



*

Số 07-ĐA/TU

Hải Phòng, ngày 19 tháng 6 năm 2026

ĐỀ ÁN

đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo

MỞ ĐẦU**I. SỰ CẦN THIẾT VÀ NHỮNG CƠ SỞ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN****1. Sự cần thiết nghiên cứu, xây dựng Đề án**

Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại là một bộ phận quan trọng trong tổng thể công tác đối ngoại và công tác tư tưởng của Đảng; góp phần định hướng dư luận, củng cố niềm tin xã hội, bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc, đồng thời nâng cao hình ảnh, uy tín và vị thế của đất nước, địa phương trên trường quốc tế. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, thông tin đối ngoại không chỉ là hoạt động tuyên truyền mà ngày càng trở thành công cụ hỗ trợ phát triển, gắn trực tiếp với thu hút nguồn lực, mở rộng hợp tác và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Quán triệt tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh và các chủ trương của Đảng qua các kỳ Đại hội, đặc biệt là Đại hội XIII và Đại hội XIV, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được xác định phải được triển khai chủ động, đồng bộ, gắn với yêu cầu hội nhập quốc tế toàn diện và chuyển đổi số quốc gia; tăng cường khả năng cung cấp thông tin chính xác, kịp thời, đồng thời nâng cao năng lực đấu tranh phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển nhanh của công nghệ số, môi trường truyền thông quốc tế có nhiều biến động, đa chiều và cạnh tranh gay gắt. Thông tin trở thành nguồn lực có tác động trực tiếp đến hình ảnh, thương hiệu, khả năng thu hút đầu tư, thương mại và du lịch của mỗi quốc gia, địa phương. Điều này đòi hỏi công tác thông tin, truyền thông đối ngoại phải được tổ chức theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, đa nền tảng, bảo đảm tính chủ động, kịp thời và hiệu quả.

Đối với thành phố Hải Phòng, sau khi thực hiện sắp xếp, hợp nhất đơn vị hành chính, không gian phát triển được mở rộng, quy mô kinh tế và vị thế của thành phố được nâng lên rõ rệt. Thành phố tiếp tục khẳng định vai trò là một cực tăng trưởng quan trọng của khu vực phía Bắc, trung tâm công nghiệp, cảng biển, logistics và giao thương quốc tế. Những yếu tố này tạo điều kiện thuận lợi để nâng

cao hiệu quả hoạt động đối ngoại, đồng thời đặt ra yêu cầu phải xây dựng hình ảnh thành phố có tầm vóc, tương xứng với vị thế mới.

Trong thời gian qua, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố đã đạt được những kết quả nhất định, góp phần quảng bá hình ảnh địa phương, thu hút đầu tư và mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế. Tuy nhiên, so với yêu cầu phát triển và hội nhập, hoạt động này vẫn còn những hạn chế như: nội dung và phương thức triển khai chưa đồng bộ; thiếu tính hệ thống và chiều sâu; cơ chế phối hợp có thời điểm chưa chặt chẽ; nguồn nhân lực và năng lực ứng dụng công nghệ số còn hạn chế; việc theo dõi, xử lý thông tin trên không gian mạng chưa thật sự chủ động.

Đặc biệt, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố hiện chưa hình thành được một chiến lược tổng thể, dài hạn và thống nhất, chưa tương xứng với quy mô, tiềm năng và vị thế phát triển mới sau khi hợp nhất đơn vị hành chính. Hoạt động còn mang tính phân tán, thiếu đầu mối điều phối chiến lược và chưa phát huy đầy đủ vai trò là công cụ dẫn dắt phát triển trong bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số.

Trong bối cảnh đó, việc xây dựng Đề án “Đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo” là yêu cầu khách quan, cấp thiết, nhằm cụ thể hóa chủ trương của Đảng; đồng thời tạo cơ sở để tổ chức triển khai đồng bộ, hiệu quả, góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh và năng lực cạnh tranh của thành phố trong giai đoạn phát triển mới.

2. Cơ sở xây dựng Đề án

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Một số khái niệm cơ bản

a) Thông tin đối ngoại

Thông tin đối ngoại là bộ phận quan trọng của công tác chính trị, tư tưởng và hoạt động đối ngoại của Đảng; gắn kết chặt chẽ với ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân. Đây là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài của toàn bộ hệ thống chính trị, đặt dưới sự lãnh đạo thống nhất của Đảng, nhằm phục vụ lợi ích quốc gia – dân tộc trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thông tin đối ngoại bao gồm hoạt động hai chiều: (i) quảng bá hình ảnh quốc gia, đường lối, chủ trương, chính sách của Việt Nam ra thế giới; (ii) tiếp nhận, chọn lọc và cung cấp thông tin quốc tế vào trong nước, góp phần nâng cao nhận thức xã hội và năng lực hội nhập.

Hoạt động này có vai trò định hình nhận thức của cộng đồng quốc tế về Việt Nam; tạo dựng, củng cố niềm tin và tranh thủ sự ủng hộ quốc tế; đồng thời chủ

động đấu tranh, phản bác thông tin sai lệch, bảo vệ chủ quyền và hình ảnh quốc gia. Chủ thể thực hiện là toàn bộ hệ thống chính trị; đối tượng hướng tới là các đối tác quốc tế, nhà đầu tư, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và các nhóm thông tin cần đấu tranh, phản bác.

b) Truyền thông đối ngoại

Truyền thông đối ngoại là phương thức triển khai thông tin đối ngoại theo hướng hiện đại, đa nền tảng, nhấn mạnh tính tương tác, định vị hình ảnh và quản trị thương hiệu trong môi trường truyền thông toàn cầu.

Đây là hoạt động có chủ đích nhằm xây dựng, củng cố và lan tỏa hình ảnh quốc gia, địa phương tới các chính phủ, tổ chức, doanh nghiệp và người dân quốc tế. So với “thông tin đối ngoại” hay “tuyên truyền đối ngoại”, truyền thông đối ngoại có cách tiếp cận hiện đại hơn, chú trọng ứng dụng công nghệ số, dữ liệu và nền tảng mạng xã hội, qua đó nâng cao hiệu quả tác động và mức độ nhận diện trong bối cảnh hội nhập.

2.1.2. Mối quan hệ giữa thông tin đối ngoại và truyền thông đối ngoại

Thông tin đối ngoại và truyền thông đối ngoại có quan hệ thống nhất, bổ trợ lẫn nhau trong cùng một chỉnh thể hoạt động.

Thông tin đối ngoại giữ vai trò nội dung cốt lõi, định hướng chính trị và mục tiêu chiến lược; bảo đảm tính đúng đắn, nhất quán theo lợi ích quốc gia – dân tộc. Truyền thông đối ngoại là phương thức triển khai, quyết định hiệu quả tiếp cận, lan tỏa và tác động của thông tin trong môi trường hiện đại.

Có thể khái quát: thông tin đối ngoại trả lời “truyền tải nội dung gì”, còn truyền thông đối ngoại trả lời “truyền tải như thế nào để hiệu quả”. Trong bối cảnh chuyển đổi số và cạnh tranh thông tin, yêu cầu đặt ra là kết hợp chặt chẽ giữa nội dung chính trị đúng đắn với phương thức truyền thông hiện đại, chuyên nghiệp, sáng tạo, góp phần nâng cao uy tín, vị thế và hình ảnh của đất nước và thành phố Hải Phòng trên trường quốc tế.

2.2. Cơ sở chính trị

Đề án được xây dựng trên cơ sở quán triệt sâu sắc, đầy đủ và toàn diện các quan điểm, chủ trương của Đảng về công tác đối ngoại, hội nhập quốc tế và công tác thông tin đối ngoại trong bối cảnh tình hình thế giới và khu vực có nhiều biến động nhanh, phức tạp. Việc triển khai Đề án nhằm bảo đảm sự thống nhất với mục tiêu, định hướng phát triển đất nước đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; đồng thời cụ thể hóa phù hợp với điều kiện, đặc điểm và yêu cầu phát triển của thành phố Hải Phòng trong giai đoạn mới - một trung tâm kinh tế, cảng biển và đối ngoại quan trọng của khu vực phía Bắc.

Trong các văn kiện và chỉ đạo của Đảng, công tác thông tin đối ngoại ngày càng được xác định là một bộ phận cấu thành quan trọng của công tác đối ngoại tổng thể, góp phần nâng cao vị thế, uy tín quốc gia, đồng thời tạo lập môi trường quốc tế thuận lợi cho phát triển. Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng nhấn mạnh: *“Triển khai đồng bộ, sáng tạo, hiệu quả hoạt động đối ngoại; chủ động và tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng; nâng cao hiệu quả công tác thông tin đối ngoại, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam”*⁽¹⁾. Quan điểm này thể hiện rõ yêu cầu gắn kết chặt chẽ giữa đối ngoại và truyền thông đối ngoại như một công cụ “sức mạnh mềm” trong phát triển đất nước.

Tiếp đó, định hướng tại Văn kiện Đại hội XIV của Đảng tiếp tục khẳng định tính chất chiến lược của công tác đối ngoại, coi đây là *“nhiệm vụ trọng yếu, thường xuyên của toàn Đảng, toàn dân và cả hệ thống chính trị”*, đồng thời yêu cầu nâng cao hiệu quả phối hợp giữa đối ngoại với thông tin đối ngoại nhằm phục vụ phát triển nhanh và bền vững đất nước⁽²⁾. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với các địa phương, trong đó có Hải Phòng, phải chủ động xây dựng chiến lược thông tin đối ngoại bài bản, chuyên nghiệp và hiện đại.

Cụ thể hóa các quan điểm nêu trên, Ban Bí thư đã ban hành Chỉ thị số 21-CT/TW ngày 04/5/2023, trong đó nhấn mạnh: *“Đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại theo hướng chủ động, kịp thời, chính xác, sáng tạo; ứng dụng mạnh mẽ khoa học công nghệ và chuyển đổi số; nâng cao năng lực dự báo, định hướng dư luận quốc tế”*⁽³⁾. Đây là định hướng quan trọng, yêu cầu đổi mới phương thức triển khai thông tin đối ngoại theo hướng hiện đại, phù hợp với bối cảnh truyền thông số và toàn cầu hóa thông tin.

Song song với đó, Nghị quyết số 34-NQ/TW ngày 09/01/2023 của Bộ Chính trị đã xác định rõ yêu cầu *“phát huy vai trò của thông tin đối ngoại trong việc tạo dựng môi trường quốc tế thuận lợi, tranh thủ tối đa nguồn lực bên ngoài phục vụ phát triển đất nước”*⁽⁴⁾. Điều này cho thấy thông tin đối ngoại không chỉ mang tính tuyên truyền mà còn là công cụ trực tiếp phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, thu hút đầu tư, du lịch và hợp tác quốc tế.

Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 tiếp tục nhấn mạnh việc *“nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính thuyết phục và sức lan tỏa của công tác thông tin đối*

⁽¹⁾Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật.

⁽²⁾Đảng Cộng sản Việt Nam (2026), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV*.

⁽³⁾Chỉ thị số 21-CT/TW ngày 04/5/2023 của Ban Bí thư về đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới.

⁽⁴⁾Nghị quyết số 34-NQ/TW ngày 09/01/2023 của Bộ Chính trị về một số định hướng, chủ trương lớn triển khai đường lối đối ngoại Đại hội XIII của Đảng.

ngoại; xây dựng hệ sinh thái truyền thông đối ngoại đồng bộ, chuyên nghiệp”⁽⁵⁾. Đây là cơ sở chính trị quan trọng để các địa phương định hướng xây dựng các nền tảng truyền thông đa kênh, tích hợp, phù hợp với xu hướng phát triển của truyền thông hiện đại.

Đặc biệt, Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/01/2025 của Bộ Chính trị đã đề ra yêu cầu đổi mới tư duy đối ngoại và hội nhập quốc tế, trong đó nhấn mạnh việc *“kết hợp chặt chẽ giữa đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân với công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại”*. Đây là định hướng mang tính chiến lược, yêu cầu sự phối hợp đồng bộ giữa các lực lượng và cấp, ngành trong triển khai công tác thông tin đối ngoại.

Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ thành phố Hải Phòng lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 - 2030⁽⁶⁾ xác định: *“Nâng cao hiệu quả hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế sâu rộng, toàn diện. Đẩy mạnh ngoại giao toàn diện phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, trọng tâm là ngoại giao kinh tế, ngoại giao công nghệ. Triển khai phong phú các hoạt động ngoại giao văn hóa. Thực hiện đa phương hóa và đa dạng hóa quan hệ đoàn kết, hữu nghị, hợp tác giữa Nhân dân Hải Phòng và Nhân dân các nước trên thế giới”*.

Đồng thời, Đề án bám sát các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm và hằng năm của Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân, các chương trình, kế hoạch về hội nhập quốc tế và chuyển đổi số của thành phố đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. (Phụ lục 1).

Việc cụ thể hóa các quan điểm, chủ trương của Trung ương và của thành phố là cơ sở bảo đảm tính định hướng chính trị, sự thống nhất và đồng bộ trong tổ chức thực hiện Đề án.

2.3. Cơ sở pháp lý

Đề án được xây dựng trên cơ sở các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành, bảo đảm tính hợp hiến, hợp pháp và thống nhất trong triển khai thực hiện.

Các căn cứ pháp lý chủ yếu gồm:

- Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (được Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 28/11/2013) quy định quyền được tiếp cận thông tin, quyền tự do ngôn luận và nguyên tắc quản lý thông tin công khai, làm nền tảng bảo đảm tính hợp hiến cho mọi hoạt động thông tin đối ngoại.

⁽⁵⁾Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/06/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới

⁽⁶⁾Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 27/09/2025 Đại hội Đảng bộ thành phố Hải Phòng lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 – 2030.

- Luật Tiếp cận thông tin số 104/2016/QH13, ngày 06/4/2016, xác lập quyền tiếp cận thông tin của công dân, cơ quan, tổ chức; đồng thời là cơ sở pháp lý để xây dựng các chính sách, kế hoạch công khai thông tin đối ngoại, đảm bảo minh bạch và chủ động cung cấp thông tin theo quy định.

- Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15, ngày 10/12/2025, quy định quản lý thông tin trên môi trường mạng, bảo vệ an ninh quốc gia trong công tác thông tin đối ngoại, đồng thời hướng dẫn cơ quan quản lý nhà nước trong việc kiểm soát và định hướng thông tin trên mạng xã hội, internet.

- Luật Tổ chức chính quyền địa phương số 72/2025/QH15, được Quốc hội khóa XV thông qua ngày 16/6/2025, tạo cơ sở pháp lý cho ủy quyền, phân công trách nhiệm và phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị trong công tác thông tin đối ngoại ở cấp địa phương.

- Luật Báo chí 2025 (số 126/2025/QH15), có hiệu lực từ ngày 01/7/2026, quy định hoạt động báo chí, quyền phát ngôn, cung cấp thông tin cho báo chí; là cơ sở để thực hiện các chiến lược truyền thông đối ngoại, đảm bảo thông tin chính xác, kịp thời và nhất quán.

- Nghị định 72/2015/NĐ-CP ngày 7/9/2015 về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại, hướng dẫn cụ thể các nguyên tắc, phạm vi, phương pháp tổ chức thông tin đối ngoại của các cơ quan nhà nước, góp phần nâng cao hiệu quả tuyên truyền hình ảnh, chủ trương, chính sách của Việt Nam ra quốc tế.

- Quyết định số 1191/QĐ-TTg ngày 5/8/2020 phê duyệt mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp đổi mới và nâng cao năng lực công tác thông tin tuyên truyền và thông tin đối ngoại, đặc biệt nhấn mạnh vai trò thông tin đối ngoại trong xây dựng biên giới hòa bình, hữu nghị và hợp tác phát triển.

- Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27/01/2026 về Chiến lược thông tin đối ngoại đến năm 2030, tầm nhìn 2045, định hướng phát triển lâu dài, trọng tâm là nâng cao hiệu quả truyền thông quốc tế và tăng cường sức mạnh mềm của Việt Nam.

- Nghị quyết số 47/NQ-CP ngày 15/4/2024 về Chương trình hành động thực hiện Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị, định hướng các hoạt động đối ngoại gắn với phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Báo chí, Luật An ninh mạng, Luật Tiếp cận thông tin; các quy định về phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí; quản lý thông tin trên môi trường mạng; chuyển đổi số quốc gia; và các hướng dẫn về hoạt động đối ngoại theo quy định hiện hành.

Bên cạnh các văn bản pháp luật trung ương, Đề án còn căn cứ vào các nghị quyết của Hội đồng nhân dân và quyết định, kế hoạch của Ủy ban nhân dân thành phố, cũng như các văn bản quản lý điều hành liên quan đến công tác đối ngoại, thông tin, truyền thông và phát triển kinh tế – xã hội địa phương (*Phụ lục 1*).

Việc xây dựng Đề án trên cơ sở hệ thống pháp luật hiện hành bảo đảm tính pháp lý, tính khả thi và tạo cơ sở cho việc tổ chức thực hiện thống nhất, hiệu quả trong toàn hệ thống chính trị thành phố.

II. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU, PHẠM VI, ĐỐI TƯỢNG

1. Mục đích, yêu cầu

1.1. Mục đích

- Đánh giá toàn diện, khách quan, khoa học thực trạng công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố giai đoạn 2020-2025 (bao gồm Thành phố Hải Phòng (cũ) và tỉnh Hải Dương); làm rõ những kết quả đạt được, những hạn chế, bất cập và nguyên nhân, rút ra bài học kinh nghiệm trong tổ chức thực hiện.

- Xác định rõ quan điểm chỉ đạo, mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể; định hướng đổi mới nội dung, phương thức triển khai công tác thông tin, truyền thông đối ngoại phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế và chuyển đổi số trong tình hình mới.

- Đề xuất hệ thống nhiệm vụ, giải pháp đồng bộ, khả thi nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; góp phần tạo dựng môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế - xã hội, thu hút đầu tư, mở rộng hợp tác quốc tế, nâng cao vị thế và hình ảnh của thành phố giai đoạn 2026-2030 và các năm tiếp theo.

1.2. Yêu cầu

- Bảo đảm bám sát quan điểm, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước về công tác đối ngoại, hội nhập quốc tế và thông tin đối ngoại; đồng thời phù hợp với điều kiện thực tiễn, chiến lược và định hướng phát triển của thành phố trong giai đoạn mới.

- Việc đánh giá thực trạng phải khách quan, toàn diện, có trọng tâm, trọng điểm; phản ánh đúng tình hình triển khai, năng lực tổ chức thực hiện và hiệu quả tác động của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại.

- Các nhiệm vụ, giải pháp đề xuất phải có tính chiến lược, đồng bộ và khả thi; xác định rõ trách nhiệm của các cấp, các ngành, cơ quan, đơn vị trong tổ chức thực hiện; bảo đảm tính thống nhất, tránh chồng chéo, phân tán nguồn lực.

- Đề án bảo đảm tính kế thừa và phát triển; gắn kết chặt chẽ giữa nội dung thông tin đối ngoại với phương thức truyền thông hiện đại, đẩy mạnh ứng dụng

công nghệ số; nâng cao hiệu quả lan tỏa hình ảnh, uy tín và thương hiệu của thành phố trên trường quốc tế.

2. Phạm vi, đối tượng

2.1. Phạm vi

- Về không gian: Đề án được triển khai trên địa bàn thành phố Hải Phòng theo địa giới hành chính hiện hành; bao gồm toàn bộ phạm vi địa giới hành chính của thành phố Hải Phòng và phần địa giới được điều chỉnh, mở rộng sau khi thực hiện sắp xếp đơn vị hành chính theo quy định của cấp có thẩm quyền.

- Về thời gian: Đề án tiến hành tổng kết, đánh giá thực trạng công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố trong giai đoạn 2020-2025 (bao gồm phạm vi Thành phố Hải Phòng (trước sắp xếp) và tỉnh Hải Dương); trên cơ sở đó xác định phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp thực hiện đến năm 2030 và định hướng cho các năm tiếp theo.

2.2. Đối tượng nghiên cứu, tác động

- Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo, bao gồm: nội dung thông tin; phương thức triển khai; tổ chức bộ máy; nguồn nhân lực; cơ chế, chính sách; nguồn lực bảo đảm và cơ chế phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị trong hệ thống chính trị.

- Bối cảnh quốc tế, khu vực và trong nước; tình hình phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế của thành phố; các yếu tố tác động trực tiếp đến công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, làm căn cứ xác định quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp nhằm đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố trong giai đoạn mới.

2.3. Đối tượng thụ hưởng

- Các cơ quan, tổ chức trong hệ thống chính trị của thành phố trực tiếp tham gia hoặc thụ hưởng kết quả từ việc nâng cao hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại.

- Cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước, nhà đầu tư, tổ chức quốc tế, đối tác nước ngoài có nhu cầu tìm hiểu thông tin, hợp tác, đầu tư tại thành phố.

- Cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và bạn bè quốc tế quan tâm đến hình ảnh, môi trường đầu tư, văn hóa và con người Hải Phòng.

- Cán bộ, đảng viên và Nhân dân trên địa bàn thành phố, đặc biệt là khu vực biên giới biển, hải đảo, được tiếp cận thông tin chính thống, nâng cao nhận thức về hội nhập quốc tế và chủ quyền quốc gia.

Phần thứ nhất
THỰC TRẠNG CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG
ĐỐI NGOẠI CỦA THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2020-2025

I. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG

1. Bối cảnh quốc tế và khu vực

Giai đoạn 2020 - 2025 diễn ra trong bối cảnh tình hình thế giới và khu vực biến động nhanh, phức tạp, khó dự báo; cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn gia tăng, tác động sâu sắc đến môi trường an ninh, kinh tế và phát triển toàn cầu. Các thách thức an ninh phi truyền thống như biến đổi khí hậu, dịch bệnh, khủng hoảng năng lượng và lương thực diễn biến đan xen, làm gia tăng tính bất ổn của kinh tế thế giới.

Đại dịch Covid-19 đã thúc đẩy mạnh mẽ quá trình chuyển dịch sang các hình thức kết nối và hợp tác trên nền tảng số. Truyền thông đa phương tiện, hội nghị trực tuyến và mạng xã hội trở thành kênh quan trọng trong trao đổi quốc tế và quảng bá hình ảnh. Điều này đặt ra yêu cầu phải đổi mới tư duy và phương thức tổ chức công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng số hóa, linh hoạt và hiệu quả hơn.

Cùng với đó, cạnh tranh thông tin, thao túng dư luận và phát tán thông tin sai lệch trên không gian mạng ngày càng gia tăng, khiến không gian mạng trở thành một “mặt trận” quan trọng. Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại vì vậy phải bảo đảm tính chính xác, kịp thời, thống nhất; đồng thời nâng cao năng lực dự báo, chủ động định hướng và xử lý hiệu quả các vấn đề truyền thông phát sinh.

Mặt khác, sự phát triển nhanh của công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng xuyên biên giới mở rộng đáng kể không gian truyền thông toàn cầu, vừa tạo cơ hội quảng bá hình ảnh địa phương, vừa đòi hỏi phải xây dựng chiến lược truyền thông đối ngoại bài bản, chuyên nghiệp và có khả năng kiểm soát thông tin hiệu quả.

2. Bối cảnh trong nước

Trong nước, tiến trình hội nhập quốc tế toàn diện tiếp tục được đẩy mạnh trên cả ba trụ cột: đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân; vị thế và uy tín của Việt Nam ngày càng được nâng cao. Bối cảnh này đòi hỏi công tác thông tin, truyền thông đối ngoại phải được triển khai với tầm nhìn chiến lược, tương xứng với vị thế quốc gia.

Các chủ trương, nghị quyết của Đảng trong nhiệm kỳ Đại hội XIII tiếp tục khẳng định thông tin đối ngoại là bộ phận quan trọng của công tác tư tưởng và

công tác đối ngoại; giữ vai trò chủ động cung cấp thông tin, định hướng dư luận, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và nâng cao “sức mạnh mềm” quốc gia.

Cùng với đó, quá trình chuyển đổi số quốc gia và sự phát triển của môi trường truyền thông đa nền tảng đã làm thay đổi căn bản phương thức tiếp nhận và lan tỏa thông tin. Điều này đặt ra yêu cầu phải đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương thức và công nghệ truyền thông; nâng cao năng lực dự báo, phản ứng nhanh và quản trị rủi ro truyền thông; đồng thời bảo đảm sự thống nhất trong cung cấp thông tin và phát ngôn.

Hệ thống pháp luật về báo chí, an ninh mạng, tiếp cận thông tin và quản lý thông tin trên môi trường số tiếp tục được hoàn thiện, tạo hành lang pháp lý đồng bộ cho công tác thông tin, truyền thông đối ngoại. Tuy nhiên, các yêu cầu về minh bạch, chính xác và trách nhiệm trong cung cấp thông tin ngày càng cao, đòi hỏi các địa phương phải nâng cao năng lực quản lý và tổ chức thực hiện.

3. Bối cảnh phát triển của thành phố Hải Phòng giai đoạn 2020 - 2025

Trong giai đoạn 2020 - 2025, cùng với quá trình phát triển kinh tế - xã hội và mở rộng hội nhập quốc tế, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng từng bước được quan tâm triển khai, góp phần quảng bá hình ảnh địa phương, thu hút đầu tư và mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế. Tuy nhiên, bối cảnh phát triển của thành phố có sự chuyển biến lớn, đặc biệt là việc hợp nhất đơn vị hành chính, đã tạo ra những yêu cầu mới mang tính chiến lược đối với công tác này.

3.1. Giai đoạn trước khi hợp nhất thành phố Hải Phòng (cũ) và tỉnh Hải Dương (từ năm 2020 - 6/2025)

Trong giai đoạn 2020 - 6/2025, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng (cũ) và tỉnh Hải Dương được các cấp ủy, chính quyền quan tâm chỉ đạo, triển khai tương đối đồng bộ, từng bước đi vào nền nếp, bám sát định hướng của Trung ương và yêu cầu thực tiễn. Hoạt động này dần được xác định là bộ phận quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội và hội nhập quốc tế của mỗi địa phương.

Đối với thành phố Hải Phòng (cũ), công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được triển khai trên nhiều kênh, với sự tham gia của cả hệ thống chính trị, gắn với các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và đối ngoại. Thành phố chủ động mở rộng hợp tác quốc tế, tích cực tham gia các diễn đàn, chương trình khu vực và toàn cầu, qua đó nâng cao vị thế, hình ảnh đô thị cảng biển hiện đại, năng động. Hải Phòng tiếp tục khẳng định vai trò cực tăng trưởng của khu vực phía Bắc, duy trì tốc độ tăng trưởng cao; cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng công

ng nghiệp hóa, hiện đại hóa, với công nghiệp chế biến, chế tạo và công nghệ cao là động lực, gắn với chuyển đổi số và chuyển đổi xanh.

Đối với tỉnh Hải Dương, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được triển khai gắn với xúc tiến đầu tư, quảng bá tiềm năng công nghiệp, nông nghiệp và thương mại. Hình ảnh địa phương có môi trường đầu tư ổn định, tiềm năng phát triển đa dạng từng bước được lan tỏa. Giai đoạn này, tỉnh thu hút nhiều dự án FDI với tổng vốn đăng ký trên 11 tỷ USD, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao mức độ hội nhập. Đồng thời, tỉnh tập trung cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng nâng cao chất lượng tăng trưởng, phát triển bền vững, từng bước tiếp cận kinh tế số và kinh tế xanh.

Nhìn chung, cả hai địa phương duy trì tăng trưởng kinh tế ổn định, môi trường đầu tư được cải thiện; thu hút FDI và xuất khẩu đạt nhiều kết quả tích cực. Giai đoạn này đã hình thành nền tảng quan trọng về kinh tế, hội nhập và năng lực thông tin, truyền thông đối ngoại. Tuy nhiên, hoạt động vẫn mang tính phân tán theo địa giới hành chính, thiếu liên kết và định vị thương hiệu chung ở tầm vùng.

3.2. Giai đoạn sau hợp nhất (từ 7/2025 đến nay)

Sau khi hợp nhất thành phố Hải Phòng và tỉnh Hải Dương, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được triển khai trong bối cảnh mới với quy mô, không gian phát triển và yêu cầu hội nhập cao hơn. Việc hợp nhất tạo điều kiện thuận lợi để tái cấu trúc hoạt động theo hướng thống nhất, đồng bộ, khắc phục tình trạng phân tán trước đây, đồng thời nâng cao hiệu quả điều phối, tổ chức thực hiện.

Trên cơ sở kế thừa kết quả của hai địa phương, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại từng bước được tích hợp, chuẩn hóa và định hướng theo một chiến lược chung, gắn với mục tiêu xây dựng hình ảnh địa phương hợp nhất năng động, hiện đại, có năng lực cạnh tranh cao trong khu vực. Nội dung thông tin tập trung làm nổi bật các lợi thế tổng hợp về công nghiệp, cảng biển, logistics, nông nghiệp công nghệ cao và nguồn nhân lực; đồng thời nhấn mạnh tiềm năng phát triển không gian kinh tế liên kết, quy mô lớn.

Các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và đối ngoại được tổ chức theo hướng liên thông, đồng bộ; tăng cường ứng dụng công nghệ số, đa dạng hóa nền tảng truyền thông, nâng cao tính tương tác và khả năng tiếp cận đối tượng quốc tế. Việc phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị trong hệ thống chính trị từng bước được củng cố, góp phần nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh và thu hút nguồn lực bên ngoài.

Tuy nhiên, trong giai đoạn đầu sau hợp nhất, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại vẫn đối mặt với một số khó khăn như: yêu cầu thống nhất nhận diện thương hiệu, hoàn thiện cơ chế phối hợp liên ngành, đồng bộ hóa hạ tầng và

nguồn lực truyền thông, cũng như nâng cao năng lực đội ngũ trong bối cảnh chuyển đổi số và cạnh tranh thông tin ngày càng gay gắt.

Những yếu tố trên cho thấy, trong bối cảnh không gian phát triển, quy mô và vị thế của thành phố đã được tái định hình, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại cần được đổi mới mạnh mẽ theo hướng chủ động, chiến lược, chuyên nghiệp và hiện đại, bảo đảm thực sự trở thành công cụ quan trọng trong việc định vị hình ảnh, nâng cao uy tín và thu hút nguồn lực phục vụ phát triển nhanh, bền vững của thành phố trong giai đoạn mới.

II. THỰC TRẠNG CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG ĐỐI NGOẠI GIAI ĐOẠN 2020 - 2025

1. Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy các cấp

1.1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo quán triệt, triển khai chủ trương đối ngoại của Đảng, Nhà nước đối với công tác thông tin, truyền thông đối ngoại được tăng cường

Trong giai đoạn 2020-2025, công tác lãnh đạo, chỉ đạo việc quán triệt và tổ chức triển khai các chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước về đối ngoại, hội nhập quốc tế và thông tin đối ngoại trên địa bàn thành phố Hải Phòng và tỉnh Hải Dương được thực hiện nghiêm túc, đồng bộ, bảo đảm thống nhất về nhận thức và hành động trong toàn hệ thống chính trị. Nhận thức của các cấp ủy, chính quyền, cơ quan, đơn vị về vai trò của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng được nâng lên rõ rệt.

Thành ủy Hải Phòng đã tập trung lãnh đạo, chỉ đạo toàn diện công tác đối ngoại và thông tin đối ngoại; kịp thời quán triệt, cụ thể hóa các nghị quyết, chỉ thị, kết luận của Trung ương thành các chương trình, kế hoạch phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương. Công tác đối ngoại được đặt trong tổng thể nhiệm vụ chính trị, gắn chặt với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng-an ninh và nâng cao hiệu quả hội nhập quốc tế.

Việc cụ thể hóa chủ trương của Trung ương được triển khai đồng bộ thông qua chương trình công tác toàn khóa, kế hoạch hằng năm của cấp ủy, chính quyền các cấp; lồng ghép trong các chiến lược, đề án phát triển kinh tế - xã hội, thu hút đầu tư, phát triển kinh tế biển, chuyển đổi số và xây dựng đô thị thông minh. Qua đó, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại từng bước được định hướng rõ hơn về mục tiêu, nội dung và phương thức triển khai, bảo đảm tính chủ động và phù hợp với yêu cầu phát triển của địa phương.

Dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất của Thành ủy, hoạt động đối ngoại của thành phố được triển khai ngày càng chủ động, hiệu quả, góp phần mở rộng và làm sâu sắc quan hệ hợp tác quốc tế. Thành phố đã thiết lập và duy trì quan hệ hợp tác

với nhiều đối tác trên thế giới, thúc đẩy các kênh đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân.

Các cấp ủy, chính quyền đã quan tâm lãnh đạo việc xây dựng cơ chế phối hợp giữa các cơ quan chức năng trong triển khai thông tin đối ngoại; từng bước nâng cao tính chủ động trong việc cung cấp thông tin chính thống, định hướng dư luận đối với các vấn đề đối ngoại quan trọng, nhạy cảm.

Bên cạnh đó, công tác kiểm tra, giám sát và sơ kết, tổng kết việc thực hiện các chủ trương về đối ngoại và thông tin đối ngoại được quan tâm thực hiện, góp phần kịp thời phát hiện, chấn chỉnh những hạn chế, bất cập trong quá trình triển khai. Vai trò của người đứng đầu cấp ủy, chính quyền trong lãnh đạo, chỉ đạo công tác đối ngoại và thông tin đối ngoại từng bước được phát huy.

1.2. Hoạt động của Ban Chỉ đạo và cơ chế phối hợp liên ngành được củng cố, linh hoạt, hiệu quả

Dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của Thành ủy Hải Phòng và Tỉnh ủy Hải Dương, hoạt động của Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại và cơ chế phối hợp liên ngành tiếp tục được kiện toàn, từng bước nâng cao hiệu quả điều phối, bảo đảm sự thống nhất trong triển khai nhiệm vụ trên phạm vi toàn địa bàn.

Tại thành phố Hải Phòng, Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại (giai đoạn 2020-2024)⁷ được thành lập, kiện toàn qua các giai đoạn, bảo đảm phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Ban Chỉ đạo gồm 24 đồng chí là lãnh đạo các cơ quan Đảng, chính quyền, sở, ban, ngành và cơ quan báo chí chủ lực; đồng thời có Tổ giúp việc hỗ trợ triển khai nhiệm vụ. Ban Chỉ đạo đã ban hành quy chế làm việc, chương trình công tác và kế hoạch hằng năm, qua đó xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, cơ chế phối hợp và trách nhiệm của từng thành viên.

Tại tỉnh Hải Dương, Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại cũng được thành lập, kiện toàn theo hướng tăng cường vai trò của cơ quan Đảng trong công tác chỉ đạo, điều hành. Việc chuyển cơ quan thường trực về Ban Tuyên giáo (nay là Ban Tuyên giáo và Dân vận) góp phần nâng cao tính thống nhất trong định hướng chính trị, đồng thời phát huy vai trò quản lý nhà nước của các cơ quan chuyên môn trong tổ chức thực hiện.

Cơ chế phối hợp liên ngành giữa Ban Tuyên giáo và Dân vận với các cơ quan quản lý nhà nước, sở, ban, ngành, địa phương và cơ quan báo chí từng bước được hoàn thiện theo hướng rõ đầu mối, rõ trách nhiệm, bảo đảm thông tin thông suốt, kịp thời và đúng định hướng. Với vai trò cơ quan thường trực, Ban Tuyên

⁷Tháng 12 năm 2024, đã chấm dứt hoạt động của Ban chỉ đạo.

giáo và Dân vận Thành ủy đã chủ động tham mưu, định hướng nội dung, tổ chức triển khai công tác thông tin đối ngoại thông qua các kênh hội nghị báo cáo viên, giao ban báo chí và hệ thống tuyên truyền miệng; đồng thời tăng cường hướng dẫn, đôn đốc các cơ quan, đơn vị đổi mới phương thức truyền thông theo hướng đa nền tảng, hiện đại.

Sự phối hợp trong hệ thống chính trị được củng cố theo hướng chặt chẽ, đồng bộ; bảo đảm gắn kết giữa thông tin đối ngoại với thông tin đối nội, giữa tuyên truyền với đối ngoại, xúc tiến đầu tư và hợp tác quốc tế; đồng thời phát huy vai trò của doanh nghiệp và cộng đồng trong lan tỏa thông tin tích cực.

Công tác phối hợp theo dõi, xử lý và định hướng thông tin trên không gian mạng được tăng cường, góp phần bảo đảm an ninh thông tin, chủ động phản bác thông tin sai lệch, bảo vệ hình ảnh và uy tín của địa phương.

1.3. Nguồn lực, nhân lực và chuyển đổi số trong công tác thông tin, truyền thông đối ngoại từng bước được quan tâm, nâng cao

Các cấp ủy, chính quyền hai tỉnh, thành phố đã quan tâm bố trí nguồn lực cho công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, từng bước đáp ứng yêu cầu triển khai nhiệm vụ trong bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số.

Về nguồn lực, kinh phí được lồng ghép trong các chương trình phát triển kinh tế - xã hội, hoạt động đối ngoại, xúc tiến đầu tư, văn hóa - du lịch và thông tin truyền thông; đồng thời bước đầu huy động nguồn lực xã hội hóa cho quảng bá hình ảnh và sản xuất sản phẩm truyền thông. Tuy nhiên, nguồn lực còn phân tán, chưa tương xứng với yêu cầu phát triển, thiếu các chương trình đầu tư trọng điểm, dài hạn.

Về nhân lực, đội ngũ cán bộ cơ bản được hình thành từ các cơ quan trong hệ thống chính trị và báo chí; trình độ, kỹ năng từng bước được nâng lên thông qua đào tạo, bồi dưỡng, trong đó đã chú trọng một số nội dung mới như truyền thông quốc tế, truyền thông số, xử lý khủng hoảng truyền thông. Tuy nhiên, vẫn thiếu nhân lực chuyên sâu, đặc biệt về ngoại ngữ, pháp luật quốc tế và kỹ năng truyền thông hiện đại trong môi trường đa văn hóa.

Về chuyển đổi số, việc ứng dụng công nghệ thông tin và nền tảng số trong quản lý, điều hành và triển khai nhiệm vụ được đẩy mạnh; hệ thống cổng thông tin điện tử, nền tảng truyền thông số từng bước được đầu tư, góp phần nâng cao hiệu quả cung cấp thông tin và khả năng tiếp cận. Một số hoạt động đã chuyển sang phương thức truyền thông đa nền tảng. Tuy nhiên, việc ứng dụng còn chưa đồng bộ; thiếu hệ thống dữ liệu tập trung, nền tảng quản trị thống nhất và chưa hình thành hệ sinh thái truyền thông số liên thông, hiện đại.

Nguồn lực, nhân lực và mức độ ứng dụng chuyển đổi số đã có bước cải thiện, tạo nền tảng cho đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; song cần tiếp tục đầu tư đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn mới.

2. Kết quả thực hiện công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trên địa bàn thành phố

2.1. Thông tin, tuyên truyền về đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước, chủ trương của thành phố đến bạn bè quốc tế và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

Công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại trên địa bàn thành phố Hải Phòng và tỉnh Hải Dương giai đoạn 2020-2025 được triển khai tương đối toàn diện, bám sát định hướng của Trung ương và cấp ủy địa phương; từng bước khẳng định vai trò là một trong những kênh quan trọng góp phần tạo đồng thuận xã hội, củng cố niềm tin và nâng cao vị thế của địa phương trong hội nhập quốc tế.

Hệ thống báo chí Trung ương và địa phương phát huy vai trò nòng cốt trong triển khai nhiệm vụ. Trên địa bàn thành phố Hải Phòng hiện có 67 cơ quan báo chí hoạt động, tạo nền tảng truyền thông rộng khắp. Trong giai đoạn 2020 - 2025, các cơ quan báo chí đã sản xuất khối lượng lớn tin, bài, phóng sự và chương trình tuyên truyền đối ngoại, bao phủ đa dạng các loại hình từ phát thanh, truyền hình, báo in đến báo điện tử và nền tảng số. Nội dung tập trung vào các lĩnh vực trọng điểm như: phát triển kinh tế biển, công nghiệp công nghệ cao, logistics, chuyển đổi số, xây dựng đô thị thông minh và cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh; đồng thời tuyên truyền kịp thời chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế của địa phương.

Công tác tuyên truyền thông qua hệ thống thông tin cơ sở hiện nay được duy trì hiệu quả với trên 8.000 báo cáo viên, tuyên truyền viên⁸, 114 đài truyền thanh cấp xã cùng hàng nghìn trang, nhóm mạng xã hội với trên 1 triệu tài khoản sử dụng. Hệ thống này góp phần lan tỏa thông tin nhanh chóng, định hướng dư luận xã hội, củng cố “thế trận tư tưởng” trong bối cảnh thông tin đa chiều, phức tạp.

Hoạt động xây dựng và phát hành các ấn phẩm thông tin đối ngoại được quan tâm triển khai, với hàng trăm ấn phẩm (sách, tài liệu, brochure, video, sản phẩm đa phương tiện) bằng tiếng Việt và tiếng nước ngoài. Cổng Thông tin điện tử thành phố được duy trì vận hành hiệu quả với 01 Cổng chính và 14 Cổng thành phần, đồng thời xây dựng 04 chuyên trang tiếng nước ngoài (Anh, Trung, Nhật, Hàn), từng bước đáp ứng nhu cầu tiếp cận thông tin của đối tác quốc tế.

