

Thái Nguyên, ngày 27 tháng 10 năm 2026

Số: 189 /KH-BCĐ

KẾ HOẠCH

Truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi năm 2026 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Căn cứ Quyết định số 3282/QĐ-BNNMT ngày 17/8/2026 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Môi trường ban hành Kế hoạch truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026-2035, giai đoạn I: từ năm 2026 đến năm 2030;

Căn cứ Kế hoạch số 166/KH-BCĐ ngày 20/9/2026 của Ban Chỉ đạo các Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2026-2030 tỉnh Thái Nguyên truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2026-2035, giai đoạn I: từ năm 2026 đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh;

Ban Chỉ đạo các Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2026-2030 tỉnh Thái Nguyên (gọi tắt là Ban Chỉ đạo) ban hành Kế hoạch truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi năm 2026 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên (gọi tắt là Chương trình) với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU

1. Mục đích

- Cụ thể hóa Kế hoạch truyền thông giai đoạn 2026-2030 của Trung ương và của tỉnh thành các nhiệm vụ, sản phẩm, tiến độ và trách nhiệm thực hiện trong năm 2026; bảo đảm công tác truyền thông đi trước một bước, đồng bộ với tiến độ tổ chức thực hiện Chương trình.

- Tạo sự thống nhất về nhận thức và hành động trong hệ thống chính trị, các cơ quan quản lý, địa phương, cộng đồng và người dân ngay từ năm đầu triển khai giai đoạn 2026-2030; truyền tải đầy đủ, kịp thời, chính xác các chủ trương, cơ chế, chính sách, mục tiêu, nhiệm vụ và phương thức tổ chức thực hiện Chương trình.

- Nâng cao khả năng tiếp cận thông tin chính sách của người dân, nhất là người dân nông thôn, hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo và đồng bào dân tộc thiểu số; phát huy vai trò chủ thể của người dân và cộng đồng, tinh thần tự lực, tự cường, chủ động phát triển sinh kế, nâng cao thu nhập, không trông chờ, ỷ lại.

- Kịp thời phát hiện, giới thiệu, lan tỏa mô hình tốt, cách làm hay, câu chuyện thực tiễn; đồng thời tiếp nhận, phản ánh khó khăn, vướng mắc, kiến nghị từ cơ sở để phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành và hoàn thiện tổ chức thực hiện Chương trình.

2. Mục tiêu cụ thể năm 2026

- 100% sở, ban, ngành, cơ quan, đơn vị có nhiệm vụ thuộc Chương trình và Ủy ban nhân dân các xã, phường xây dựng hoặc lồng ghép nội dung truyền thông trong kế hoạch thực hiện Chương trình năm 2026; xác định rõ đầu mối, nhiệm vụ, sản phẩm và nguồn lực thực hiện.

- Xây dựng chuyên trang, chuyên mục hoặc chuyên mục số về Chương trình trên các kênh thông tin chính thức của tỉnh; thường xuyên cập nhật cơ chế, chính sách, tiến độ, kết quả, mô hình, điển hình, khó khăn, vướng mắc và phản hồi từ cơ sở.

- Xây dựng 01 chuyên mục về Chương trình được phát sóng hằng tuần trên sóng truyền hình tỉnh và ít nhất 01 chuyên trang/chuyên mục trên báo tỉnh; đồng thời tăng cường phân phối nội dung trên các nền tảng số chính thức.

- Xây dựng ít nhất 01 sản phẩm truyền thông cấp tỉnh trong năm 2026 về nội dung trọng tâm của Chương trình và tổ chức hoặc lồng ghép ít nhất 01 hoạt động truyền thông trực tiếp cấp tỉnh (hội nghị, diễn đàn, tọa đàm, đối thoại, truyền thông cộng đồng hoặc hình thức phù hợp).

- 100% các xã duy trì ít nhất 02 tin, bài phát thanh/tuần về Chương trình trên hệ thống truyền thanh cơ sở; chú trọng nội dung bằng tiếng dân tộc thiểu số tại địa bàn có nhiều đồng bào dân tộc thiểu số. Các xã có địa bàn, đối tượng thụ hưởng Chương trình tổ chức truyền thông thường xuyên bằng hình thức phù hợp.

