện tử, ứng dụng di động, các nền tảng mạng xã hội.

- Ấn phẩm và Tài liệu truyền thông: Số lượng Infographic, Video ngắn, tờ gấp, sổ tay, cẩm nang đã sản xuất/phát hành.

- Sự kiện và Cuộc thi: Số lượng các cuộc thi, hội thi tuyên truyền viên, diễn đàn, hội thảo, triển lãm được tổ chức hoặc tham gia.

3. Công tác tập huấn, nâng cao năng lực truyền thông:

Số lớp tập huấn, số lượng cán bộ, tuyên truyền viên, người có uy tín, cộng đồng dân cư được bồi dưỡng kỹ năng truyền thông.

4. Công tác kiểm tra, giám sát, khen thưởng

- Tình hình theo dõi, tiếp nhận thông tin phản hồi từ cơ sở, xử lý thông tin sai lệch.

- Số lượng tập thể, cá nhân, gương điển hình tiên tiến được biểu dương, khen thưởng.

- Các nội dung khác liên quan

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Ưu điểm và tác động

- Đánh giá sự chuyển biến về nhận thức, hành động của cán bộ, người dân và cộng đồng.

- Mức độ lan tỏa của các mô hình hay, cách làm sáng tạo.

2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

- Những nội dung/nhiệm vụ truyền thông chưa đạt mục tiêu đề ra.

Nguyên nhân khách quan và chủ quan (về kinh phí, nhân sự, phương tiện, sự phối hợp...).

IV. PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM NĂM TIẾP THEO

- Các nhiệm vụ giải pháp trọng tâm cho năm kế tiếp bám sát định hướng của tỉnh.

- Phân công nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trực thuộc.

V. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

(Lưu ý: Thời gian báo cáo, đề cương và nội dung yêu cầu báo cáo sẽ được điều chỉnh phù hợp theo tình hình thực tế của tỉnh và của xã)