⁸ Báo cáo viên cấp thành phố: 47 đồng chí, cấp xã: 808 đồng chí; Tuyên truyền viên cơ sở: 7.188 đồng chí

Công tác thông tin đối ngoại trên môi trường số có bước chuyển biến tích cực; các nền tảng số, mạng xã hội, ứng dụng thông minh được khai thác hiệu quả, góp phần mở rộng phạm vi tiếp cận thông tin. Tuy nhiên, tỷ lệ nội dung đa ngữ và mức độ tương tác quốc tế vẫn còn hạn chế so với yêu cầu hội nhập.

Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực được triển khai thường xuyên với nhiều lớp tập huấn, hội nghị chuyên đề, từng bước nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ, phóng viên, biên tập viên, nhất là trong lĩnh vực truyền thông quốc tế và ứng dụng công nghệ số.

2.2. Quảng bá hình ảnh địa phương, lan tỏa hình ảnh thành phố Hải Phòng và tỉnh Hải Dương năng động, thân thiện, tiềm năng phát triển, thu hút đầu tư, thương mại và du lịch

Công tác quảng bá hình ảnh địa phương được triển khai theo hướng ngày càng chủ động, có trọng tâm, trọng điểm, gắn chặt với hoạt động đối ngoại, xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch; từng bước chuyển từ giới thiệu tiềm năng sang định vị hình ảnh và xây dựng thương hiệu đối ngoại. Nội dung truyền thông tập trung làm nổi bật hình ảnh thành phố là khu vực phát triển năng động, môi trường đầu tư thuận lợi, hạ tầng kinh tế - xã hội đồng bộ, có vị trí chiến lược trong liên kết vùng và hội nhập quốc tế.

Hoạt động đối ngoại phục vụ quảng bá hình ảnh được đẩy mạnh cả về quy mô và chiều sâu. Trong giai đoạn 2020-2023, thành phố Hải Phòng đã tổ chức 150 đoàn công tác ra nước ngoài nhằm xúc tiến đầu tư, thương mại và tham dự các hội nghị, hội thảo quốc tế; đồng thời đón tiếp 280 đoàn khách quốc tế đến tìm hiểu cơ hội hợp tác, đầu tư. Mạng lưới quan hệ đối ngoại không ngừng được mở rộng, đến nay, Hải Phòng có kết nối giao thương với trên 130 quốc gia và vùng lãnh thổ, 44 quốc gia và vùng lãnh thổ đã đầu tư FDI tại Hải Phòng, trong 56 thỏa thuận quốc tế còn hiệu lực, có 17 thỏa thuận quốc tế hợp tác về kinh tế với các tập đoàn, hiệp hội doanh nghiệp nước ngoài lớn như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Lào..., tổng vốn FDI thu hút 23,6 tỷ USD. Nhiều năm qua, thành phố Hải Phòng luôn đứng top đầu cả nước về giá trị vốn đầu tư FDI hướng tới sản xuất công nghệ cao, năng lượng sạch, năng lượng tái tạo..., phát triển nền kinh tế bền vững. Các hoạt động ngoại giao kinh tế tại chỗ được đẩy mạnh thông qua các buổi tiếp, làm việc với các đoàn khách quốc tế, doanh nghiệp lớn, vừa và nhỏ, các tổ chức quốc tế; thúc đẩy các hoạt động trong Chương trình hợp tác “Hai hành lang, một vành đai kinh tế Việt - Trung”⁹; Chương trình kết nối Hải Phòng - Hồng Kông; Chương

⁹Gồm 5 tỉnh, thành phố Việt Nam gồm Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh và Vân Nam (Trung Quốc). Xúc tiến mở 02 đường bay tới Côn Minh (Trung Quốc) và Busan (Hàn Quốc), xúc tiến mở chuyến bay charter kết nối Hải Phòng - Lệ Giang (Vân Nam, Trung Quốc) nhằm thúc đẩy phát triển du lịch, dịch vụ và nâng cao

trình Gặp gỡ Nhật Bản, Hàn Quốc... Làm tốt công tác vận động người Việt Nam ở nước ngoài, hình thành mạng lưới người Hải Phòng ở nước ngoài và thu hút các nguồn lực kiều hối¹⁰. Công tác phi chính phủ có kết quả tích cực¹¹”

Trong lĩnh vực quốc phòng – an ninh và đối ngoại đặc thù, thành phố đã phối hợp chặt chẽ với các cơ quan Trung ương tổ chức đón tiếp, bảo đảm an toàn cho 15 lượt tàu nước ngoài đến thăm và làm việc; tích cực tham gia các hoạt động giao lưu sĩ quan trẻ, tuần tra liên hợp, góp phần nâng cao uy tín và vị thế của địa phương trong hợp tác khu vực. Đồng thời, Hải Phòng chủ động tham gia và dẫn dắt các sáng kiến liên kết vùng như ký kết Thỏa thuận kết nối kinh tế trực cao tốc phía Đông; đăng cai tổ chức các hội nghị, diễn đàn liên kết phát triển hạ tầng khu công nghiệp; thành lập Tổ điều phối vùng đồng bằng Sông Hồng tại Hải Phòng. Năm 2024, thành phố tiếp tục mở rộng hợp tác với nhiều địa phương trong cả nước như: Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Dương, Thái Bình, Lào Cai, Sơn La, Đà Nẵng, qua đó góp phần nâng cao vị thế, vai trò trung tâm kết nối của Hải Phòng trong mạng lưới phát triển quốc gia và khu vực.

Đối với tỉnh Hải Dương, công tác quảng bá hình ảnh được triển khai gắn với các hoạt động hợp tác kinh tế, văn hóa⁽¹²⁾ và đối ngoại nhân dân; duy trì, củng cố quan hệ với các đối tác truyền thống.

Ngoại giao văn hóa được chú trọng, nổi bật là vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà và quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc được UNESCO công nhận Di sản thế giới, qua đó góp phần nâng cao giá trị và sức lan tỏa của di sản văn hóa trong quảng bá hình ảnh địa phương. Công tác phi chính phủ đạt nhiều kết quả tích cực, thu hút hiệu quả nguồn viện trợ không hoàn lại, góp phần hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội và tăng cường kết nối quốc tế⁽¹³⁾.

Hoạt động truyền thông phục vụ quảng bá được triển khai ngày càng đồng bộ, đa kênh, kết hợp giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số. Hệ thống cổng thông tin điện tử, chuyên trang đa ngữ và các nền tảng số từng bước trở thành kênh truyền tải thông tin quan trọng, trực tiếp tiếp cận các nhóm công chúng quốc tế. Các sản phẩm truyền thông được đa dạng hóa về hình thức, từng bước chuyển

sản lượng hàng qua cảng Hàng không quốc tế Cát Bi.

¹⁰Hải Phòng: Lượng kiều hối chuyển về qua ngân hàng ước đạt 1.6 tỷ đô la Mỹ (tăng 19,4% so với giai đoạn 2016 - 2020); Hải Dương: có 15 dự án của Việt kiều tại Anh, British Virgin Islands và Canada đầu tư với tổng số vốn 45 triệu USD.

¹¹Hải Phòng: có 45 tổ chức phi chính phủ nước ngoài đăng ký hoạt động. Vận động viện trợ phi chính phủ nước ngoài ước đạt hơn 26,2 triệu đô la Mỹ; Hải Dương: có hơn 30 tổ chức phi chính phủ nước ngoài có giấy đăng ký hoạt động. Tỉnh đã tiếp nhận 111 khoản viện trợ với tổng giá trị viện trợ khoảng trên 6 triệu USD.

⁽¹²⁾Ký Bản ghi nhớ hợp tác giai đoạn 2024-2026 với thành phố Suwon- Hàn Quốc; Ký Văn bản hợp tác với tỉnh Viêng Chăn- Lào giai đoạn 2024-2028....

⁽¹³⁾Đến nay, trên địa bàn tỉnh có hơn 30 tổ chức phi chính phủ nước ngoài có giấy đăng ký hoạt động; đã tiếp nhận 111 khoản viện trợ với tổng giá trị viện trợ khoảng trên 6 triệu USD.

từ cung cấp thông tin sang xây dựng “câu chuyện phát triển”, làm nổi bật lợi thế cạnh tranh, tầm nhìn và định hướng phát triển dài hạn của địa phương.

Bên cạnh đó, các hoạt động giao lưu văn hóa, quảng bá du lịch và đối ngoại nhân dân được duy trì thường xuyên, góp phần lan tỏa hình ảnh con người thân thiện, môi trường xã hội ổn định, giàu bản sắc; qua đó phát huy hiệu quả “sức mạnh mềm” trong hội nhập quốc tế, tạo nền tảng xã hội thuận lợi cho mở rộng hợp tác trên nhiều lĩnh vực.

2.3. Tổ chức thông tin đối ngoại tại khu vực biển, đảo

Công tác thông tin đối ngoại tại khu vực biển, đảo được các cấp, các ngành quan tâm triển khai thường xuyên, gắn với nhiệm vụ tuyên truyền bảo vệ chủ quyền biển, đảo; nâng cao nhận thức của cán bộ, đảng viên và Nhân dân về vai trò, vị trí chiến lược của biển, đảo trong phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ Tổ quốc.

Tại thành phố Hải Phòng (cũ), hoạt động thông tin đối ngoại tại khu vực biển, đảo được tổ chức tương đối đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm, gắn với nhiệm vụ bảo vệ chủ quyền, phát triển kinh tế biển và bảo đảm an ninh, an toàn trên các vùng biển thuộc phạm vi quản lý. Các cơ quan chức năng đã phối hợp tổ chức nhiều hội nghị, hội thảo, lớp tập huấn chuyên đề tuyên truyền pháp luật về biển, đảo được triển khai tại các địa phương ven biển, góp phần nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cán bộ, Nhân dân, đặc biệt là ngư dân trong bảo vệ chủ quyền.

Cùng với đó, hệ thống dữ liệu và tư liệu thông tin đối ngoại về biển, đảo từng bước được xây dựng và cập nhật, hình thành nguồn thông tin chính thống phục vụ công tác tuyên truyền và tra cứu. Công tác phát hành tài liệu được duy trì thường xuyên, nội dung thiết thực, phù hợp với từng nhóm đối tượng. Trung bình mỗi năm, hệ thống cập nhật khoảng 450 tin, bài và tư liệu đa phương tiện, bao gồm thông tin tuyên truyền, tư liệu lịch sử, quy hoạch phát triển, tình hình biển Đông, đặc khu Bạch Long Vĩ, hệ thống cảng biển và các nội dung liên quan đến chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về biển, đảo.

Hạ tầng thông tin cơ sở tại các địa bàn ven biển được củng cố, bảo đảm cung cấp thông tin chính thống, hỗ trợ người dân tiếp cận internet và dịch vụ số. Công tác tuyên truyền cũng được lồng ghép hiệu quả với hoạt động của các lực lượng chức năng như: Bộ đội Biên phòng, Cảnh sát biển, Hải quân, góp phần nâng cao ý thức chấp hành pháp luật và trách nhiệm bảo vệ chủ quyền biển, đảo.

Đối với tỉnh Hải Dương, mặc dù không có biển nhưng công tác thông tin đối ngoại về biển, đảo vẫn được triển khai thông qua hệ thống tuyên truyền của các cấp, các ngành và các tổ chức chính trị - xã hội. Nội dung tuyên truyền tập trung vào chủ quyền biển đảo Việt Nam, pháp luật quốc tế về biển, tình hình biển Đông

và trách nhiệm công dân trong bảo vệ chủ quyền quốc gia; được lồng ghép trong các hội nghị báo cáo viên, sinh hoạt chuyên đề, hoạt động giáo dục và hệ thống thông tin cơ sở.

2.4.Theo dõi nắm bắt dư luận, dự báo, cung cấp thông tin, đấu tranh phản bác những thông tin sai trái

Công tác theo dõi, nắm bắt dư luận đối ngoại; dự báo tình hình; cung cấp thông tin chính thống và đấu tranh phản bác thông tin sai trái, thù địch được triển khai ngày càng chủ động, có trọng tâm, từng bước chuyển từ xử lý tình huống sang quản trị truyền thông đối ngoại theo hướng hệ thống. Đây là nhiệm vụ quan trọng nhằm bảo vệ hình ảnh, uy tín và môi trường đầu tư của địa phương trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và cạnh tranh thông tin ngày càng gia tăng.

Hệ thống theo dõi, tổng hợp và phân tích thông tin được duy trì thường xuyên trên báo chí trong nước, truyền thông quốc tế và môi trường số. Các nội dung liên quan đến phát triển kinh tế - xã hội, môi trường đầu tư, quy hoạch, các dự án trọng điểm và hoạt động đối ngoại của Hải Phòng và Hải Dương được cập nhật, phân tích, báo cáo định kỳ và đột xuất, phục vụ công tác tham mưu cho cấp ủy, chính quyền trong định hướng thông tin đối ngoại.

Công tác phân tích, dự báo dư luận từng bước được nâng cao, tập trung vào các vấn đề nhạy cảm có khả năng tác động đến hình ảnh địa phương và niềm tin của nhà đầu tư, đối tác quốc tế như: môi trường đầu tư, quản lý đất đai, quy hoạch, các dự án hạ tầng lớn, lao động, môi trường và an ninh trật tự. Trên cơ sở đó, các cơ quan chức năng chủ động tham mưu phương án truyền thông phù hợp, bảo đảm cung cấp thông tin sớm, đúng định hướng, hạn chế nguy cơ phát sinh khủng hoảng truyền thông.

Cơ chế cung cấp thông tin chính thống được duy trì nền nếp, từng bước hoàn thiện thông qua hệ thống báo chí, cổng thông tin điện tử, các kênh phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí. Việc bảo đảm thông tin công khai, minh bạch, kịp thời không chỉ góp phần định hướng dư luận trong nước mà còn tạo dựng niềm tin với cộng đồng quốc tế, nhất là các nhà đầu tư, tổ chức và đối tác nước ngoài quan tâm đến Hải Phòng và Hải Dương.

Trong xử lý các vấn đề phức tạp, nhạy cảm, cơ chế phối hợp liên ngành giữa các cơ quan của hai địa phương tiếp tục được tăng cường, bảo đảm thống nhất về nội dung, thông điệp và thời điểm cung cấp thông tin. Sự phối hợp giữa các cơ quan Đảng, chính quyền, lực lượng chức năng, cơ quan báo chí và đơn vị liên quan giúp nâng cao khả năng phản ứng nhanh, xử lý hiệu quả các tình huống truyền thông có yếu tố đối ngoại, hạn chế bị động, bất ngờ.

Công tác đấu tranh phản bác thông tin sai trái, xuyên tạc được triển khai đồng bộ, kết hợp giữa “xây” và “chống”, trong đó lấy việc cung cấp thông tin chính xác, kịp thời, có cơ sở làm nền tảng; đồng thời chủ động định hướng dư luận và áp dụng các biện pháp quản lý phù hợp. Nhiều thông tin sai lệch liên quan đến môi trường đầu tư, tình hình kinh tế - xã hội và các dự án lớn của hai địa phương đã được phát hiện, xử lý kịp thời, không để lan rộng hoặc gây tác động tiêu cực đến hình ảnh địa phương.

Hoạt động của Ban Chỉ đạo 35 các cấp tại Hải Phòng và Hải Dương được triển khai bài bản, hiệu quả; chủ động nắm chắc tình hình tư tưởng, dư luận xã hội, kịp thời phát hiện, nhận diện các âm mưu, thủ đoạn chống phá trên không gian mạng và trong các lĩnh vực nhạy cảm. Công tác đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch được thực hiện thường xuyên, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và giữ vững ổn định chính trị - xã hội trên địa bàn.

Việc theo dõi, quản lý thông tin trên không gian mạng được tăng cường; các cơ quan chức năng chủ động rà soát, phát hiện và xử lý các trường hợp đăng tải thông tin sai lệch, vi phạm quy định. Công tác phối hợp xử lý vi phạm được thực hiện kịp thời, góp phần hạn chế tác động tiêu cực đến dư luận xã hội và môi trường thông tin đối ngoại.

2.5. Kết quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trên các kênh đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân

Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố được triển khai tương đối đồng bộ trên ba trụ cột: đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân; bảo đảm thống nhất về định hướng, linh hoạt trong tổ chức thực hiện và từng bước nâng cao hiệu quả tổng thể, tạo sự lan tỏa trong quảng bá hình ảnh và thúc đẩy hợp tác quốc tế.

Hoạt động thông tin đối ngoại được gắn kết chặt chẽ với các chương trình hợp tác quốc tế, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và giao lưu Nhân dân¹⁴; nội dung truyền thông được chuẩn bị chủ động, có trọng tâm, phù hợp với từng đối tượng và mục tiêu hợp tác.

¹⁴Tổ chức thành công các hội nghị xúc tiến đầu tư, tiêu biểu như: Hội nghị xúc tiến đầu tư và kết nối đầu tư – kinh doanh giữa các doanh nghiệp Việt Nam – Trung Quốc (tháng 4/2024); Chương trình làm việc, kết nối đầu tư – kinh doanh giữa các doanh nghiệp Việt Nam – Singapore (tháng 8/2024), Hội nghị Thường trực Thành ủy đối thoại với các doanh nghiệp FDI năm 2024 (tháng 10/2024); Hội nghị hợp tác Việt Nam - Nhật Bản, Kết nối nguồn cung lao động địa phương với nhà đầu tư, doanh nghiệp Nhật Bản tại Hải Phòng (tháng 4/2023); Hội nghị Kết nối đầu tư, kinh doanh giữa các doanh nghiệp Việt Nam - Hà Lan tại Hải Phòng (tháng 11/2023); Hội nghị Diễn đàn Liên kết phát triển hạ tầng khu công nghiệp Trục cao tốc phía đông năm 2023; Hội nghị kết nối đầu tư giữa các doanh nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc tại thành phố (tháng 8/2022); Hội nghị phổ biến chính sách pháp luật liên quan đến hoạt động sản xuất, xuất khẩu và Kết nối đầu tư kinh doanh năm 2022 và Tọa đàm về công tác giám sát, quản lý đầu tư và xúc tiến đầu tư huyện Tiên Lãng, huyện Vĩnh Bảo (tháng 12/2022).

Trên kênh đối ngoại Đảng, thông tin đối ngoại được triển khai thông qua các hoạt động trao đổi đoàn, tiếp xúc cấp cao với các chính đảng, tổ chức và địa phương nước ngoài. Trong 5 năm qua, Hải Phòng đã đón tiếp trên 1.000 đoàn khách quốc tế, trong đó lãnh đạo Thành ủy tiếp 50 đoàn cấp cao, góp phần nâng cao uy tín, vị thế của thành phố. Tỉnh Hải Dương tiếp tục duy trì, mở rộng quan hệ hợp tác với các đối tác truyền thống, củng cố tin cậy chính trị và tạo nền tảng cho hợp tác kinh tế, văn hóa.

Trên kênh ngoại giao Nhà nước, công tác thông tin đối ngoại phục vụ trực tiếp các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại và hợp tác quốc tế. Hoạt động truyền thông tại các hội nghị, diễn đàn quốc tế được tổ chức đồng bộ, góp phần quảng bá môi trường đầu tư, năng lực hạ tầng và vị thế của thành phố.

Trên kênh đối ngoại nhân dân, thông tin đối ngoại được triển khai thông qua các hoạt động giao lưu văn hóa, hợp tác giáo dục, y tế và các chương trình của các tổ chức hữu nghị, tổ chức phi chính phủ. Hải Phòng hiện có gần 50 tổ chức quốc tế hoạt động; Hải Dương triển khai hiệu quả các chương trình viện trợ phi chính phủ, góp phần lan tỏa hình ảnh địa phương thân thiện, trách nhiệm. Nội dung truyền thông mang tính gần gũi, góp phần tăng cường hiểu biết và gắn kết với bạn bè quốc tế.

Ngoại giao văn hóa tiếp tục là điểm nhấn trong công tác thông tin đối ngoại. Các hoạt động lễ hội, sự kiện văn hóa tiêu biểu như: Lễ hội Hoa Phượng Đỏ, Lễ hội Côn Sơn – Kiếp Bạc, Lễ hội Đèn Trạng Trình, Lễ hội Nữ tướng Lê Chân được tổ chức thường niên với quy mô ngày càng mở rộng, trở thành sản phẩm văn hóa du lịch đặc trưng. Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn - Kiếp Bạc được UNESCO công nhận di sản văn hóa thế giới, góp phần nâng tầm quảng bá hình ảnh địa phương trên trường quốc tế.

2.6. Đổi mới phương thức, ứng dụng truyền thông số

Trong bối cảnh chuyển đổi số và phát triển truyền thông đa nền tảng, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố đã có bước chuyển biến rõ nét về tư duy và phương thức triển khai, từng bước tiệm cận các chuẩn mực truyền thông hiện đại.