- Khuyến khích mỗi địa phương lựa chọn từ 02-03 câu chuyện, mô hình hoặc vấn đề đặc trưng để xây dựng thành nội dung truyền thông chủ lực; ưu tiên mô hình có kết quả thực tế về tăng thu nhập, giảm nghèo, tạo việc làm, nâng cao giá trị sản phẩm, cải thiện môi trường và chất lượng đời sống.

3. Yêu cầu

- Truyền thông Chương trình phải được tổ chức tổng thể, không tách rời ba nội dung: Xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; bảo đảm thống nhất về định hướng, chủ đề, thông điệp và thông tin cốt lõi từ tỉnh đến cơ sở.

- Nội dung truyền thông phải chính xác, kịp thời, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện; đúng mục tiêu, đối tượng, phạm vi và thẩm quyền; không trùng lặp, không dàn trải, không hình thức; gắn với nhu cầu thông tin thực tế của từng nhóm đối tượng và đặc điểm văn hóa của từng địa bàn.

- Hình thức truyền thông đa dạng, hiện đại, đa nền tảng; kết hợp giữa báo chí, truyền hình, phát thanh, thông tin cơ sở, truyền thông số, mạng xã hội, sự kiện, diễn đàn, hội thi, triển lãm, sản phẩm truyền thông trực quan; sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn, văn hóa bản địa và thành tựu giảm nghèo bền vững.

- Bảo đảm công khai, minh bạch, tiết kiệm, hiệu quả; việc huy động nguồn lực xã hội hóa thực hiện trên cơ sở tự nguyện, đúng quy định, không huy động quá sức dân; kết quả truyền thông phải được theo dõi, tổng hợp, đánh giá và báo cáo theo quy định.

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

1. Phạm vi thực hiện

Trên phạm vi toàn tỉnh Thái Nguyên; ưu tiên địa bàn nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, các xã, thôn đặc biệt khó khăn, xã an toàn khu, địa bàn có tỷ lệ nghèo đa chiều cao, địa bàn còn khó khăn sau sắp xếp đơn vị hành chính và các xã đăng ký phấn đấu đạt chuẩn nông thôn mới, nông thôn mới hiện đại.

2. Đối tượng truyền thông

- Cấp ủy, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội nghề nghiệp và lực lượng vũ trang.

- Cộng đồng dân cư nông thôn; hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo; đồng bào dân tộc thiểu số; người có uy tín, trưởng bản, trưởng xóm, nghệ nhân, thanh niên, phụ nữ nông thôn.

- Hợp tác xã, tổ hợp tác, doanh nghiệp, chủ thể OCOP, cơ sở sản xuất, làng nghề, cơ sở du lịch nông thôn; đơn vị phân phối, tiêu thụ, xuất khẩu nông sản và các tổ chức, cá nhân tham gia chuỗi giá trị.

- Cơ quan báo chí, truyền thông; phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên, cán bộ truyền thanh cơ sở, chuyên gia, nhà khoa học, tổ chức xúc tiến thương mại, du lịch; người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh.

- Cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong hệ thống quản lý, chỉ đạo, điều phối, tổ chức thực hiện Chương trình ở cấp tỉnh và cấp xã.

3. Thời gian thực hiện

Trong năm 2026, đối với các nhiệm vụ đã được triển khai trước thời điểm ban hành Kế hoạch tiếp tục triển khai, tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện; đối với các nhiệm vụ chưa triển khai, tập trung triển khai thực hiện từ ngày Kế hoạch được ban hành đến hết ngày 31 tháng 12 năm 2026.

III. CHỦ ĐỀ, NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG TRỌNG TÂM NĂM 2026

1. Chủ đề truyền thông năm 2026: Đồng bộ chính sách - Thống nhất hành động.

Trọng tâm năm 2026 là truyền thông về mục tiêu, nội dung, cơ chế, chính sách, phương thức tổ chức thực hiện Chương trình; trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương; quyền, nghĩa vụ và vai trò chủ thể của người dân, cộng đồng; tạo sự thống nhất về nhận thức và hành động trong triển khai Chương trình trên địa bàn tỉnh.