Phương thức truyền thông được chuyển từ mô hình truyền thống sang truyền thông tích hợp đa nền tảng, kết hợp giữa báo chí chính thống, cổng thông tin điện tử và các nền tảng số. Các cơ quan báo chí giữ vai trò nòng cốt, đồng thời đẩy mạnh phân phối nội dung trên môi trường số, hình thành hệ sinh thái truyền thông đa kênh.

Cổng thông tin điện tử thành phố Hải Phòng đã xây dựng 4 chuyên trang tiếng nước ngoài gồm: Tiếng Anh, Trung, Nhật, Hàn, thông tin được cập nhật thường xuyên với các nội dung tuyên truyền về hoạt động giao lưu xúc tiến đầu tư,

du lịch dịch vụ, giới thiệu tiềm năng thế mạnh, văn hóa truyền thống, lễ hội của Hải Phòng đến với bạn bè trong nước và quốc tế. Công tác tuyên truyền thông qua hệ thống đài truyền thanh các xã, phường, đặc khu cũng như trên cổng thông tin điện tử của các địa phương được thực hiện thường xuyên, liên tục mang lại hiệu quả tích cực, gây thiện cảm, tranh thủ được sự ủng hộ, giúp đỡ của các nhân tố bên ngoài, đồng thời tạo được sự chuyển biến tích cực về nhận thức của các cấp, các ngành và người dân về thông tin đối ngoại khu vực biên giới biển.

Hạ tầng truyền thông số tiếp tục được đầu tư, khai thác hiệu quả. Báo và phát thanh, truyền hình Hải Phòng đã hoàn thiện số hóa tín hiệu, phát sóng HDTV, mở rộng phân phối nội dung trên đa nền tảng (website, ứng dụng THPOn, Youtube, Facebook, Tiktok...). Hoạt động truyền thông đối ngoại trên môi trường số được mở rộng với nhiều sản phẩm chuyên biệt, có tính tương tác cao. Cổng thông tin đối ngoại đa ngữ (05 ngôn ngữ) đã đăng tải trên 2.200 tin, bài; các chiến dịch truyền thông số như #HelloHaiPhong thu hút hàng nghìn video và hàng triệu lượt tiếp cận; hệ thống website du lịch, bản đồ số, nền tảng VR360 và trợ lý ảo AI được triển khai, hỗ trợ hiệu quả nhà đầu tư và du khách tiếp cận thông tin. Đồng thời, việc đăng tải khoảng 1.000 tin, bài bằng tiếng nước ngoài trên cổng thông tin điện tử và hơn 6.700 tin, bài trên các kênh đối ngoại Trung ương đã góp phần gia tăng đáng kể mức độ hiện diện của địa phương trên không gian truyền thông quốc tế.

Việc số hóa dữ liệu, xây dựng cơ sở dữ liệu dùng chung và phát triển các sản phẩm truyền thông đa phương tiện (video, infographic, ấn phẩm số, bản đồ số) được đẩy mạnh; đồng thời mở rộng sự tham gia của các chủ thể truyền thông như doanh nghiệp, tổ chức xã hội, cộng đồng kiều bào và các nền tảng mạng xã hội, góp phần hình thành hệ sinh thái truyền thông đối ngoại đa chiều.

3. Hạn chế và nguyên nhân

3.1. Hạn chế

3.1.1. Về công tác lãnh đạo, chỉ đạo

- Chưa hình thành tư duy chiến lược về thông tin, truyền thông đối ngoại: Công tác thông tin đối ngoại vẫn chủ yếu được tiếp cận theo hướng “tuyên truyền – cung cấp thông tin”, chưa chuyển mạnh sang “định vị hình ảnh – cạnh tranh truyền thông quốc tế”.

- Thiếu một cơ chế điều phối tập trung, thống nhất: Chưa có đầu mối đủ thẩm quyền đóng vai trò “nhạc trưởng” trong chỉ đạo, điều phối các hoạt động thông tin đối ngoại, dẫn đến tình trạng phân tán, thiếu liên kết và chưa tạo được sức mạnh tổng hợp.

- Công tác dự báo và định hướng dư luận còn hạn chế: Chưa chủ động nắm bắt,

phân tích xu hướng truyền thông quốc tế, thiếu kịch bản truyền thông cho các tình huống nhạy cảm, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh thông tin ngày càng gia tăng.

3.2.2. Về định vị nội dung và thông điệp đối ngoại

- Chưa xác lập rõ ràng “định vị thương hiệu quốc tế” của Hải Phòng: Thành phố chưa xây dựng được hình ảnh đặc trưng, thông điệp cốt lõi mang tính nhất quán để truyền thông ra bên ngoài, dẫn đến thông tin còn dàn trải, thiếu điểm nhấn và khó ghi dấu ấn.

- Nội dung thông tin chưa tương xứng với tiềm năng và vị thế: Việc quảng bá hình ảnh thành phố chưa phản ánh đầy đủ vai trò là trung tâm kinh tế biển, logistics và công nghiệp hiện đại; nội dung bằng tiếng nước ngoài còn nghèo nàn, thiếu cập nhật và chưa hấp dẫn.

- Thiếu chiều sâu và tính chiến đấu trong thông tin: Hoạt động phản bác các thông tin sai lệch còn hạn chế về số lượng và chất lượng; chưa hình thành được hệ thống nội dung có khả năng dẫn dắt dư luận và bảo vệ hình ảnh thành phố trên không gian quốc tế.

- Chưa khai thác hiệu quả cộng đồng người Hải Phòng ở nước ngoài: Thông tin đối ngoại chưa tạo được sự kết nối và khuyến khích lực lượng này tham gia quảng bá, đóng góp cho sự phát triển của thành phố.

3.1.3. Về phương thức và công nghệ truyền thông

- Chậm chuyển đổi sang mô hình truyền thông số hiện đại: Việc ứng dụng các nền tảng số, mạng xã hội quốc tế và công nghệ truyền thông mới còn hạn chế, chưa theo kịp xu hướng toàn cầu.

- Thiếu đa dạng hóa hình thức truyền tải: Sản phẩm thông tin đối ngoại còn đơn điệu, thiếu các định dạng hiện đại như video, infographic, storytelling, dẫn đến khả năng tiếp cận và lan tỏa thấp.

- Chưa hình thành các chiến dịch truyền thông quy mô lớn, có tính lan tỏa quốc tế: Công tác quảng bá còn mang tính rời rạc, chưa được tổ chức theo chiến dịch tổng thể, thiếu sự phối hợp liên ngành và chưa tận dụng hiệu quả các kênh truyền thông quốc tế.

3.1.4. Về nguồn nhân lực

- Thiếu đội ngũ chuyên gia truyền thông đối ngoại chuyên nghiệp: Nhân lực hiện nay phần lớn kiêm nhiệm, chưa được đào tạo bài bản về truyền thông quốc tế, ngoại ngữ và công nghệ số.

- Chưa đáp ứng yêu cầu hội nhập: Năng lực phân tích dư luận quốc tế, xây dựng nội dung đa ngữ và vận hành truyền thông hiện đại còn hạn chế.

- Thiếu cơ chế thu hút và sử dụng nhân lực chất lượng cao: Chưa có chính sách đủ mạnh để thu hút chuyên gia, hợp tác với các tổ chức truyền thông chuyên nghiệp trong và ngoài nước.

3.1.5. Về nguồn lực và cơ chế bảo đảm

- Nguồn lực tài chính chưa tương xứng với yêu cầu nhiệm vụ: Kinh phí cho công tác thông tin đối ngoại còn phân tán, thiếu trọng tâm, chưa đủ để triển khai các hoạt động quy mô lớn mang tính chiến lược.

- Thiếu cơ chế huy động nguồn lực xã hội: Chưa tận dụng hiệu quả sự tham gia của doanh nghiệp, đặc biệt là các tập đoàn lớn, trong hoạt động quảng bá hình ảnh thành phố.

- Hệ thống công cụ và hạ tầng truyền thông còn yếu: Thiếu các nền tảng quản trị thông tin, hệ thống phân tích dữ liệu truyền thông và công cụ đo lường hiệu quả.

3.1.6. Về theo dõi, đánh giá và quản trị thông tin

- Chưa xây dựng được hệ thống theo dõi và phân tích dư luận chuyên nghiệp: Việc nắm bắt thông tin quốc tế, tâm trạng xã hội và phản ứng của công chúng còn thụ động, thiếu tính hệ thống.

- Thiếu bộ chỉ số đánh giá hiệu quả (KPI): Chưa có tiêu chí cụ thể để đo lường tác động của công tác thông tin đối ngoại đối với thu hút đầu tư, du lịch, hợp tác quốc tế.

- Chưa hình thành cơ chế phản hồi và điều chỉnh chính sách kịp thời: Việc tổng kết, đánh giá chưa gắn với điều chỉnh chiến lược, dẫn đến hiệu quả chưa cao.

3.2. Nguyên nhân

Những hạn chế nêu trên xuất phát từ cả nguyên nhân khách quan và chủ quan, trong đó nguyên nhân chủ quan là chủ yếu:

3.2.1. Nguyên nhân chủ quan:

- Nhận thức của một số cấp ủy, chính quyền và cơ quan, đơn vị về vai trò của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại chưa đầy đủ, chưa coi đây là một công cụ chiến lược trong phát triển và hội nhập quốc tế. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo ở một số nơi chưa quyết liệt, thiếu tính chủ động và tầm nhìn dài hạn; chưa hình thành cơ chế điều phối thống nhất, hiệu quả trên phạm vi toàn thành phố.

- Việc xây dựng nội dung, thông điệp truyền thông còn dàn trải, thiếu trọng tâm, chưa chú trọng định vị thương hiệu và xây dựng hình ảnh mang tính khác

biệt. Năng lực tổ chức thực hiện của một bộ phận cán bộ còn hạn chế, nhất là về ngoại ngữ, kỹ năng truyền thông quốc tế và ứng dụng công nghệ số.

- Cơ chế phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị có lúc chưa chặt chẽ; việc chia sẻ thông tin, dữ liệu chưa kịp thời, thiếu đồng bộ. Nguồn lực đầu tư cho công tác thông tin đối ngoại còn phân tán, chưa có các chương trình trọng điểm dài hạn; việc thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao còn gặp nhiều khó khăn.

3.2.2. Nguyên nhân khách quan:

- Bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, môi trường truyền thông toàn cầu cạnh tranh gay gắt, yêu cầu về tốc độ, chất lượng và tính chuyên nghiệp của thông tin ngày càng cao, tạo áp lực lớn đối với công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của địa phương.

- Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, mạng xã hội và các nền tảng truyền thông mới làm thay đổi phương thức tiếp cận thông tin, đòi hỏi phải liên tục đổi mới tư duy và công cụ triển khai. Trong khi đó, hệ thống hạ tầng dữ liệu và nền tảng công nghệ phục vụ quản trị truyền thông chưa theo kịp yêu cầu thực tiễn.

Ngoài ra, các yếu tố khách quan như biến động tình hình khu vực, thế giới, thông tin đa chiều, phức tạp trên không gian mạng và sự gia tăng của các nguồn tin không chính thống cũng làm gia tăng khó khăn trong công tác định hướng dư luận, bảo đảm tính chính xác và kịp thời của thông tin đối ngoại.

4. Bài học kinh nghiệm

Từ thực tiễn triển khai công tác thông tin, truyền thông đối ngoại giai đoạn 2020 -2025, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm chủ yếu sau:

Thứ nhất, bảo đảm sự lãnh đạo tập trung, thống nhất và tầm nhìn chiến lược. Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại chỉ phát huy hiệu quả khi đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp, toàn diện của cấp ủy, sự quản lý thống nhất của chính quyền và cơ chế điều phối chặt chẽ giữa các cơ quan, đơn vị. Đồng thời, cần hình thành tư duy chiến lược, dài hạn, bảo đảm tính nhất quán về mục tiêu, thông điệp và định hướng.

Thứ hai, lấy thông điệp chiến lược và định vị thương hiệu làm trung tâm. Hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào việc xác lập hệ thống thông điệp cốt lõi, phản ánh rõ giá trị đặc trưng, lợi thế cạnh tranh và tầm nhìn phát triển. Cần chuyển mạnh từ “cung cấp thông tin” sang “định vị hình ảnh và dẫn dắt nhận thức” nhằm nâng cao khả năng nhận diện và sức cạnh tranh trên trường quốc tế.

Thứ ba, đẩy mạnh đổi mới phương thức, ứng dụng truyền thông hiện đại. Cần kết hợp hiệu quả giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số, giữa báo chí chính thống và các nền tảng số, mạng xã hội để mở rộng phạm vi tiếp cận.

Đồng thời, tăng cường ứng dụng công nghệ số, dữ liệu và các công cụ phân tích nhằm nâng cao năng lực quản trị thông tin.

Thứ tư, tăng cường phối hợp liên ngành, phát huy sức mạnh tổng hợp. Công tác thông tin đối ngoại đòi hỏi cơ chế phối hợp chặt chẽ, rõ trách nhiệm, bảo đảm thông tin kịp thời, thống nhất, đồng bộ. Đồng thời, cần huy động sự tham gia của các tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp, cơ quan báo chí và Nhân dân trong lan tỏa hình ảnh địa phương.

Thứ năm, gắn kết chặt chẽ truyền thông đối ngoại với mục tiêu phát triển. Hoạt động truyền thông cần gắn với phát triển kinh tế - xã hội, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và hội nhập quốc tế; lồng ghép hiệu quả trong các chương trình, sự kiện đối ngoại để nâng cao hiệu quả quảng bá và thu hút nguồn lực.

Thứ sáu, chú trọng phát triển nguồn nhân lực và nâng cao năng lực thực thi. Đội ngũ cán bộ là yếu tố then chốt, cần được đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn, ngoại ngữ, kỹ năng truyền thông quốc tế và năng lực số; đồng thời có cơ chế thu hút, sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực chất lượng cao.

Phần thứ hai

QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP ĐỔI MỚI CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG ĐỐI NGOẠI ĐÁP ỨNG YÊU CẦU PHÁT TRIỂN CỦA THÀNH PHỐ ĐẾN NĂM 2030 VÀ CÁC NĂM TIẾP THEO

I. DỰ BÁO XU HƯỚNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CHO CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG ĐỐI NGOẠI CỦA ĐẢNG BỘ THÀNH PHỐ

1. Dự báo bối cảnh và xu hướng đến năm 2030

Trong giai đoạn đến năm 2030, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng sẽ chịu tác động mạnh mẽ của bối cảnh quốc tế và trong nước với nhiều cơ hội và thách thức đan xen, đòi hỏi phải đổi mới toàn diện về tư duy, nội dung và phương thức triển khai.

Thứ nhất, xu hướng toàn cầu hóa gắn với cạnh tranh chiến lược và cạnh tranh hình ảnh ngày càng gia tăng. Quá trình hội nhập quốc tế tiếp tục được đẩy mạnh, đi cùng với sự cạnh tranh gay gắt giữa các quốc gia, địa phương trong thu hút đầu tư, công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng cao. Trong bối cảnh đó, thông tin, truyền thông đối ngoại trở thành “nguồn lực mềm” quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu địa phương trên trường quốc tế.

Thứ hai, môi trường truyền thông chuyển dịch mạnh sang nền tảng số, đa kênh, đa chiều. Sự phát triển của internet, mạng xã hội và các nền tảng số làm thay đổi căn bản cách thức sản xuất và tiếp nhận thông tin. Xu hướng truyền thông cá nhân hóa, theo dữ liệu và thời gian thực trở thành chủ đạo, đòi hỏi chuyển đổi mạnh sang truyền thông số, đa nền tảng, lấy người dùng làm trung tâm.

Thứ ba, công nghệ số, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo giữ vai trò then chốt. Các công nghệ như AI, Big Data, VR/AR ngày càng được ứng dụng sâu rộng trong truyền thông, từ sản xuất nội dung đến phân tích và dự báo. Việc làm chủ và ứng dụng hiệu quả các công nghệ này sẽ quyết định năng lực quản trị và cạnh tranh trong công tác thông tin đối ngoại.

Thứ tư, nhu cầu thông tin của đối tượng quốc tế ngày càng cao và phân hóa. Các nhà đầu tư, tổ chức quốc tế yêu cầu thông tin phải minh bạch, cập nhật, chuyên sâu và có khả năng so sánh. Điều này đòi hỏi nội dung truyền thông phải chuyên nghiệp, đa ngôn ngữ và được thiết kế phù hợp với từng nhóm đối tượng.

Thứ năm, vai trò của các chủ thể phi nhà nước ngày càng gia tăng. Doanh nghiệp, tổ chức xã hội, người có ảnh hưởng và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài ngày càng đóng vai trò quan trọng trong lan tỏa thông tin. Xu hướng truyền thông phi tập trung đòi hỏi cơ quan quản lý phải có cơ chế phối hợp, định hướng và khai thác hiệu quả các lực lượng này.

Thứ sáu, yêu cầu gắn kết chặt chẽ với phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế. Thông tin, truyền thông đối ngoại cần được triển khai gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch đô thị, thu hút đầu tư và mở rộng hợp tác quốc tế; không chỉ quảng bá mà còn trực tiếp góp phần tạo dựng môi trường đầu tư thuận lợi và hỗ trợ quyết định của đối tác.

Thứ bảy, yêu cầu bảo đảm an ninh thông tin trên không gian mạng. Các thông tin sai lệch, xuyên tạc và cạnh tranh hình ảnh ngày càng phức tạp, đặt ra yêu cầu phải nâng cao năng lực giám sát, phát hiện và xử lý kịp thời; đồng thời chủ động xây dựng “sức đề kháng thông tin”, bảo vệ uy tín và hình ảnh của thành phố.

2. Những vấn đề đặt ra cho công tác thông tin, truyền thông đối ngoại thành phố

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, chuyển đổi số mạnh mẽ và cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các địa phương trong nước và các trung tâm kinh tế trong khu vực, công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng đang đứng trước những yêu cầu mới, mang tính cấp thiết và chiến lược.

Trước hết, vấn đề đặt ra là phải chuyển đổi căn bản tư duy tiếp cận. Công tác thông tin đối ngoại không thể tiếp tục dừng ở việc “cung cấp thông tin” hay “tuyên

truyền một chiều”, mà cần được xác định là công cụ chiến lược nhằm định vị hình ảnh, nâng cao năng lực cạnh tranh và chủ động hội nhập quốc tế của thành phố.

Thứ hai, yêu cầu cấp thiết là phải xác lập rõ ràng vị thế và hình ảnh của Hải Phòng trên bản đồ quốc tế. Trong khi các địa phương như: Đà Nẵng, Quảng Ninh đã từng bước xây dựng được dấu ấn truyền thông riêng, Hải Phòng vẫn chưa hình thành được một định vị thương hiệu rõ nét, có sức nhận diện cao đối với cộng đồng quốc tế. Điều này đặt ra yêu cầu phải xây dựng hình ảnh Hải Phòng như một trung tâm kinh tế biển, logistics và công nghiệp hiện đại mang tầm khu vực, cửa ngõ quốc tế năng động của Việt Nam.

Thứ ba, công tác thông tin đối ngoại cần trực tiếp phục vụ các mục tiêu phát triển kinh tế – xã hội, đặc biệt là: Thu hút dòng vốn đầu tư nước ngoài (FDI) chất lượng cao; Phát triển du lịch quốc tế; Mở rộng hợp tác kinh tế, thương mại và đối ngoại nhân dân. Điều này đòi hỏi hoạt động truyền thông phải có trọng tâm, hướng đúng đối tượng và phù hợp với từng thị trường quốc tế.

Thứ tư, đặt ra yêu cầu phải nâng cao năng lực cạnh tranh trong không gian truyền thông quốc tế. Hải Phòng không chỉ cạnh tranh với các địa phương trong nước mà còn với các thành phố cảng, trung tâm công nghiệp trong khu vực châu Á. Do đó, cần chuyển mạnh sang mô hình truyền thông hiện đại, đa nền tảng, đa ngôn ngữ, có khả năng lan tỏa và tương tác cao.

Thứ năm, yêu cầu cấp bách là phải xây dựng hệ thống tổ chức và cơ chế vận hành hiệu quả cho công tác thông tin đối ngoại, bao gồm: Cơ chế điều phối tập trung, thống nhất; Quy trình phản ứng nhanh trước các vấn đề truyền thông; Hệ thống theo dõi, phân tích và dự báo dư luận.

Đồng thời, công tác thông tin đối ngoại cần hướng tới mục tiêu nâng cao “sức mạnh mềm” của thành phố, tạo dựng hình ảnh Hải Phòng là một địa phương: Năng động, đổi mới; minh bạch, thân thiện với nhà đầu tư; có bản sắc văn hóa và môi trường sống hấp dẫn.

Những vấn đề đặt ra nêu trên đòi hỏi công tác thông tin đối ngoại của thành phố Hải Phòng phải được đổi mới toàn diện, chuyển từ cách làm truyền thống sang truyền thông chiến lược hiện đại, có khả năng cạnh tranh quốc tế và đóng góp trực tiếp vào phát triển kinh tế – xã hội của thành phố.