2. Thông điệp định hướng

- Một Chương trình - một hệ thống thông điệp - nhiều cách truyền tải phù hợp từng nhóm đối tượng và từng địa bàn.

- Người dân là trung tâm, cộng đồng là nền tảng, sinh kế bền vững là trọng tâm; khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường là động lực.

- Địa phương quyết - địa phương làm - địa phương chịu trách nhiệm; công khai, minh bạch và phát huy quyền tham gia, giám sát của người dân, cộng đồng.

- Nông nghiệp sinh thái - Nông thôn hiện đại - Nông dân văn minh.

- Phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi toàn diện, bền vững; phát huy tiềm năng, lợi thế, nâng cao thu nhập, thu hẹp khoảng cách phát triển, không để ai bị bỏ lại phía sau.

3. Nội dung truyền thông trọng tâm năm 2026

3.1. Truyền thông chính sách và cơ chế tổ chức thực hiện Chương trình:

- Tuyên truyền, phổ biến các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; các văn bản chỉ đạo, hướng dẫn của Trung ương và của tỉnh về Chương trình; làm rõ tính chất tích hợp, đa mục tiêu, đa lĩnh vực của Chương trình giai đoạn 2026-2030.

- Thông tin rõ mục tiêu, nội dung, đối tượng, nguyên tắc hỗ trợ, cơ chế quản lý, phân cấp, phân quyền, lồng ghép nguồn lực, quản lý tài chính, theo dõi, giám sát, đánh giá; chú trọng truyền thông chính sách theo hướng “dễ hiểu, dễ tiếp cận, dễ thực hiện”.

- Làm rõ trách nhiệm của cơ quan, đơn vị, địa phương, người đứng đầu và các chủ thể tham gia; nhấn mạnh nguyên tắc “địa phương quyết - địa phương làm - địa phương chịu trách nhiệm”, gắn phân cấp với trách nhiệm giải trình, công khai, minh bạch.

3.2. Truyền thông về mục tiêu, nhiệm vụ năm đầu giai đoạn 2026-2030:

- Tuyên truyền các mục tiêu, chỉ tiêu, nhiệm vụ và lộ trình thực hiện Chương trình; nội dung phân công của các sở, ngành, địa phương; tiến độ ban hành, cụ thể hóa cơ chế, chính sách và tổ chức thực hiện trong năm 2026.

- Thông tin về việc triển khai hai hợp phần của Chương trình, các nhiệm vụ trọng tâm về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; kết quả bước đầu, khó khăn, vướng mắc và giải pháp tháo gỡ.

3.3. Truyền thông nâng cao năng lực và phát huy vai trò chủ thể của người dân, cộng đồng

- Tuyên truyền quan điểm lấy người dân làm trung tâm, cộng đồng là nền tảng, người dân là chủ thể; phát huy dân chủ cơ sở, tinh thần tự lực, tự cường, chủ động vươn lên thoát nghèo, làm giàu chính đáng, không trông chờ, ỷ lại.

- Thông tin đầy đủ quyền lợi, nghĩa vụ, điều kiện và cách thức tiếp cận chính sách; nâng cao năng lực tham gia lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, giám sát, phản hồi và đánh giá Chương trình của người dân, cộng đồng.

3.4. Truyền thông theo các chuyên đề trọng tâm:

- Xây dựng nông thôn mới: Tiêu chí, nhiệm vụ, nông thôn mới hiện đại, nông thôn thông minh, hạ tầng, cảnh quan sáng - xanh - sạch - đẹp - an toàn, nông nghiệp sinh thái, kinh tế tuần hoàn, thích ứng biến đổi khí hậu.

- Giảm nghèo bền vững: Giảm nghèo đa chiều, phát triển sinh kế, đào tạo nghề, tạo việc làm, tiếp cận dịch vụ xã hội cơ bản, mô hình thoát nghèo, nâng cao thu nhập cho người dân.

- Phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi: Hạ tầng, sinh kế, dịch vụ xã hội, bảo tồn văn hóa, tri thức bản địa, vai trò người có uy tín, nghệ nhân, phụ nữ, thanh niên và cộng đồng.