II. QUAN ĐIỂM CHỈ ĐẠO, MỤC TIÊU CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG ĐỐI NGOẠI ĐẾN NĂM 2030 VÀ CÁC NĂM TIẾP THEO

1. Quan điểm chỉ đạo

Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng trong giai đoạn mới được xác định trên cơ sở các quan điểm sau:

(1) Bảo đảm công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp, toàn diện của thành ủy, sự quản lý thống nhất của chính quyền; bám sát đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; giữ vững định hướng chính trị, kỷ luật, kỷ cương, đồng thời phát huy tính chủ động, linh hoạt, sáng tạo trong tổ chức thực hiện.

(2) Công tác thông tin, truyền thông đối ngoại là bộ phận quan trọng của công tác tư tưởng và đối ngoại của Đảng, có ý nghĩa chiến lược, lâu dài; vừa định hướng nhận thức, tạo đồng thuận xã hội, vừa là nguồn lực, sức mạnh mềm nâng cao vị thế, uy tín, năng lực cạnh tranh và thu hút nguồn lực cho phát triển.

(3) Chuyển mạnh từ cung cấp thông tin sang định vị hình ảnh và dẫn dắt nhận thức; lấy thông điệp chiến lược, hiệu quả lan tỏa làm trung tâm; đẩy mạnh truyền thông đa nền tảng, đa ngôn ngữ; ứng dụng công nghệ số, dữ liệu và phương thức hiện đại để nâng cao năng lực quản trị truyền thông.

(4) Triển khai đồng bộ với đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại nhân dân; gắn với xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và hội nhập quốc tế; kết hợp hài hòa giữa quảng bá hình ảnh với bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc và đấu tranh phản bác thông tin sai lệch.

(5) Phát huy vai trò của cả hệ thống chính trị, đề cao trách nhiệm người đứng đầu; tăng cường phối hợp liên ngành, huy động sự tham gia của doanh nghiệp, báo chí và nhân dân; đồng thời xây dựng, định vị và lan tỏa hình ảnh Hải Phòng với bản sắc riêng, tầm nhìn hội nhập quốc tế.

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Đổi mới toàn diện công tác thông tin, truyền thông đối ngoại của thành phố Hải Phòng theo hướng chủ động, chiến lược, chuyên nghiệp, hiện đại, đa nền tảng; bảo đảm sự lãnh đạo tập trung, thống nhất; xây dựng kiến trúc truyền thông tổng thể gắn với định vị thương hiệu ở tầm quốc tế.

Định vị rõ hình ảnh Hải Phòng là “Thành phố cảng công nghiệp hiện đại, văn minh, sinh thái và đáng sống tầm cỡ khu vực Đông Nam Á; tiên phong trong công nghiệp hóa, hiện đại hóa, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và đổi mới sáng tạo; là trung tâm kinh tế biển, du lịch chất lượng cao, dịch vụ - logistics và năng lượng sạch hàng đầu cả nước, trung tâm quốc tế về đào tạo, nghiên cứu, ứng dụng và phát triển khoa học - công nghệ biển”. Xây dựng thông điệp cốt lõi ngắn gọn, nhất quán, dễ nhận diện, có khả năng lan tỏa quốc tế, phản ánh rõ lợi thế cạnh tranh và tầm nhìn phát triển dài hạn.

Nâng cao hiệu quả quảng bá, vị thế và uy tín quốc tế; tăng cường thu hút nhà đầu tư chiến lược, đối tác và du khách; mở rộng, nâng cao chất lượng hợp tác quốc tế, phục vụ mục tiêu phát triển nhanh, bền vững.

2.2. Mục tiêu cụ thể

(1) Về tổ chức, cơ chế và năng lực điều phối

- 100% cơ quan, đơn vị liên quan xây dựng và triển khai kế hoạch thông tin, truyền thông đối ngoại hằng năm, gắn với nhiệm vụ chính trị và mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội.

- Hoàn thiện, ban hành và vận hành hiệu quả Quy chế phối hợp liên ngành, bảo đảm rõ đầu mối, rõ trách nhiệm, thống nhất điều phối.

- Đến năm 2027, ban hành bộ thông điệp truyền thông đối ngoại chiến lược; định kỳ cập nhật tối thiểu 02 năm/lần.

- 100% cán bộ làm công tác thông tin đối ngoại được đào tạo, bồi dưỡng ít nhất 01 lần/năm; trong đó tối thiểu 30% được đào tạo chuyên sâu về truyền thông số và quốc tế.

(2) Về nội dung và sản phẩm truyền thông (đầu ra)

- Xây dựng, duy trì tối thiểu 05 chuyên đề truyền thông chiến lược dài hạn gắn với các trụ cột phát triển.

- Hằng năm sản xuất, phát hành 40-60 sản phẩm truyền thông đối ngoại đa phương tiện, đa ngôn ngữ; trong đó tối thiểu 30% sản phẩm đạt mức lan tỏa cao trên nền tảng số.

- 100% tài liệu xúc tiến đầu tư được chuẩn hóa các ngôn ngữ trọng điểm (Tiếng Anh, Trung, Nhật, Hàn...).

(3) Về truyền thông số và nền tảng

- Đến năm 2026, hoàn thiện, nâng cấp hệ thống chuyên trang, chuyên mục đối ngoại trên các nền tảng chính thức.

- Xây dựng ít nhất 01-02 kênh truyền thông đối ngoại chủ lực (Youtube, Fanpage hoặc nền tảng số tương đương) có sức ảnh hưởng cao; phấn đấu đạt từ 500.000 - 1.000.000 lượt tiếp cận/tháng vào năm 2030.

- 100% sự kiện đối ngoại trọng điểm được truyền thông đa nền tảng, đồng bộ.

- Đến năm 2027, ứng dụng công cụ phân tích dữ liệu, hình thành hệ thống KPI truyền thông (đo lường mức độ tiếp cận, tương tác, chuyển đổi).

(4) Về chiến dịch truyền thông và mạng lưới lan tỏa (tác động)

- Tổ chức tối thiểu 01 chiến dịch truyền thông quốc tế/năm, gắn với các sự kiện lớn (diễn đàn, hội nghị, xúc tiến đầu tư...) nhằm tạo điểm nhấn hình ảnh.

- Hình thành và phát triển mạng lưới đối tác truyền thông, KOLs, chuyên gia, tổ chức quốc tế tham gia quảng bá; phấn đấu xây dựng tối thiểu 10-15 đối tác có ảnh hưởng.

- Tăng tỷ lệ thông tin tích cực về thành phố trên các kênh truyền thông quốc tế uy tín hàng năm.

(5) Về quản trị rủi ro và bảo vệ hình ảnh

- 100% thông tin nhạy cảm liên quan đến hình ảnh, uy tín thành phố được theo dõi, phân tích và xử lý kịp thời.

- Đến năm 2027, ban hành và vận hành quy trình chuẩn xử lý khủng hoảng truyền thông đối ngoại.

- Nâng cao năng lực dự báo, phát hiện sớm và xử lý rủi ro truyền thông.

(6) Về xây dựng, định vị và đo lường thương hiệu

- Từng bước định vị thương hiệu thành phố trên các bảng xếp hạng, diễn đàn và truyền thông quốc tế (về môi trường đầu tư, logistics, đô thị đáng sống...).

- Phấn đấu đến năm 2030, hình ảnh thành phố được nhận diện rõ nét trong các nhóm: trung tâm logistics, công nghiệp hiện đại, điểm đến đầu tư hấp dẫn trong khu vực.

- Từng bước xây dựng hệ thống chỉ số đo lường nhận diện thương hiệu (brand awareness), mức độ quan tâm của nhà đầu tư, đối tác quốc tế.

3. Lộ trình thực hiện

3.1. Giai đoạn 2026 -2027: Giai đoạn hoàn thiện nền tảng

Tập trung xây dựng nền tảng thể chế, tổ chức, nguồn lực và công cụ phục vụ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, trong đó:

- *Hoàn thiện thể chế, cơ chế lãnh đạo và điều phối thống nhất:* Hoàn thiện cơ chế lãnh đạo, chỉ đạo và điều phối; thành lập Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại Thành ủy. Ban hành đầy đủ các quy chế phối hợp liên ngành, quy định về cung cấp, phát ngôn và xử lý thông tin đối ngoại; thiết lập cơ chế điều phối thống nhất từ thành phố đến cơ sở, bảo đảm thông tin thông suốt, kịp thời và nhất quán.

- *Xây dựng nền tảng chiến lược nội dung và thương hiệu đối ngoại:* Nghiên cứu, xây dựng và ban hành bộ thông điệp truyền thông chiến lược của thành phố, trong đó xác định rõ định vị thương hiệu đối ngoại, thông điệp cốt lõi, các trụ cột nội dung và định hướng truyền thông theo từng nhóm đối tượng, thị trường. Đồng

thời, chuẩn hóa hệ thống tài liệu, dữ liệu, hình ảnh, video và các sản phẩm truyền thông dùng chung, bảo đảm tính thống nhất, chính xác và khả năng sử dụng linh hoạt trên các kênh đối ngoại.

- *Phát triển nguồn nhân lực và lực lượng nòng cốt*: Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng toàn diện đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại; chú trọng kỹ năng truyền thông số, ngoại ngữ, phân tích dữ liệu và xử lý tình huống truyền thông quốc tế. Hình thành lực lượng nòng cốt có năng lực tham mưu chiến lược và tổ chức triển khai hiệu quả, đáp ứng yêu cầu trong bối cảnh hội nhập và chuyển đổi số.

- *Xây dựng hạ tầng kỹ thuật và công cụ quản trị truyền thông số*: Từng bước đầu tư, nâng cấp hệ thống hạ tầng kỹ thuật phục vụ công tác thông tin đối ngoại, bao gồm: nền tảng quản lý và phân phối nội dung số, hệ thống theo dõi, thu thập và phân tích thông tin, dư luận trên môi trường truyền thông trong nước và quốc tế. Triển khai các công cụ quản trị truyền thông số, hỗ trợ điều hành, giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông một cách khoa học, kịp thời.

- *Hình thành nền tảng dữ liệu và hệ sinh thái truyền thông số bước đầu*: Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại dùng chung của thành phố theo hướng tập trung, chuẩn hóa, đa ngôn ngữ, phục vụ hiệu quả công tác cung cấp thông tin và quảng bá. Đồng thời, thiết lập và từng bước vận hành hệ thống các kênh truyền thông số chính thức của thành phố, tạo nền tảng cho việc mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng truyền thông trong giai đoạn tiếp theo.

*** Kết quả trọng tâm đến hết năm 2027:**

- Hoàn thiện cơ bản hệ thống thể chế, tổ chức và cơ chế phối hợp liên ngành; bảo đảm vận hành thống nhất, hiệu quả.

- Ban hành và triển khai thống nhất bộ thông điệp truyền thông chiến lược và định vị thương hiệu đối ngoại của thành phố.

- Hình thành bước đầu hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số, bao gồm nền tảng dữ liệu dùng chung, các kênh truyền thông chính thức và công cụ quản trị, phân tích thông tin.

- Xây dựng được đội ngũ cán bộ và lực lượng nòng cốt có năng lực đáp ứng yêu cầu triển khai công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trong giai đoạn mới.

3.2. Giai đoạn 2028 - 2030 và các năm tiếp theo: Giai đoạn bứt phá, định vị quốc tế

Trên cơ sở nền tảng đã được xây dựng, tập trung triển khai đồng bộ, nâng cao chất lượng và hiệu quả thực chất của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, trong đó:

- *Triển khai đồng bộ chiến lược thương hiệu đối ngoại*, bảo đảm thống nhất thông điệp, hình ảnh và nhận diện trên tất cả các kênh truyền thông; từng bước định vị Hải Phòng trên bản đồ truyền thông, đầu tư và hợp tác quốc tế.

- *Tổ chức các chiến dịch truyền thông quốc tế trọng điểm hằng năm*, gắn với các sự kiện lớn, diễn đàn, hoạt động đối ngoại cấp cao; tạo điểm nhấn truyền thông, gia tăng mức độ hiện diện và ảnh hưởng trên các kênh quốc tế uy tín.

- *Phát triển hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số hiện đại*; khai thác sâu dữ liệu, ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong phân tích, dự báo và tối ưu hóa nội dung truyền thông.

- *Xây dựng và nâng cao sức ảnh hưởng của các kênh truyền thông đối ngoại chủ lực*(YouTube, fanpage, nền tảng số), hình thành các kênh có khả năng dẫn dắt thông tin và lan tỏa quốc tế.

- *Mở rộng và làm sâu sắc mạng lưới hợp tác truyền thông quốc tế*, phát huy vai trò của cơ quan báo chí, đối tác truyền thông, doanh nghiệp FDI, chuyên gia, KOLs và cộng đồng kiều bào trong quảng bá hình ảnh thành phố.

- *Gắn chặt truyền thông đối ngoại với xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch*, tập trung vào các lĩnh vực mũi nhọn; nâng cao chất lượng thông tin phục vụ nhà đầu tư và đối tác quốc tế.

- *Tăng cường năng lực quản trị truyền thông và xử lý khủng hoảng*, bảo đảm chủ động, kịp thời, hiệu quả trong bảo vệ hình ảnh và uy tín của thành phố trên môi trường quốc tế.

*** Kết quả trọng tâm đến năm 2030:**

- Định vị rõ nét thương hiệu đối ngoại của Hải Phòng trên các kênh truyền thông và diễn đàn quốc tế.

- Hình thành hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số hiện đại, vận hành đồng bộ, hiệu quả.

- Có kênh truyền thông đối ngoại chủ lực đạt mức ảnh hưởng cao trong khu vực.

- Duy trì ít nhất 01 chiến dịch truyền thông quốc tế quy mô/năm tạo dấu ấn rõ rệt.

- Gia tăng đáng kể mức độ nhận diện, uy tín và sức hấp dẫn của thành phố đối với nhà đầu tư, đối tác và du khách quốc tế.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM

1. Nhóm giải pháp về tư duy nhận thức

1.1. Đổi mới và nâng cao tư duy, nhận thức về vị trí, vai trò của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất của cấp ủy, chính quyền

1.1.1. Nội dung, phương pháp

Khẳng định nhất quán công tác thông tin, truyền thông đối ngoại là bộ phận quan trọng của công tác tư tưởng và công tác đối ngoại của Đảng; đồng thời là công cụ chiến lược trong định hướng dư luận, xây dựng hình ảnh, nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh của thành phố trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng. Trên cơ sở đó, chuyển mạnh nhận thức trong toàn hệ thống chính trị từ việc coi đây là nhiệm vụ hỗ trợ sang xác định là nhiệm vụ trọng tâm, thường xuyên, gắn trực tiếp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế của thành phố; tạo chuyển biến căn bản trong tư duy theo phương châm “chủ động, kịp thời, đồng bộ, sáng tạo, hiệu quả” phù hợp với tình hình mới.

Tăng cường sự lãnh đạo trực tiếp, toàn diện của Thành ủy, Ban Thường vụ Thành ủy đối với công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; bảo đảm thống nhất về định hướng chính trị, tư duy chiến lược và tổ chức thực hiện trên toàn địa bàn. Xác định rõ trách nhiệm của từng chủ thể: cấp ủy giữ vai trò định hướng, ban hành chủ trương và lãnh đạo toàn diện; chính quyền các cấp tổ chức triển khai; các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng kế hoạch và thực hiện theo chức năng, nhiệm vụ được giao.

Đưa công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trở thành nội dung xuyên suốt trong chương trình công tác của cấp ủy, chính quyền các cấp; được cụ thể hóa trong nghị quyết, chương trình hành động và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội hằng năm, trung hạn. Bảo đảm mỗi chủ trương lớn, chương trình phát triển, dự án trọng điểm và hoạt động đối ngoại đều có kế hoạch truyền thông đồng bộ, đi trước một bước, đồng hành trong quá trình thực hiện, góp phần nâng cao hiệu quả thực thi chính sách.

Nâng cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu các cơ quan, đơn vị trong lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; coi đây là tiêu chí quan trọng trong đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ hằng năm. Đồng thời, tăng cường hướng dẫn, kiểm tra, đánh giá kết quả triển khai các hoạt động thông tin, truyền thông đối ngoại của các sở, ban, ngành, địa phương và các tổ chức, cá nhân liên quan nhằm nâng cao hiệu quả công tác thông tin đối ngoại.

Đổi mới phương thức quán triệt, tuyên truyền các quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng thiết thực, hiệu quả, phù hợp từng đối tượng. Kết hợp đa dạng các loại hình tuyên truyền truyền thống với các hình thức mới như: tổ chức cuộc thi tìm

hiểu, giải thưởng thông tin đối ngoại, tọa đàm, hội thảo khoa học, các khóa bồi dưỡng, cập nhật kiến thức về thông tin đối ngoại. Đẩy mạnh kết hợp giữa đào tạo trực tiếp với ứng dụng nền tảng số trong phổ biến tài liệu, chia sẻ thông tin và nâng cao năng lực thực thi. Qua đó, từng bước nâng cao nhận thức, bản lĩnh chính trị, tư duy chiến lược và kỹ năng thực hành cho đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức; đồng thời phát huy vai trò của doanh nghiệp, tổ chức và Nhân dân như những chủ thể tích cực tham gia hoạt động truyền thông đối ngoại, góp phần lan tỏa hình ảnh tích cực và bảo vệ uy tín của thành phố trên trường quốc tế.

Triển khai hiệu quả Chương trình hành động số 17-CTr/TU ngày 06/3/2026 của Ban Thường vụ Thành ủy về thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng và Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ thành phố lần thứ I, nhiệm kỳ 2025-2030, gắn với đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số và cải cách hành chính trong hệ thống cơ quan Đảng; nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ thông tin trong lãnh đạo, điều hành của cấp ủy và các cơ quan tham mưu, giúp việc.

1.1.2. Chủ thể tham mưu, thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy chủ trì, phối hợp với các cơ quan tham mưu, giúp việc của Thành ủy, Văn phòng Thành ủy và các cơ quan, đơn vị, địa phương có liên quan.

1.2. Kiện toàn tổ chức bộ máy, cơ chế phối hợp và thể chế về thông tin, truyền thông đối ngoại

1.2.1. Nội dung, phương pháp

Tiếp tục rà soát, sắp xếp, nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả, thống nhất trong chỉ đạo, điều hành; khắc phục tình trạng phân tán, chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ giữa các cơ quan, đơn vị. Việc tổ chức thực hiện phải gắn với phân định rõ các nhóm chức năng: tham mưu chiến lược, quản lý nhà nước và tổ chức triển khai thực hiện; bảo đảm vận hành thông suốt, đồng bộ, không trùng lặp, không bỏ sót nhiệm vụ.

Thành lập và đưa vào hoạt động hiệu quả Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại Thành ủy theo quy định của Trung ương; xác định đây là đầu mối điều phối chiến lược cấp thành phố, có vai trò tham mưu, chỉ đạo và điều phối thống nhất toàn bộ hoạt động thông tin, truyền thông đối ngoại. Quy định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, chế độ làm việc và trách nhiệm của từng thành viên; gắn trách nhiệm người đứng đầu với kết quả thực hiện nhiệm vụ, bảo đảm tính thực chất và hiệu lực trong điều hành.

Hoàn thiện cơ chế phối hợp liên ngành giữa các cơ quan Đảng, chính quyền, lực lượng vũ trang, cơ quan báo chí, cơ quan đối ngoại và các tổ chức chính trị - xã hội theo hướng chặt chẽ, linh hoạt, phản ứng nhanh và đồng bộ. Đặc biệt, xây dựng cơ chế phối hợp hiệu quả trong cung cấp thông tin, xử lý các vấn đề nhạy cảm và tình huống truyền thông có yếu tố nước ngoài. Đồng thời, thiết lập cơ chế chia sẻ dữ liệu và thông tin dùng chung, bảo đảm thống nhất nội dung, thông điệp và nâng cao hiệu quả truyền thông toàn hệ thống.

Rà soát, bổ sung và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm, quy chế, quy định về công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng đồng bộ, thống nhất, phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế và chuyển đổi số. Làm rõ chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền và trách nhiệm của từng cơ quan, đơn vị trong toàn bộ quy trình: từ xây dựng kế hoạch, sản xuất nội dung, cung cấp thông tin, phát ngôn đến xử lý khủng hoảng truyền thông và đánh giá hiệu quả.

Xây dựng và vận hành cơ chế cung cấp thông tin chính thống, thống nhất, kịp thời từ thành phố đến cơ sở, bảo đảm thông tin được cung cấp đầy đủ, chính xác, đúng thẩm quyền. Đồng thời nâng cao năng lực nắm bắt, phân tích và dự báo tình hình; chủ động định hướng thông tin, dư luận xã hội, không để bị động, bất ngờ trước các vấn đề đối ngoại trong môi trường truyền thông số.