- Truyền thông gắn với công tác bảo hộ và phát triển quyền sở hữu trí tuệ, quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể đối với các sản phẩm đặc sản, sản phẩm làng nghề của tỉnh, trọng tâm là thương hiệu Chè Thái Nguyên; xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu.

- Du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng: Diễm đến, không gian văn hóa bản địa, ẩm thực, làng nghề, trải nghiệm nông nghiệp và sản phẩm OCOP gắn với du lịch; phát triển du lịch theo hướng bền vững, có trách nhiệm, lấy cộng đồng làm chủ thể và hưởng lợi.

- Tuyên truyền, phổ biến các mô hình ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, chuyển giao công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số phù hợp với điều kiện, trình độ và đặc điểm của từng địa phương; chú trọng các mô hình có hiệu quả thực tế, khả năng nhân rộng, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, thu nhập và chất lượng đời sống của người dân; giúp người dân không chỉ tiếp cận thông tin chính sách mà còn tiếp cận được công cụ, giải pháp kỹ thuật để phát triển sinh kế bền vững.

- Bảo vệ môi trường, kinh tế tuần hoàn và thích ứng biến đổi khí hậu: Quản lý chất thải, nước sạch, vệ sinh môi trường, bảo vệ nguồn nước, sử dụng tiết kiệm tài nguyên, giảm phát thải, tái sử dụng phụ phẩm và nhân rộng mô hình cộng đồng tham gia bảo vệ môi trường.

3.5. Truyền thông về kết quả, mô hình, điển hình và câu chuyện thực tiễn:

- Phát hiện, lựa chọn và giới thiệu mô hình, cá nhân, hộ gia đình, hợp tác xã, doanh nghiệp, cộng đồng có cách làm hay, sáng tạo, hiệu quả; tập trung vào kết quả thực tế về hạ tầng, sinh kế, thu nhập, việc làm, môi trường, văn hóa, giáo dục, y tế và chất lượng đời sống.

- Xây dựng tuyển bài, phóng sự, video, câu chuyện truyền cảm hứng theo hướng “người thật - việc thật - kết quả thật”; kịp thời biểu dương, tôn vinh và tạo nguồn tư liệu phục vụ học tập, nhân rộng.

3.6. Truyền thông về công khai, minh bạch, phản hồi và xử lý thông tin:

- Chủ động cung cấp thông tin chính thống về mục tiêu, nguồn lực, tiến độ, kết quả và tác động của Chương trình; kịp thời giải thích những nội dung dễ gây hiểu nhầm, phản ánh các vấn đề người dân, doanh nghiệp và dư luận quan tâm.

- Theo dõi thông tin trên báo chí, môi trường mạng và hệ thống thông tin cơ sở; tiếp nhận, tổng hợp, phản hồi khó khăn, vướng mắc, kiến nghị; chủ động xử lý hoặc tham mưu xử lý thông tin sai lệch, thiếu chính xác theo thẩm quyền, đúng quy định.

IV. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN TRUYỀN THÔNG NĂM 2026

1. Xây dựng kế hoạch truyền thông năm 2026

- Tổng hợp các văn bản cốt lõi của Trung ương và của tỉnh, thiết kế biên tập thành bộ hỏi - đáp chính sách, infographic, tài liệu tóm tắt, sổ tay kỹ năng (in ấn và điện tử) hoặc video ngắn theo từng nhóm đối tượng; chuẩn hóa thông điệp, biểu mẫu sản phẩm truyền thông để sử dụng thống nhất trong tỉnh.

- Ưu tiên các nội dung cần triển khai ngay trong năm 2026: Cơ chế quản lý, tổ chức thực hiện; phân cấp, phân quyền; đối tượng, điều kiện hỗ trợ; quản lý nguồn lực; trách nhiệm các cấp, các ngành; quyền và trách nhiệm của người dân, cộng đồng.

2. Truyền thông trên báo chí, phát thanh, truyền hình và Cổng thông tin điện tử

- Duy trì chuyên trang, chuyên mục, chuyên đề về Chương trình trên Báo và Phát thanh, Truyền hình Thái Nguyên, Cổng thông tin điện tử tỉnh và các nền tảng số chính thức; tổ chức tuyển tin, bài, phóng sự, tọa đàm, video, podcast, đồ họa và sản phẩm đa phương tiện.