Gắn việc kiện toàn tổ chức bộ máy và hoàn thiện thể chế với đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng trong công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; bảo đảm sự kết hợp hài hòa giữa lãnh đạo chính trị, quản lý nhà nước và cơ chế vận hành linh hoạt theo hướng số hóa, dữ liệu hóa. Qua đó hình thành mô hình điều phối thống nhất, vận hành chuyên nghiệp, hiện đại, phát huy vai trò của các cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức và cộng đồng trong triển khai công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới.

1.2.2. Chủ thể tham mưu, thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; UBND thành phố; Sở Ngoại vụ; các sở, ban, ngành, địa phương, cơ quan báo chí và đơn vị liên quan.

2. Nhóm giải pháp về nội dung

2.1. Đổi mới nội dung thông tin, truyền thông đối ngoại, tiếp tục đẩy mạnh thông tin tích cực nhằm quảng bá hình ảnh thành phố

2.1.1. Nội dung và phương pháp

Đổi mới toàn diện nội dung thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng chiến lược, có trọng tâm, trọng điểm; bảo đảm tính thống nhất, xuyên suốt trong định vị hình ảnh và phát triển thương hiệu quốc tế của thành phố.

Tập trung xây dựng, chuẩn hóa và triển khai thống nhất hệ thống thông điệp cốt lõi và định vị thương hiệu đối ngoại của Hải Phòng theo hướng rõ ràng, dễ nhận diện, có khả năng lan tỏa quốc tế cao. Trong đó, xác định định vị tổng thể là “Thành phố cảng công nghiệp hiện đại, văn minh, sinh thái và đáng sống tầm cỡ khu vực Đông Nam Á– trung tâm logistics, công nghiệp hiện đại và kinh tế biển bền vững của khu vực. Trên cơ sở đó, phát triển các trụ cột nội dung chiến lược gồm: (i) logistics và cảng biển quốc tế; (ii) công nghiệp hiện đại gắn với đổi mới sáng tạo; (iii) thành phố cảng xanh, thông minh; (iv) văn hóa, di sản và con người Hải Phòng. Đồng thời, xây dựng và sử dụng thống nhất hệ thống nhận diện và slogan quốc tế trong các hoạt động, sản phẩm truyền thông đối ngoại.

Hệ thống thông điệp được chuẩn hóa thành bộ tài liệu truyền thông đối ngoại đồng bộ, đa ngôn ngữ (tiếng Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và các ngôn ngữ cần thiết khác), phục vụ hiệu quả các nhóm đối tượng trọng tâm như nhà đầu tư quốc tế, đối tác ngoại giao, tổ chức quốc tế, cơ quan báo chí và truyền thông nước ngoài. Các sản phẩm truyền thông được thiết kế linh hoạt dưới cả hình thức truyền thống và nền tảng số, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại, phù hợp chuẩn mực quốc tế và khả năng tiếp cận rộng rãi.

Chuyển mạnh nội dung truyền thông từ “giới thiệu tiềm năng” sang “định vị hình ảnh và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế”; tập trung làm nổi bật các lợi thế so sánh của thành phố trong tương quan với các trung tâm kinh tế, cảng biển, logistics và kinh tế biển của ASEAN và châu Á. Nhấn mạnh vai trò của Hải Phòng trong chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu; đồng thời tăng cường xây dựng các câu chuyện truyền thông có chiều sâu, có sức lan tỏa về thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp, chuyển đổi số, kinh tế xanh và hội nhập quốc tế.

Xây dựng nội dung truyền thông theo hướng phân khúc rõ các nhóm đối tượng mục tiêu, gồm: nhà đầu tư quốc tế; khách du lịch quốc tế; cơ quan báo chí, truyền thông và học giả nước ngoài; cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Đối với từng nhóm đối tượng, xác định cụ thể nhu cầu thông tin, hành vi tiếp nhận, kênh truyền thông phù hợp và hệ thống thông điệp chuyên biệt, bảo đảm hiệu quả, tính thuyết phục và khả năng tiếp cận cao.

Gắn kết chặt chẽ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại với hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và đối ngoại của thành phố; phát huy vai trò của doanh nghiệp FDI, cộng đồng doanh nghiệp trong nước và quốc tế, đội ngũ chuyên gia, người có ảnh hưởng (KOLs), kiều bào và các tổ chức quốc tế như những chủ thể tích cực quảng bá hình ảnh Hải Phòng. Từng bước hình thành và phát triển mạng lưới đối tác truyền thông đối ngoại rộng khắp, đa dạng, có khả năng lan tỏa mạnh trong khu vực và quốc tế.

Triển khai các chiến dịch truyền thông quốc tế trọng điểm hằng năm gắn với các sự kiện, diễn đàn, hội nghị và hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch quy mô lớn; đồng thời tăng cường xây dựng và phát triển thương hiệu thành phố thông qua các sự kiện văn hóa - du lịch tiêu biểu. Trong đó, Festival Hoa Phượng Đỏ được xác định là sự kiện đặc trưng, mang tính biểu tượng của Hải Phòng, cần được tập trung đầu tư, nâng tầm trở thành sự kiện thường niên có quy mô khu vực và từng bước đạt tầm quốc tế.

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, truyền thông đa phương tiện và các nền tảng số trong sản xuất, phân phối và lan tỏa nội dung; từng bước ứng dụng các công nghệ mới, bao gồm trí tuệ nhân tạo, trong biên tập, dịch thuật, cá nhân hóa và tối ưu hóa nội dung truyền thông. Qua đó nâng cao chất lượng, tính sáng tạo và hiệu quả lan tỏa của sản phẩm truyền thông đối ngoại, phù hợp xu hướng truyền thông hiện đại và nhu cầu tiếp nhận thông tin của các đối tượng quốc tế.

2.1.2. Chủ thể tham mưu, thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; UBND thành phố; Sở Ngoại vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Văn phòng UBND thành phố; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị liên quan; các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, hiệp hội và cộng đồng doanh nghiệp tham gia hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và đối ngoại.

2.2. Nâng cao hiệu quả đấu tranh phản bác luận điệu sai trái, xuyên tạc của các thế lực thù địch, cơ hội chính trị

2.2.1. Nội dung, phương pháp

Tăng cường năng lực theo dõi, tổng hợp và phân tích thông tin liên quan đến thành phố trên các phương tiện truyền thông trong nước, quốc tế và trên không gian mạng, bảo đảm bao quát toàn diện, kịp thời và đa chiều các nguồn thông tin. Trên cơ sở đó, chủ động nắm bắt xu hướng dư luận xã hội, nhận diện sớm các luồng thông tin và diễn biến truyền thông có khả năng tác động đến hình ảnh, uy tín và môi trường phát triển của thành phố.

Từng bước xây dựng và hoàn thiện cơ chế thu thập, phân tích và dự báo thông tin đối ngoại theo hướng khoa học, hệ thống và kịp thời; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số và các công cụ phân tích dữ liệu truyền thông trong việc theo dõi, đánh giá xu hướng thông tin và dư luận trên các nền tảng truyền thông hiện đại. Qua đó, nâng cao năng lực tham mưu, giúp các cơ quan lãnh đạo, quản lý chủ động trong công tác định hướng thông tin, truyền thông và xử lý hiệu quả các vấn đề phát sinh.

Chủ động cung cấp thông tin chính thống, đầy đủ, kịp thời về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, các chủ trương, chính sách và hoạt động đối ngoại của thành

phố; đồng thời tăng cường cơ chế trao đổi, phối hợp cung cấp thông tin với các cơ quan báo chí và các kênh truyền thông trong nước, quốc tế nhằm định hướng dư luận, nâng cao tính minh bạch và hiệu quả của công tác thông tin đối ngoại.

Tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan tuyên giáo và dân vận, cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan báo chí và các đơn vị liên quan trong việc phát hiện, xử lý và phản hồi kịp thời các thông tin sai lệch, xuyên tạc hoặc tiêu cực liên quan đến thành phố; chủ động triển khai các giải pháp truyền thông phù hợp nhằm làm rõ bản chất thông tin, định hướng dư luận và bảo vệ hình ảnh, uy tín của địa phương.

Nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của Ban Chỉ đạo 35 và các lực lượng tham mưu, giúp việc; đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên các cấp, trong đó chú trọng tăng cường phối hợp giữa các lực lượng tuyên giáo và dân vận, công an, quân sự và sở Khoa học và công nghệ. Chủ động phát hiện, đấu tranh với các dấu hiệu vi phạm, gắn với thực hiện tốt công tác bảo vệ chính trị nội bộ; đồng thời xây dựng cơ chế thu hút, tập hợp và phát huy vai trò của đội ngũ chuyên gia, nhà nghiên cứu trong đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch.

Thông qua việc nâng cao năng lực theo dõi, dự báo và xử lý thông tin, từng bước hình thành cơ chế phản ứng truyền thông nhanh, chủ động và hiệu quả; qua đó nâng cao năng lực truyền thông đối ngoại, củng cố niềm tin của cộng đồng trong nước và quốc tế đối với môi trường phát triển, đầu tư và hợp tác của thành phố.

2.2.2. Chủ thể tham mưu, thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Công an thành phố; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Sở Ngoại vụ; Bộ Chỉ huy Quân sự thành phố; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

2.3. Chú trọng nâng cao hiệu quả tuyên truyền, thông tin đối ngoại bảo vệ chủ quyền biển, đảo

2.3.1. Nội dung, phương pháp

Đẩy mạnh tuyên truyền, thông tin đối ngoại về vị trí, vai trò chiến lược của biển, đảo Hải Phòng trong phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế; góp phần nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các cấp, các ngành, cộng đồng doanh nghiệp và Nhân dân, đặc biệt là thế hệ trẻ, về nhiệm vụ bảo vệ chủ quyền biển, đảo trong tình hình mới.

Tăng cường cung cấp thông tin chính thống, đầy đủ, kịp thời về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến biển, đảo; về tình hình phát triển kinh tế biển, công tác quản lý, bảo vệ chủ quyền, quyền chủ quyền và quyền tài phán quốc gia trên biển. Chủ động đấu tranh, phản bác các

thông tin sai trái, xuyên tạc liên quan đến vấn đề biển, đảo, góp phần giữ vững ổn định chính trị - xã hội và bảo vệ lợi ích quốc gia.

Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền theo hướng đa dạng, hiện đại, phù hợp với từng đối tượng và từng địa bàn; chú trọng ứng dụng công nghệ số, truyền thông đa phương tiện, mạng xã hội và các nền tảng số nhằm nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin đối ngoại về biển, đảo Hải Phòng đến cộng đồng trong nước và quốc tế.

Gắn công tác thông tin đối ngoại về biển, đảo với các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch biển; quảng bá tiềm năng, thế mạnh phát triển kinh tế biển gắn với bảo vệ chủ quyền; đồng thời giới thiệu hình ảnh Hải Phòng là thành phố cảng hiện đại, trung tâm kinh tế biển quan trọng của khu vực và cả nước.

Tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin với các cơ quan báo chí, truyền thông trong và ngoài nước; chủ động tham gia các diễn đàn, hội nghị, hoạt động đối ngoại đa phương nhằm cung cấp thông tin khách quan, chính xác về quan điểm, lập trường của Việt Nam trong vấn đề biển, đảo, qua đó tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của cộng đồng quốc tế.

Nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác thông tin đối ngoại, tuyên truyền về biển, đảo; tăng cường bồi dưỡng kiến thức chuyên sâu, kỹ năng truyền thông, khả năng xử lý thông tin nhạy cảm, phức tạp. Đồng thời, phát huy vai trò của đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học, lực lượng báo chí, truyền thông trong việc tham gia tuyên truyền, đấu tranh bảo vệ chủ quyền biển, đảo.

Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan tuyên giáo và dân vận, lực lượng vũ trang, cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan báo chí và các địa phương ven biển trong tổ chức triển khai công tác thông tin đối ngoại về biển, đảo; bảo đảm sự thống nhất, đồng bộ, kịp thời và hiệu quả.

Từng bước hoàn thiện cơ chế theo dõi, phân tích, dự báo thông tin liên quan đến biển, đảo trên các phương tiện truyền thông và không gian mạng; xây dựng cơ chế phản ứng truyền thông nhanh, chủ động và hiệu quả đối với các vấn đề phát sinh, góp phần bảo vệ vững chắc chủ quyền biển, đảo và hình ảnh của thành phố trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

2.3.1. Chủ thể tham mưu thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Bộ Chỉ huy Quân sự thành phố; Bộ Chỉ huy Bộ đội Biên phòng thành phố; Công an thành phố; Sở Ngoại vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương ven biển và đơn vị liên quan.

3. Nhóm giải pháp về phương thức

3.1.Đổi mới phương thức thông tin, truyền thông đối ngoại gắn kết đối ngoại Đảng, ngoại giao nhà nước và đối ngoại nhân dân

3.1.1. Nội dung, phương pháp

Triển khai công tác thông tin, truyền thông đối ngoại một cách toàn diện, đồng bộ và hiệu quả, bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng giữa các kênh đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại Nhân dân trên các lĩnh vực kinh tế, quốc phòng, an ninh, văn hóa, thể thao. Tăng cường tính chủ động, sáng tạo của các cấp, các ngành và địa phương trong việc cung cấp thông tin, quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh và môi trường đầu tư của thành phố Hải Phòng.

Phát huy vai trò của hệ thống các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, các tổ chức quốc tế, các hội đoàn, cá nhân có uy tín, cũng như cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong việc lan tỏa thông tin tích cực về Hải Phòng đến bạn bè quốc tế. Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan trong nước với các cơ quan đại diện ở nước ngoài nhằm theo dõi, nắm bắt dư luận quốc tế, kịp thời cung cấp thông tin chính xác, đồng thời chủ động đấu tranh, làm rõ và phản bác các thông tin sai lệch liên quan đến thành phố.

Đổi mới nội dung và nâng cao chất lượng tổ chức các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Hải Phòng; chú trọng lồng ghép nội dung giới thiệu về Chủ tịch Hồ Chí Minh, các danh nhân văn hóa, lịch sử của Việt Nam và thành phố trong các hoạt động đối ngoại, sự kiện văn hóa, nghệ thuật trong và ngoài nước, qua đó góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh của thành phố trên trường quốc tế.

Tăng cường gắn kết công tác thông tin đối ngoại với các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và giao lưu văn hóa quốc tế; khai thác hiệu quả các sự kiện đối ngoại, hội nghị, hội thảo, diễn đàn quốc tế để quảng bá hình ảnh Hải Phòng là thành phố cảng năng động, hiện đại, hội nhập sâu rộng.

Tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, các nền tảng truyền thông mới và truyền thông đa phương tiện trong tổ chức triển khai công tác thông tin đối ngoại; nâng cao khả năng kết nối, chia sẻ thông tin giữa các kênh đối ngoại, góp phần tăng hiệu quả lan tỏa và tiếp cận các nhóm đối tượng mục tiêu trong và ngoài nước.

3.1.2. Chủ thể tham mưu thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Văn phòng Thành ủy; UBND thành phố; Sở Ngoại vụ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố và các tổ chức chính trị - xã hội; Các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

3.2. Đa dạng hóa phương thức truyền thông, đẩy mạnh sử dụng các phương tiện truyền thông hiện đại

3.2.1. Nội dung, phương pháp

Tạo bước đột phá trong đổi mới phương thức thông tin, truyền thông đối ngoại trên cơ sở đẩy mạnh chuyển đổi số và phát triển hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số đồng bộ, hiện đại.

Tập trung xây dựng 01 kênh truyền thông đối ngoại chủ lực trên Fanpage, có nội dung chuyên nghiệp, định hướng rõ ràng, khả năng lan tỏa cao và từng bước tạo ảnh hưởng trên không gian truyền thông quốc tế.

Phát triển hệ thống phân phối nội dung đa nền tảng, kết hợp hiệu quả giữa các kênh truyền thông chính thống, mạng xã hội và các nền tảng số quốc tế; tăng cường sản xuất các sản phẩm truyền thông số chất lượng cao, đa dạng về hình thức (video, infographic, podcast, nội dung tương tác...), phù hợp với từng nhóm đối tượng và thị trường mục tiêu.

Đẩy mạnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và các công cụ phân tích truyền thông trong theo dõi, đánh giá, dự báo xu hướng dư luận; tối ưu hóa nội dung và phương thức truyền thông; nâng cao năng lực phản ứng nhanh, chủ động định hướng thông tin trong môi trường truyền thông số toàn cầu.

Nâng cấp, chuẩn hóa, cập nhật và đa ngôn ngữ hóa cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại của thành phố (tiếng Việt, Anh, Trung, Nhật, Hàn...); bảo đảm cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, kịp thời trên Cổng thông tin điện tử và các nền tảng số chính thức.

3.2.2. Chủ thể thực hiện: UBND thành phố; Sở Khoa học và Công nghệ; Sở Ngoại vụ; Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Văn phòng UBND thành phố; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

3.3. Nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế về thông tin, truyền thông đối ngoại thành phố

3.3.1. Nội dung, phương pháp

Mở rộng và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế trong lĩnh vực thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng chủ động, thực chất, có trọng tâm, trọng điểm; tăng cường thiết lập và phát triển quan hệ với các cơ quan báo chí, truyền thông quốc tế uy tín, các tổ chức quốc tế, viện nghiên cứu, chuyên gia, học giả và người có ảnh hưởng.

Xây dựng và từng bước phát triển mạng lưới đối tác truyền thông quốc tế của thành phố; chủ động phối hợp sản xuất nội dung, đặt bài, truyền thông chuyên

đề trên các kênh quốc tế; qua đó nâng cao mức độ hiện diện và uy tín của Hải Phòng trên không gian truyền thông toàn cầu.

Chủ động tham gia các diễn đàn, hội nghị, hội thảo quốc tế; lồng ghép nội dung quảng bá hình ảnh, tiềm năng, lợi thế và định hướng phát triển của thành phố; từng bước đưa Hải Phòng xuất hiện trên các bảng xếp hạng, báo cáo và kênh truyền thông quốc tế uy tín.

3.3.2. Chủ thể thực hiện: Sở Ngoại vụ; Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; UBND thành phố; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Văn phòng UBND thành phố; các cơ quan báo chí thành phố; Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

4. Nhóm giải pháp về nguồn lực

4.1. Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng đội ngũ những người làm công tác thông tin, truyền thông đối ngoại

4.1.1. Nội dung, phương pháp

Xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng bài bản, chuyên sâu, đáp ứng yêu cầu trong bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số. Nội dung đào tạo tập trung vào nâng cao nhận thức chính trị, trang bị kiến thức về đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về công tác đối ngoại và thông tin đối ngoại; đồng thời cập nhật tình hình quốc tế, xu hướng truyền thông hiện đại và các vấn đề toàn cầu có liên quan.

Chú trọng bồi dưỡng kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ, bao gồm: kỹ năng xây dựng và triển khai chiến lược truyền thông đối ngoại; kỹ năng sản xuất nội dung đa phương tiện; kỹ năng phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí; kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông; kỹ năng theo dõi, phân tích và dự báo dư luận xã hội trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế.

Đổi mới phương thức đào tạo theo hướng linh hoạt, hiện đại, kết hợp giữa đào tạo tập trung và trực tuyến; tăng cường ứng dụng công nghệ số, các nền tảng học tập trực tuyến và mô hình đào tạo tương tác, gắn lý thuyết với thực hành. Đồng thời, tổ chức các hội thảo, tọa đàm chuyên đề, diễn tập xử lý tình huống truyền thông nhằm nâng cao năng lực thực tiễn và khả năng ứng phó của đội ngũ cán bộ trong môi trường truyền thông đa chiều.

Đẩy mạnh hợp tác, trao đổi kinh nghiệm với các cơ quan Trung ương, các tổ chức chuyên môn, cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu trong và ngoài nước nhằm nâng cao trình độ chuyên môn và cập nhật các xu hướng, phương thức truyền thông tiên tiến. Khuyến khích mở rộng hợp tác với các tổ chức truyền thông quốc tế, chuyên

gia trong lĩnh vực truyền thông và các đơn vị nghiên cứu nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả sản phẩm thông tin đối ngoại của thành phố.

Khuyến khích tự đào tạo, bồi dưỡng thường xuyên; xây dựng đội ngũ cán bộ có tư duy đổi mới, năng lực thích ứng nhanh với môi trường truyền thông số, có trình độ ngoại ngữ, am hiểu văn hóa quốc tế và bản lĩnh chính trị vững vàng, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới.

4.1.2. Chủ thể thực hiện: Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Sở Nội vụ; Sở Ngoại vụ; Sở Khoa học và Công nghệ; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Trường Chính trị Tô Hiệu; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

4.2. Đầu tư, nâng cấp, đổi mới cơ sở vật chất kỹ thuật

4.2.1. Nội dung, phương pháp

Tăng cường đầu tư, nâng cấp và hiện đại hóa cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng đồng bộ, hiện đại, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Ưu tiên đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin, hệ thống thiết bị sản xuất nội dung truyền thông đa phương tiện, các nền tảng quản lý và phân phối thông tin hiện đại nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động truyền thông đối ngoại của thành phố.

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống hạ tầng số phục vụ công tác thông tin đối ngoại, bao gồm: hệ thống lưu trữ và quản lý dữ liệu tập trung, nền tảng tích hợp và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan, đơn vị; bảo đảm khả năng kết nối, liên thông, khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn dữ liệu phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành và triển khai nhiệm vụ.

Đầu tư phát triển các nền tảng truyền thông số của thành phố theo hướng hiện đại, thân thiện với người dùng, đa ngôn ngữ và có khả năng tích hợp cao; nâng cấp hệ thống Cổng thông tin đối ngoại chuẩn quốc tế; thiết lập và vận hành chuyên nghiệp các kênh mạng xã hội quốc tế (X/Twitter, YouTube, LinkedIn, Facebook quốc tế) với nội dung được biên tập theo chuẩn báo chí nước ngoài. Việc ứng dụng AI trong sản xuất nội dung đa ngôn ngữ (dịch thuật, tóm tắt, video ngắn), bảo đảm cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác, kịp thời và đáp ứng nhu cầu tiếp cận thông tin của các đối tượng trong nước và quốc tế.

Trang bị các công cụ, phần mềm chuyên dụng phục vụ theo dõi, phân tích, đánh giá thông tin và dư luận xã hội trên các phương tiện truyền thông và không gian mạng; từng bước ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) trong giám sát, dự báo xu hướng truyền thông, nâng cao năng lực phản ứng nhanh và hiệu quả trong xử lý thông tin đối ngoại.

Tăng cường đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật cho các cơ quan báo chí, hệ thống thông tin cơ sở và các đơn vị làm công tác thông tin đối ngoại; bảo đảm điều kiện tác nghiệp hiện đại, đồng bộ, đáp ứng yêu cầu sản xuất các sản phẩm truyền thông chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh và lan tỏa trên các nền tảng truyền thông quốc tế.

Đồng thời, chú trọng bảo đảm an toàn, an ninh thông tin, an ninh mạng đối với hệ thống hạ tầng kỹ thuật; xây dựng các phương án dự phòng, bảo mật dữ liệu và duy trì hoạt động ổn định, liên tục của các hệ thống thông tin, phục vụ hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trong mọi tình huống.

4.2.2. Chủ thể thực hiện: UBND thành phố; Sở Khoa học và Công nghệ; Sở Tài chính; Sở Ngoại vụ; Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Văn phòng UBND thành phố; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan

4.3. Phát huy vai trò thông tin, tuyên truyền của lực lượng kiều bào Hải Phòng và người nước ngoài

4.3.1. Nội dung, phương pháp

Phát huy vai trò của cộng đồng người Hải Phòng ở nước ngoài và người nước ngoài đang sinh sống, làm việc tại thành phố như những “cầu nối” quan trọng trong công tác thông tin, truyền thông đối ngoại. Tăng cường gắn kết, xây dựng mạng lưới kiều bào, chuyên gia, trí thức, doanh nhân có uy tín nhằm lan tỏa thông tin tích cực, quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh và môi trường đầu tư của thành phố đến bạn bè quốc tế.

Chủ động cung cấp thông tin chính thống, đầy đủ, kịp thời về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, chủ trương, chính sách và định hướng phát triển của thành phố cho cộng đồng kiều bào và người nước ngoài; tạo điều kiện để các đối tượng này tiếp cận thông tin chính xác, từ đó tham gia truyền tải, giới thiệu về Hải Phòng một cách khách quan, hiệu quả.

Xây dựng và duy trì các kênh thông tin, diễn đàn kết nối giữa chính quyền thành phố với cộng đồng kiều bào và người nước ngoài; khuyến khích sự tham gia, đóng góp ý kiến, chia sẻ thông tin và kinh nghiệm trong hoạt động quảng bá hình ảnh thành phố, thúc đẩy hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực.

Tăng cường tổ chức các hoạt động giao lưu, gặp gỡ, hội nghị, hội thảo, sự kiện văn hóa, xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch có sự tham gia của kiều bào và người nước ngoài; qua đó tạo cơ hội để quảng bá hình ảnh thành phố, đồng thời phát huy vai trò lan tỏa thông tin trong cộng đồng quốc tế.

Khuyến khích, hỗ trợ cộng đồng kiều bào và người nước ngoài tham gia sản xuất, chia sẻ các sản phẩm truyền thông về Hải Phòng trên các nền tảng số và mạng xã hội quốc tế; phát huy lợi thế về ngôn ngữ, văn hóa và mạng lưới quan hệ để nâng cao hiệu quả truyền thông đối ngoại.

Đồng thời, tăng cường công tác vận động, tranh thủ sự ủng hộ của cộng đồng kiều bào và người nước ngoài trong việc cung cấp thông tin khách quan, phản hồi và góp phần đấu tranh với các thông tin sai lệch, xuyên tạc về thành phố trên môi trường truyền thông quốc tế.

4.3.2. Chủ thể thực hiện: Sở Ngoại vụ; Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố; Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các cơ quan báo chí thành phố; các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan.

5. Các giải pháp đột phá

Để tạo chuyển biến căn bản về chất lượng, hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đến năm 2030, thành phố tập trung vào các đột phá chiến lược sau:

Thứ nhất, từng bước hình thành hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số hiện đại, đồng bộ. Đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện; hình thành hệ thống dữ liệu tập trung, công cụ phân tích, đo lường hiệu quả theo KPI; nâng cao năng lực giám sát, dự báo và phản ứng nhanh trong môi trường truyền thông số.

Thứ hai, xây dựng và triển khai chiến lược thương hiệu quốc tế thống nhất cho thành phố. Chuẩn hóa hệ thống thông điệp, slogan và bộ nhận diện thương hiệu đối ngoại; bảo đảm thống nhất trên các kênh truyền thông; từng bước định vị hình ảnh Hải Phòng trên bản đồ truyền thông và các bảng xếp hạng quốc tế, nâng cao khả năng nhận diện và năng lực cạnh tranh toàn cầu.

Thứ ba, triển khai các chiến dịch truyền thông quốc tế trọng điểm và phát triển mạng lưới lan tỏa. Tổ chức ít nhất 01 chiến dịch truyền thông quốc tế quy mô hàng năm; đồng thời xây dựng, phát triển mạng lưới đối tác truyền thông, KOLs, chuyên gia, doanh nghiệp FDI, kiều bào và cộng đồng quốc tế nhằm tạo hiệu ứng lan tỏa rộng khắp, đa chiều.

Phần thứ ba

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các cấp ủy, cơ quan, đơn vị

Lãnh đạo, chỉ đạo triển khai toàn diện công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo định hướng, chủ trương của Trung ương và Thành ủy; bảo đảm sự thống nhất về nhận thức, tư duy và hành động trong toàn hệ thống chính trị.

Xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện Đề án phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của cơ quan, địa phương, đơn vị; tổ chức quán triệt, phổ biến nội dung Đề án đến cán bộ, đảng viên.

- Thời gian thực hiện: hoàn thành trong Quý III năm 2026.

Đưa nội dung thông tin, truyền thông đối ngoại vào chương trình công tác toàn khóa và chương trình công tác hằng năm của cấp ủy.

- Thời gian thực hiện: hoàn thành trong Quý III năm 2026.

Tổ chức triển khai các nhiệm vụ, giải pháp của Đề án gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng, Nghị quyết Đại hội I Đảng bộ thành phố và nghị quyết đại hội đảng bộ các cấp.

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

2. Đảng ủy Hội đồng nhân dân thành phố

Lãnh đạo thể chế hóa các quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp của Đề án thông qua các nghị quyết, chương trình giám sát và các quyết sách thuộc thẩm quyền của Hội đồng nhân dân thành phố.

- Thời gian thực hiện: từ Quý III năm 2026 và trong suốt quá trình triển khai Đề án.

Chỉ đạo xây dựng, đưa nội dung giám sát việc triển khai thực hiện Đề án vào chương trình giám sát hằng năm của Hội đồng nhân dân thành phố.

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

Chỉ đạo Hội đồng nhân dân thành phố giám sát việc thực hiện Đề án; kịp thời kiến nghị sửa đổi, bổ sung các cơ chế, chính sách chưa phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Lãnh đạo Hội đồng nhân dân thành phố xem xét, quyết định các cơ chế, chính sách và nguồn lực thuộc thẩm quyền; giám sát việc quản lý, sử dụng nguồn lực bảo đảm đúng mục đích, tiết kiệm, hiệu quả.

- Thời gian thực hiện: theo chương trình công tác và các kỳ họp hằng năm.

3. Đảng ủy Ủy ban nhân dân thành phố

Chỉ đạo xây dựng, ban hành Chương trình, Kế hoạch hành động triển khai thực hiện Đề án; cụ thể hóa các mục tiêu, chỉ tiêu, nhiệm vụ, giải pháp theo từng giai đoạn.

- Thời gian thực hiện: hoàn thành trong Quý III năm 2026.

Chỉ đạo các sở, ban, ngành, địa phương xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp của Đề án; đề xuất cơ chế, chính sách, bố trí nguồn lực và kinh phí thực hiện theo quy định.

- Thời gian thực hiện: hoàn thành trong Quý IV năm 2026 và thực hiện hằng năm.

Chỉ đạo xây dựng, từng bước đầu tư, nâng cấp hệ thống hạ tầng kỹ thuật phục vụ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; xây dựng nền tảng quản lý, phân phối nội dung số, hệ thống theo dõi, thu thập và phân tích thông tin, dư luận trên môi trường truyền thông trong nước và quốc tế; triển khai các công cụ quản trị truyền thông số.

- Thời gian thực hiện: Giai đoạn 2026 - 2027.

Chỉ đạo xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại dùng chung của thành phố theo hướng tập trung, chuẩn hóa, đa ngôn ngữ; thiết lập và từng bước vận hành hệ thống các kênh truyền thông số chính thức của thành phố.

- Thời gian thực hiện: Giai đoạn 2026 - 2027.

Chỉ đạo phát triển hệ sinh thái truyền thông đối ngoại số hiện đại; khai thác dữ liệu, ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong phân tích, dự báo và tối ưu hóa nội dung truyền thông; tăng cường năng lực quản trị truyền thông và xử lý khủng hoảng truyền thông.

- Thời gian thực hiện: Giai đoạn 2028 - 2030 và các năm tiếp theo.

Chỉ đạo UBND thành phố quyết định các nội dung thuộc thẩm quyền quản lý nhà nước; trình Hội đồng nhân dân thành phố các cơ chế, chính sách vượt thẩm quyền phục vụ triển khai Đề án.

- Thời gian thực hiện: Theo chương trình xây dựng nghị quyết hằng năm.

Tổ chức kiểm tra, đôn đốc, đánh giá tình hình thực hiện Đề án; kịp thời giải quyết các khó khăn, vướng mắc phát sinh.

- Thời gian thực hiện: Thường xuyên.

4. Đảng ủy các cơ quan Đảng thành phố

Lãnh đạo, chỉ đạo các tổ chức đảng trực thuộc quán triệt, triển khai thực hiện hiệu quả các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp của Đề án gắn với chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, đơn vị.

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026 và thực hiện thường xuyên.

Chỉ đạo lồng ghép nội dung thông tin, truyền thông đối ngoại vào công tác xây dựng Đảng, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, công tác tuyên truyền, dân vận, kiểm tra, giám sát và các nhiệm vụ chính trị của các cơ quan Đảng thành phố.

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo các cơ quan tham mưu, giúp việc Thành ủy chủ động phối hợp cung cấp thông tin, tư liệu, kết quả thực hiện các chủ trương, nghị quyết, chương trình phát triển của thành phố phục vụ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; góp phần quảng bá hình ảnh, vị thế và thành tựu phát triển của thành phố.

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo tăng cường công tác tuyên truyền, định hướng tư tưởng, dư luận xã hội; chủ động đấu tranh phản bác các thông tin sai trái, xuyên tạc, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, bảo vệ hình ảnh, uy tín của thành phố trên môi trường truyền thông và không gian mạng.

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

5. Đảng ủy Công an thành phố

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao xây dựng Kế hoạch (chương trình) triển khai thực hiện Đề án.

Lãnh đạo, chỉ đạo triển khai các nhiệm vụ bảo đảm an ninh thông tin, an ninh mạng và an ninh tư tưởng trong quá trình thực hiện Đề án; chủ động phòng ngừa, phát hiện, đấu tranh với các hoạt động lợi dụng không gian mạng và hoạt động đối ngoại để chống phá Đảng, Nhà nước và thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo theo dõi, nắm tình hình thông tin, dư luận liên quan đến thành phố trên môi trường mạng và các nền tảng truyền thông quốc tế; kịp thời tham mưu xử lý các vấn đề phức tạp, nhạy cảm ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín của thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Phối hợp với Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy, các cơ quan chức năng trong công tác định hướng thông tin, xử lý khủng hoảng truyền thông, đấu tranh phản bác thông tin sai sự thật, xuyên tạc liên quan đến thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo đẩy mạnh tuyên truyền đối ngoại về công tác bảo đảm an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, môi trường đầu tư an toàn, ổn định của thành phố; góp phần xây dựng hình ảnh Hải Phòng là địa phương an toàn, thân thiện và hấp dẫn đối với nhà đầu tư, đối tác quốc tế

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

6. Đảng ủy Quân sự thành phố

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao xây dựng Kế hoạch (chương trình) triển khai thực hiện Đề án.

Lãnh đạo, chỉ đạo triển khai các nhiệm vụ thông tin, truyền thông đối ngoại gắn với công tác quốc phòng địa phương, đối ngoại quốc phòng và bảo vệ chủ quyền, lợi ích quốc gia trên địa bàn thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo tăng cường tuyên truyền đối ngoại về truyền thống cách mạng, lịch sử, văn hóa quân sự, tiềm lực quốc phòng của thành phố; góp phần quảng bá hình ảnh Hải Phòng hòa bình, ổn định, phát triển và hội nhập

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Phối hợp với các cơ quan chức năng trong công tác cung cấp thông tin, định hướng dư luận, đấu tranh phản bác các thông tin sai trái, xuyên tạc liên quan đến quốc phòng, an ninh và các vấn đề nhạy cảm có yếu tố nước ngoài

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Chỉ đạo thực hiện hiệu quả công tác đối ngoại quốc phòng theo thẩm quyền; tăng cường giao lưu, hợp tác với các lực lượng, tổ chức quốc tế theo quy định, góp phần nâng cao vị thế và uy tín của thành phố

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

7. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội

Xây dựng kế hoạch tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân tham gia thực hiện Đề án; lồng ghép nội dung thông tin, truyền thông đối ngoại vào các chương trình, phong trào, cuộc vận động của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026.

Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho đoàn viên, hội viên và Nhân dân về vai trò, ý nghĩa của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; phát huy vai trò của Nhân dân trong quảng bá hình ảnh, văn hóa, con người và tiềm năng phát triển của thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên hằng năm.

Đẩy mạnh các hoạt động đối ngoại nhân dân, giao lưu hữu nghị, hợp tác quốc tế; tăng cường kết nối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, các tổ chức, cá nhân quốc tế có quan hệ với thành phố

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

Thực hiện giám sát và phản biện xã hội đối với việc triển khai Đề án, việc thực hiện các cơ chế, chính sách liên quan đến công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo quy định của Đảng và pháp luật của Nhà nước

- Thời gian thực hiện: theo chương trình giám sát hằng năm.

Tổng hợp, phản ánh ý kiến của đoàn viên, hội viên và Nhân dân; đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trên địa bàn thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

8. Các ban, sở, ngành thành phố

Các ban, sở, ngành ban hành kế hoạch triển khai Đề án theo chức năng, nhiệm vụ được giao; lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án vào chương trình, kế hoạch công tác của cơ quan, đơn vị

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026 và hằng năm.

Tổ chức triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp của Đề án gắn với nhiệm vụ chính trị, phát triển ngành, lĩnh vực; bảo đảm chất lượng, tiến độ và hiệu quả thực hiện

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Tăng cường phối hợp liên ngành; chủ động cung cấp thông tin, dữ liệu, tư liệu; tham gia xây dựng các sản phẩm, nội dung truyền thông đối ngoại bảo đảm thống nhất, chính xác, kịp thời

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Tổ chức tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức cho cán bộ, công chức, viên chức về vị trí, vai trò của công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; cử cán bộ tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ theo kế hoạch của thành phố

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

Chủ động rà soát, tham mưu, đề xuất các cơ chế, chính sách, giải pháp thuộc lĩnh vực quản lý nhằm nâng cao hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; kịp thời báo cáo, đề xuất xử lý các khó khăn, vướng mắc phát sinh

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

9. Các cơ quan báo chí, truyền thông trên địa bàn thành phố

Xây dựng kế hoạch tuyên truyền và triển khai các chuyên trang, chuyên mục, chuyên đề về công tác thông tin, truyền thông đối ngoại; bám sát định hướng của Thành ủy và nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của thành phố

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026 và hằng năm.

Tăng cường thời lượng, nâng cao chất lượng các tin, bài, phóng sự, chương trình truyền thông đối ngoại; đẩy mạnh tuyên truyền về tiềm năng, lợi thế, môi trường đầu tư, văn hóa, con người và các thành tựu phát triển của thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên hằng năm.

Đổi mới nội dung, hình thức truyền thông; phát triển các sản phẩm báo chí đa phương tiện, đa nền tảng, đa ngôn ngữ; tăng cường ứng dụng công nghệ số nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông đối ngoại

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Phối hợp với Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy, các cơ quan chức năng và địa phương trong việc cung cấp, kiểm chứng, định hướng và xử lý thông tin; kịp thời đấu tranh phản bác các thông tin sai sự thật, xuyên tạc ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín của thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Tổ chức tuyên truyền, phổ biến các nội dung của Đề án gắn với tuyên truyền các nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước và các nhiệm vụ chính trị trọng tâm của thành phố

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

10. Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy

Là cơ quan thường trực Đề án, chịu trách nhiệm tham mưu, điều phối, đôn đốc, kiểm tra và tổng hợp kết quả thực hiện trên phạm vi toàn thành phố.

Tham mưu Ban Thường vụ Thành ủy ban hành kế hoạch tổng thể triển khai Đề án; hướng dẫn các cấp ủy, cơ quan, đơn vị, địa phương xây dựng kế hoạch thực hiện; định hướng công tác thông tin, truyền thông đối ngoại trên địa bàn thành phố

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026.

Chủ trì tham mưu thành lập và nâng cao hiệu quả hoạt động của Ban Chỉ đạo công tác thông tin đối ngoại Thành ủy

- Thời gian thực hiện: Hoàn thành trong Quý III/2026.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan xây dựng và triển khai các chương trình, kế hoạch truyền thông đối ngoại; đẩy mạnh quảng bá hình ảnh, tiềm năng, lợi thế, môi trường đầu tư, du lịch, văn hóa và con người thành phố; cung cấp thông tin chính thống về các sự kiện chính trị, đối ngoại lớn của thành phố

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

Chủ trì theo dõi, tổng hợp, phân tích tình hình tư tưởng, dư luận xã hội, thông tin trên báo chí, môi trường mạng và các nền tảng số; kịp thời tham mưu định hướng thông tin, xử lý các vấn đề phức tạp, nhạy cảm; phối hợp đấu tranh phản bác các thông tin sai trái, xuyên tạc liên quan đến thành phố

- Thời gian thực hiện: thường xuyên. Tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ thông tin đối ngoại cho đội ngũ cán bộ, báo cáo viên, phóng viên, biên tập viên và lực lượng làm công tác thông tin đối ngoại

- Thời gian thực hiện: hằng năm.

Chủ trì hướng dẫn, kiểm tra, giám sát, đôn đốc việc triển khai thực hiện Đề án tại các cơ quan, đơn vị, địa phương; tổng hợp kết quả, tham mưu biểu dương, khen thưởng, nhân rộng các mô hình hiệu quả

- Thời gian thực hiện: thường xuyên.

Tổng hợp, báo cáo Ban Thường vụ Thành ủy kết quả thực hiện Đề án; tổ chức sơ kết, tổng kết, đánh giá việc thực hiện Đề án trên phạm vi toàn thành phố

- Thời gian thực hiện: Báo cáo định kỳ hằng năm; sơ kết năm 2028, tổng kết năm 2030.

11. Cơ chế theo dõi, đánh giá và báo cáo

Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy là cơ quan thường trực Đề án, chủ trì theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, giám sát, tổng hợp và đánh giá kết quả thực hiện; tham mưu Ban Thường vụ Thành ủy chỉ đạo xử lý các khó khăn, vướng mắc phát sinh.

Các cơ quan, đơn vị, địa phương được giao nhiệm vụ có trách nhiệm xây dựng kế hoạch, tổ chức thực hiện, tự kiểm tra, đánh giá kết quả theo chức năng, nhiệm vụ được giao; bảo đảm hoàn thành các mục tiêu, chỉ tiêu, nhiệm vụ của Đề án.

Kết quả thực hiện Đề án là một trong những căn cứ đánh giá, xếp loại mức độ hoàn thành nhiệm vụ hằng năm của tập thể, cá nhân và người đứng đầu; đồng thời làm cơ sở xem xét thi đua, khen thưởng theo quy định.

Các cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện chế độ báo cáo định kỳ 6 tháng, hằng năm và đột xuất khi có yêu cầu; gửi Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy để tổng hợp, báo cáo Ban Thường vụ Thành ủy.

- Thời gian thực hiện: Thực hiện thường xuyên; sơ kết năm 2028, tổng kết năm 2030.

12. Kinh phí

Kinh phí thực hiện Đề án được bảo đảm từ ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách hiện hành; lồng ghép với các chương trình, kế hoạch, đề án có liên quan; đồng thời huy động các nguồn lực xã hội hóa, nguồn tài trợ hợp pháp của các tổ chức, doanh nghiệp và các nguồn lực hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

Hằng năm, căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, các cơ quan, đơn vị xây dựng dự toán kinh phí thực hiện; tổng hợp vào dự toán ngân sách của cơ quan, đơn vị để trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định theo quy định.

KẾT LUẬN

Đề án “Đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo” được xây dựng trên cơ sở quán triệt các chủ trương, đường lối của Đảng về công tác thông tin đối ngoại, đồng thời xuất phát từ yêu cầu thực tiễn phát triển và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của thành phố Hải Phòng.

Việc triển khai thực hiện Đề án có ý nghĩa quan trọng trong việc đổi mới tư duy, phương thức và nâng cao hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại theo hướng chủ động, chuyên nghiệp, hiện đại; góp phần quảng bá hình ảnh, nâng cao uy tín, vị thế của thành phố trong tiến trình hội nhập và phát triển.

Thông qua việc xác định rõ quan điểm chỉ đạo, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp và cơ chế tổ chức thực hiện, Đề án tạo cơ sở để tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất của Thành ủy, phát huy vai trò quản lý, điều hành của chính quyền và sự tham gia của cả hệ thống chính trị, cộng đồng doanh nghiệp và Nhân dân trong công tác thông tin, truyền thông đối ngoại.

Triển khai hiệu quả Đề án sẽ góp phần nâng cao chất lượng và sức lan tỏa của thông tin đối ngoại, xây dựng hình ảnh thành phố Hải Phòng năng động, thân thiện, hội nhập và phát triển; tạo môi trường thông tin thuận lợi cho thu hút đầu tư,

mở rộng hợp tác quốc tế, phát triển thương mại, du lịch và giao lưu văn hóa; đồng thời góp phần bảo đảm quốc phòng, an ninh và nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của thành phố.

Với sự quyết tâm của cả hệ thống chính trị và sự đồng thuận của toàn xã hội, việc thực hiện Đề án sẽ tạo chuyển biến rõ nét về chất lượng và hiệu quả công tác thông tin, truyền thông đối ngoại, góp phần thực hiện thắng lợi các mục tiêu phát triển của thành phố Hải Phòng đến năm 2030 và những năm tiếp theo.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương (để báo cáo);
- Ban Tuyên giáo và Dân vận TW (để b/c);
- Thường trực Thành ủy (để báo cáo);
- Các cơ quan tham mưu, giúp việc Thành ủy;
- Các đảng ủy trực thuộc Thành ủy;
- Các sở, ban, ngành, đoàn thể thành phố;
- Các cơ quan báo chí thành phố;
- Các đồng chí Ủy viên Thành ủy;
- Lưu VPTU.

**T/M BAN THƯỜNG VỤ
BÍ THƯ**



Lê Ngọc Châu

DANH MỤC VĂN BẢN CĂN CỨ VÀ TRIỂN KHAI CÔNG TÁC THÔNG TIN ĐỐI NGOẠI

I. NHÓM VĂN BẢN CHỈ ĐẠO CỦA ĐẢNG

1. Văn bản của Trung ương

- Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, XIV của Đảng Cộng sản Việt Nam.

- Chỉ thị số 45-CT/TW ngày 19/05/2015 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa IX về công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài trong tình hình mới.

- Kết luận số 73-KL/TW ngày 10/02/2020 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 26-CT/TW của Ban Bí thư khóa X về tiếp tục đổi mới và tăng cường công tác thông tin đối ngoại.

- Kết luận số 12-KL/TW ngày 12/08/2021 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW, Chỉ thị số 45-CT/TW và Chỉ thị số 05-CT/TW về công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài trong tình hình mới.

- Chỉ thị số 12-CT/TW, ngày 05/01/2022 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, nâng cao hiệu quả đối ngoại nhân dân trong tình hình mới.

- Nghị quyết số 34-NQ/TW, ngày 09/01/2023 của Bộ Chính trị về một số định hướng, chủ trương lớn triển khai đường lối đối ngoại Đại hội XIII của Đảng.

- Chỉ thị số 21-CT/TW, ngày 04/05/2023 của Ban Bí thư về đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới.

- Kết luận số 57-KL/TW, ngày 15/06/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới.

- Kết luận số 71-KL/TW, ngày 16/2/2024 của Bộ Chính trị về một số nhiệm vụ, giải pháp lớn triển khai đường lối đối ngoại Đại hội XIII của Đảng.

- Nghị quyết số 57-NQ/TW, ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển công nghệ đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

- Nghị quyết số 59-NQ/TW, ngày 24/01/2025 của Bộ Chính trị (khóa XIII) về phát triển tư duy đối ngoại và hội nhập quốc tế trong giai đoạn mới.

2. Văn bản của Thành ủy Hải Phòng

- Quyết định số 1578-QĐ/TU, ngày 05/09/2019 về kiện toàn Ban Chỉ đạo và Tổ giúp việc Ban Chỉ đạo Công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng.

- Quyết định số 1840-QĐ/TU, ngày 07/04/2020 về ban hành Quy chế làm việc của Ban Chỉ đạo và Tổ giúp việc công tác thông tin đối ngoại thành phố.

- Quyết định số 562-QĐ/TU, ngày 08/03/2022 về kiện toàn Ban Chỉ đạo và Tổ giúp việc Ban Chỉ đạo Công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng.

- Kế hoạch số 157-KH/TU, ngày 20/05/2022 của Ban Thường vụ Thành ủy về thực hiện Chỉ thị số 12-CT/TW của Ban Bí thư về đối ngoại nhân dân.

- Kế hoạch số 217-KH/TU, ngày 16/01/2023 thực hiện Chỉ thị số 15-CT/TW về ngoại giao kinh tế phục vụ phát triển đất nước đến năm 2030.

- Kế hoạch số 167-KH/TU, ngày 23/08/2023 thực hiện Kết luận số 57-KL/TW của Bộ Chính trị.

- Kết luận số 290-KL/TU, ngày 22/12/2023 tổng kết 15 năm thực hiện Nghị quyết 21-NQ/TU về công tác đối ngoại và mở rộng không gian kinh tế thành phố.

- Chương trình số 02-CTr/BCĐ, ngày 13/03/2024 về chương trình công tác năm 2024 của Ban Chỉ đạo thông tin đối ngoại thành phố.

- Kế hoạch số 136-KH/TU, ngày 06/09/2024 thực hiện Kết luận số 71-KL/TW về đường lối đối ngoại.

- Chương trình hành động số 17-CTr/TU, ngày 06/03/2026 của Ban Chấp hành Đảng bộ thành phố về triển khai Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng và Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ thành phố lần thứ I, nhiệm kỳ 2025-2030.

II. NHÓM VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT VÀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

1. Văn bản của Trung ương

- Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 2013.

- Chỉ thị số 01/CT-TTg ngày 19/05/2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường công tác thông tin đối ngoại.

- Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15 được Quốc hội ban hành ngày 10/12/2025, có hiệu lực từ ngày 01/7/2026.

- Luật số 72/2025/QH15 Tổ chức chính quyền địa phương đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV, Kỳ họp thứ 9 thông qua ngày 16/6/2025.

- Luật Báo chí 2025 (số 126/2025/QH15), được Quốc hội khóa XV thông qua ngày 10/12/2025, có hiệu lực từ ngày 01/7/2026.

- Nghị định số 72/2013/NĐ-CP, ngày 15/07/2013 về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng.

- Thông tư số 22/2016/TT-BTTTT, ngày 13/06/2017 của Bộ Thông tin và Truyền thông hướng dẫn quản lý hoạt động thông tin đối ngoại tại địa phương.

- Nghị định số 32/2019/NĐ-CP, ngày 10/04/2019 quy định nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của cơ quan quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại.

- Nghị quyết số 47/NQ-CP, ngày 15/04/2024 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Kết luận số 57-KL/TW.

2. Văn bản của thành phố Hải Phòng

- Quyết định số 42/2018/QĐ-UBND, ngày 28/12/2018 về sửa đổi, bổ sung quy chế phối hợp quản lý nhà nước về thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng.

- Văn bản số 3971/UBND-BC, ngày 10/06/2022 về triển khai hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí.

- Quy định về phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước trên địa bàn thành phố Hải Phòng (cụ thể hóa theo Nghị định 09/2017/NĐ-CP).

III. NHÓM CHIẾN LƯỢC, ĐỀ ÁN VÀ KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI

1. Các Đề án và Quyết định chuyên mục (Trung ương)

- Quyết định số 330/QĐ-TTg, ngày 02/03/2015 phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011 - 2020.

- Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2021-2030 (Thủ tướng Chính phủ phê duyệt).

- Quyết định số 2568/QĐ-TTg, ngày 27/12/2016 phê duyệt Đề án “Tăng cường công tác thông tin đối ngoại với khu vực người Việt Nam ở nước ngoài”.

- Quyết định số 1237/QĐ-TTg, ngày 28/09/2018 phê duyệt Đề án “Đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại với khu vực người Việt Nam ở nước ngoài trong tình hình mới”.

- Quyết định số 107/QĐ-TTg, ngày 14/01/2019 phê duyệt Đề án truyền thông đối ngoại về quyền con người ở Việt Nam giai đoạn 2019 - 2021.

- Quyết định số 768/QĐ-TTg, ngày 21/06/2019 phê duyệt Đề án tuyên truyền quảng bá ASEAN giai đoạn 2019 - 2020.

- Quyết định số 1191/QĐ-TTg, ngày 05/08/2020 phê duyệt mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp đổi mới công tác thông tin đối ngoại giai đoạn 2020 - 2030.

2. Các Đề án và Kế hoạch dài hạn của thành phố Hải Phòng

- Quyết định số 3986/QĐ-UBND, ngày 24/11/2022 phê duyệt Đề án “Đẩy mạnh công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng giai đoạn 2022-2025”.

- Kế hoạch số 274/KH-UBND, ngày 05/12/2022 triển khai Chiến lược ngoại giao văn hóa thành phố Hải Phòng đến năm 2030.

- Kế hoạch số 236/KH-UBND, ngày 25/10/2023 về thực hiện Chương trình hành động thực hiện Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/06/2023 của Bộ Chính trị.

3. Nhóm Kế hoạch công tác Thông tin đối ngoại hằng năm (UBND thành phố)

- Kế hoạch số 51/KH-UBND, ngày 24/02/2020 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2020.

- Kế hoạch số 50/KH-UBND, ngày 05/03/2021 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2021.

- Kế hoạch số 39/KH-UBND, ngày 23/02/2022 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2022.

- Kế hoạch số 29/KH-UBND, ngày 30/01/2023 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2023.

- Kế hoạch số 318/KH-UBND, ngày 11/12/2023 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2024.

Kế hoạch số 20/KH-UBND, ngày 05/02/2025 của Ủy ban nhân dân thành phố về công tác thông tin đối ngoại thành phố Hải Phòng năm 2025.

4. Nhóm Kế hoạch hợp tác truyền thông quảng bá thành phố (UBND thành phố)

- Kế hoạch số 147/KH-UBND, ngày 20/06/2022 của Ủy ban nhân dân thành phố về hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí tuyên truyền, quảng bá về thành phố Hải Phòng năm 2022.

- Kế hoạch số 129/KH-UBND, ngày 20/04/2023 của Ủy ban nhân dân thành phố về hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí tuyên truyền, quảng bá về thành phố Hải Phòng năm 2023.

- Kế hoạch số 64/KH-UBND, ngày 15/03/2024 của Ủy ban nhân dân thành phố về hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí tuyên truyền, quảng bá về thành phố Hải Phòng năm 2024.

- Kế hoạch số 26/KH-UBND, ngày 14/02/2025 của Ủy ban nhân dân thành phố về hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí tuyên truyền, quảng bá về thành phố Hải Phòng năm 2025.

5. Nhóm các Chương trình phối hợp hợp tác truyền thông với cơ quan báo chí Trung ương

- Chương trình phối hợp số 04/CT-HP-BND, ngày 12/08/2022 về hợp tác truyền thông giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng và Báo Nhân dân giai đoạn 2022 - 2025.

- Chương trình phối hợp số 05/CT-UBNDTPHP-TTXVN, ngày 12/08/2022 về hợp tác truyền thông giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng và Thông tấn xã Việt Nam giai đoạn 2022 - 2025.

- Chương trình phối hợp số 06/CT-UBNDTPHP-ĐTNVN, ngày 09/09/2022 về hợp tác truyền thông giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng và Đài Tiếng nói Việt Nam giai đoạn 2022 - 2025.

- Chương trình phối hợp số 07/CT-UBNDTPHP-THVN, ngày 13/09/2022 về hợp tác truyền thông giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng và Đài Truyền hình Việt Nam giai đoạn 2022 - 2025.

IV. DANH MỤC TÀI LIỆU HẢI DƯƠNG CŨ

- Quyết định số 227-QĐ/TU, ngày 05/08/2021 của Tỉnh ủy Hải Dương về thành lập Ban Chỉ đạo Công tác thông tin đối ngoại.

- Quyết định số 42/2023/QĐ-UBND, ngày 17/11/2023 ban hành Quy chế quản lý hoạt động thông tin đối ngoại trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

- Kế hoạch số 3763/KH-UBND, ngày 25/10/2019 về hoạt động thông tin đối ngoại tỉnh Hải Dương giai đoạn 2020-2025.

PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ
Thực hiện Đề án “Đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo”

STT	Nội dung nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm/Kết quả	Thời gian thực hiện	Thời gian hoàn thành
I	NHÓM GIẢI PHÁP VỀ LÃNH ĐẠO, CHỈ ĐẠO, CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH					
1	Thành lập Ban Chỉ đạo công tác Thông tin đối ngoại Thành ủy theo quy định, hướng dẫn của Trung ương	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy	Văn phòng Thành ủy	Quyết định thành lập; Quy chế hoạt động	Từ 6/2026	9/2026
2	Tham mưu ban hành Chỉ thị của Ban Thường vụ Thành ủy về đổi mới công tác thông tin, truyền thông đối ngoại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố đến năm 2030 và các năm tiếp theo	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy	Văn phòng Thành ủy	Chỉ thị của Ban Thường vụ Thành ủy	Từ 6/2026	8/2026
3	Xây dựng thông điệp chủ đạo, định hướng nội dung TTĐN giai đoạn 2026 -2030 (<i>Bộ thông điệp, slogan quốc tế, bộ nhận diện thương hiệu TTĐN</i>)	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy	Sở Ngoại vụ; Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Báo và PTTH Hải Phòng	Bộ thông điệp TTĐN	Từ 7/2026	7/2027

4	Xây dựng Quy chế phối hợp liên ngành trong cung cấp, xử lý, phát hành thông tin đối ngoại	Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy, Công an thành phố, Sở Ngoại vụ; các sở, ngành liên quan	Quy chế phối hợp	Từ 7/2026	10/2027
5	Tổ chức giao ban định kỳ công tác TTĐN (ít nhất 02 lần/năm)	Ban Tuyên giáo và Dân vận	Các sở, ngành	Thông báo kết luận giao ban	Từ tháng 6/2026	Tháng 6 và tháng 11 hằng năm
6	Xây dựng Đề án/Kế hoạch hàng năm về truyền thông, quảng bá hình ảnh thành phố ra nước ngoài	Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Sở Tài chính; Sở Ngoại vụ, Ban Quản lý Khu kinh tế, Sở Công Thương.	Đề án/Kế hoạch hàng năm	Quý I hằng năm	Quý IV hằng năm
II	NHÓM GIẢI PHÁP VỀ HOẠT ĐỘNG CHUYÊN MÔN					
7	Sản xuất sản phẩm TTĐN đa phương tiện, đa ngôn ngữ (<i>bản tin/ấn phẩm chính thống</i>)	Ban Biên tập Thông tin đối ngoại (Sở Ngoại vụ)	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Sở Công Thương; Ban Quản lý Khu kinh tế Hải Phòng; Sở Khoa học và Công nghệ; các cơ quan báo chí thành phố; các cơ quan, đơn vị liên quan	Bản tin định kỳ (tối thiểu 4 số/năm)	Quý I, II, III, IV hằng năm	Cuối quý I, II, III, IV hằng năm

8	Sản xuất nội dung số lan tỏa (video, social media)	Báo và phát thanh, truyền hình Hải Phòng	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy	Bộ sản phẩm số, video quảng bá hình ảnh thành phố	Từ 6/2026 và thực hiện hằng năm	Thực hiện hằng năm
9	Xây dựng và vận hành Cổng/Trang TTĐN đa ngôn ngữ + tích hợp dữ liệu số	Sở Ngoại vụ	Sở Khoa học và công nghệ; các cơ quan báo chí	Cổng TTĐN vận hành ổn định	Từ 6/2026	12/2027
10	Xây dựng 01 kênh truyền thông đối ngoại chủ lực trên Fanpage.	Báo và phát thanh - truyền hình Hải Phòng	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy; Sở Ngoại vụ; Sở Khoa học và công nghệ	01 kênh truyền thông đối ngoại chính thức trên Fanpage duy trì vận hành chuyên nghiệp	Từ 6/2026	6/2027
11	Theo dõi, phân tích dư luận xã hội liên quan đến đối ngoại; báo cáo định kỳ và đột xuất	Ban Tuyên giáo và Dân vận	Công an thành phố, Bộ Chỉ huy Quân sự thành phố	Báo cáo dư luận hằng tháng và đột xuất (nếu có)	Từ tháng 7/2026	Báo cáo ban hành vào 25 hằng tháng và đột xuất (nếu có)
12	Chủ động đấu tranh, phản bác thông tin sai lệch, xuyên tạc trên không gian mạng	Ban Tuyên giáo và Dân vận	Công an thành phố, Bộ Chỉ huy Quân sự thành phố	Báo cáo xử lý, thông tin phản hồi	Từ 6/2026	Thường xuyên
III	NHÓM GIẢI PHÁP VỀ HỢP TÁC, XÃ HỘI HÓA					
13	Phát huy vai trò của cộng đồng người Hải Phòng ở nước ngoài và người nước ngoài trong quảng bá	Sở Ngoại vụ	Ủy ban MTTQ Việt Nam thành phố; Liên hiệp các tổ chức hữu	Mạng lưới kiều bào, chương trình kết nối,	Từ 6/2026	Thực hiện hằng năm

	hình ảnh thành phố		ngành thành phố; các cơ quan liên quan	hoạt động quảng bá		
14	Truyền thông, quảng bá, giới thiệu xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và logistics	Sở Công Thương, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch	Ban Quản lý Khu kinh tế Hải Phòng; Sở Ngoại vụ, Sở Nông nghiệp và Môi trường	Bộ tài liệu truyền thông	Từ 6/2026	10/2027; định kỳ cập nhật tối thiểu 02 năm/lần.
15	Xã hội hóa tổ chức sự kiện, sản phẩm truyền thông đối ngoại	Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch	Sở Tài chính; Ban Quản lý Khu kinh tế Hải Phòng, doanh nghiệp và các sở, ngành liên quan	Nguồn lực xã hội hóa	Từ tháng 6/2026	Thực hiện thường xuyên hằng năm
IV	NHÓM GIẢI PHÁP VỀ NGUỒN LỰC VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ					
16	Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng đội ngũ làm công tác thông tin, truyền thông đối ngoại	Ban Tuyên giáo và Dân vận Thành ủy	Sở Nội vụ; Sở Ngoại vụ; Trường Chính trị Tô Hiệu; các cơ quan báo chí	Chương trình đào tạo, tập huấn; đội ngũ cán bộ được bồi dưỡng	Từ quý I/2027 và quý I hằng năm	Quý IV hằng năm
17	Đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ công tác thông tin, truyền thông đối ngoại	UBND thành phố	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; sở Khoa học và Công nghệ; Báo và phát thanh, truyền hình Hải Phòng và các đơn vị liên quan.	Hạ tầng kỹ thuật, thiết bị, nền tảng số được đầu tư, nâng cấp	Từ 6/2026	12/2030