- Tập trung thông tin chính sách mới, tiến độ triển khai, kết quả bước đầu, mô hình, điển hình, câu chuyện thực tiễn; kịp thời phản ánh khó khăn, vướng mắc và ý kiến từ cơ sở.

3. Đẩy mạnh truyền thông số và xây dựng kho dữ liệu truyền thông dùng chung

- Từng bước xây dựng, cập nhật kho dữ liệu số về mô hình, sản phẩm, chủ thể, địa điểm, nhân vật, hình ảnh, video và kết quả thực hiện Chương trình; hỗ trợ cơ quan báo chí, sở, ngành và địa phương khai thác nguồn tư liệu thống nhất.

- Tăng cường sử dụng mã QR, thư viện ảnh, video, bản đồ số, dữ liệu trực quan và các kênh mạng xã hội chính thức; xây dựng nội dung phù hợp với từng nền tảng, bảo đảm an toàn thông tin và đúng quy định.

4. Tăng cường truyền thông cơ sở và truyền thông cộng đồng

- Duy trì phát thanh cơ sở; tổ chức truyền thông trực tiếp, đối thoại, sinh hoạt cộng đồng, họp xóm/thôn/bản, hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội; chú trọng địa bàn khó khăn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, hỗ trợ tài liệu mẫu, bản tin phát thanh định kỳ hoặc các tệp âm thanh/video ngắn bằng tiếng dân tộc thiểu số cho các xã vùng dân tộc thiểu số, xã đặc biệt khó khăn.

- Phát huy vai trò người có uy tín, trưởng bản, trưởng xóm, nghệ nhân, đoàn viên, hội viên, tổ truyền thông cộng đồng, hợp tác xã, chủ thể OCOP và các cá nhân tích cực; sử dụng tiếng dân tộc thiểu số tại địa bàn phù hợp.

5. Tổ chức hoạt động truyền thông trực tiếp, đối thoại và truyền thông theo chuyên đề

- Tổ chức hoặc lồng ghép ít nhất 01 hoạt động cấp tỉnh trong Quý IV/2026 theo hình thức hội nghị, diễn đàn, tọa đàm, đối thoại chính sách, truyền thông cộng đồng hoặc sự kiện chuyên đề; ưu tiên nội dung “*Đồng bộ chính sách - Thống nhất hành động*”.

- Khuyến khích tổ chức/lồng ghép cuộc thi, hội thi, hoạt động sáng tác báo chí, ảnh, video, sản phẩm truyền thông số, trưng bày, triển lãm hoặc sân khấu hóa phù hợp với điều kiện và nguồn lực.

6. Nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác truyền thông

- Tổ chức hoặc lồng ghép tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông chính sách, viết tin bài, chụp ảnh, quay dựng video, truyền thông số, quản trị mạng xã hội, xử lý thông tin sai lệch và tương tác cộng đồng cho cán bộ làm Chương trình, nhất là cán bộ cấp xã và người phụ trách đài truyền thanh cấp xã. Nhân bản, phát hành, chia sẻ các tài liệu, sản phẩm mẫu, sổ tay, cẩm nang hướng dẫn cho lực lượng làm công tác truyền thông ở cơ sở.

- Chia sẻ tài liệu, sản phẩm mẫu, kinh nghiệm; xây dựng mạng lưới cộng tác viên và lực lượng nòng cốt truyền thông Chương trình tại cơ sở.

7. Tổ chức hoạt động báo chí thực tế và xây dựng câu chuyện điển hình

Phối hợp tổ chức đoàn công tác báo chí đi thực tế tại một số địa bàn, mô hình, chủ thể tiêu biểu; lựa chọn câu chuyện có khả năng chứng minh bằng kết quả cụ thể, có tính lan tỏa và phù hợp với chủ đề truyền thông năm 2026.

8. Theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả truyền thông

- Theo dõi số lượng, chất lượng, mức độ tiếp cận của sản phẩm truyền thông; tổng hợp phản hồi, vấn đề dư luận quan tâm và kiến nghị từ cơ sở; kịp thời điều chỉnh nội dung, thông điệp, kênh truyền thông khi cần thiết.

- Kết quả truyền thông là một nội dung trong theo dõi, đánh giá việc thực hiện Chương trình; gắn với biểu dương, khen thưởng tập thể, cá nhân, mô hình và tác phẩm truyền thông tiêu biểu theo quy định.

V. KINH PHÍ THỰC HIỆN

- Kinh phí thực hiện Kế hoạch được bố trí từ các nguồn: Kinh phí thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2026-2035, giai đoạn I: 2026-2030 được phân bổ trong năm 2026; nguồn kinh phí sự nghiệp năm 2025 được chuyển nguồn sang năm 2026 để thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia; dự toán ngân sách nhà nước được cấp có thẩm quyền giao năm 2026; nguồn kinh phí lồng ghép từ các chương trình, đề án, dự án có liên quan và các nguồn kinh phí hợp pháp khác theo quy định.

- Khuyến khích huy động các nguồn lực hợp pháp, nguồn xã hội hóa để hỗ trợ hoạt động truyền thông; bảo đảm tự nguyện, công khai, minh bạch và đúng quy định.

- Việc sử dụng kinh phí phải đúng quy định, đúng mục đích, đúng đối tượng, tiết kiệm, hiệu quả; không trùng lặp nội dung, nhiệm vụ chi với các chương trình, dự án, chính sách khác.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Là cơ quan đầu mối tham mưu Ban Chỉ đạo tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch; chủ trì hướng dẫn, đôn đốc các sở, ngành, địa phương triển khai đồng bộ.

- Chủ trì, phối hợp tổ chức truyền thông về xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững, phát triển kinh tế nông thôn, OCOP và các nội dung thuộc phạm vi quản lý; phối hợp xây dựng sản phẩm truyền thông cấp tỉnh, hoạt động truyền thông trực tiếp, tập huấn và hoạt động báo chí thực tế.

- Chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan thiết kế, biên tập và phát hành các sản phẩm, tài liệu truyền thông, hướng dẫn chung cấp tỉnh thuộc phạm vi quản lý.

- Chủ trì tổng hợp nhu cầu kinh phí, theo dõi tiến độ, kiểm tra, giám sát, đánh giá kết quả; tổng hợp báo cáo Ban Chỉ đạo, Ủy ban nhân dân tỉnh và cơ quan Trung ương theo quy định.

2. Sở Dân tộc và Tôn giáo

- Chủ trì cung cấp thông tin, tài liệu, thông điệp và tổ chức truyền thông đối với Hợp phần thứ hai của Chương trình và các nội dung đặc thù vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; bảo đảm phù hợp đặc điểm văn hóa, ngôn ngữ và khả năng tiếp cận thông tin của đồng bào.

- Phát huy vai trò người có uy tín, trưởng bản, nghệ nhân và lực lượng truyền thông cộng đồng; phối hợp theo dõi, tổng hợp phản hồi, khó khăn, vướng mắc từ cơ sở.

3. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chủ trì, phối hợp hướng dẫn truyền thông, quảng bá du lịch nông nghiệp, du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng, văn hóa bản địa, làng nghề truyền thống và sản phẩm OCOP gắn với du lịch; hướng dẫn, định hướng các cơ quan thông tin, báo chí và cấp xã đẩy mạnh tuyên truyền về Chương trình.

- Phối hợp với Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy, các cơ quan, đơn vị, địa phương liên quan theo dõi, rà soát, quản lý nội dung thông tin tuyên truyền trên báo chí và các nền tảng xã hội.

4. Sở Khoa học và Công nghệ

- Chủ trì cung cấp thông tin, nội dung chuyên môn thuộc lĩnh vực khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; phối hợp thực hiện tuyên truyền về các kết quả nghiên cứu, ứng dụng, chuyển giao tiến bộ khoa học và công nghệ, các mô hình đổi mới sáng tạo phục vụ phát triển kinh tế - xã hội nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

- Phối hợp tuyên truyền, hướng dẫn các địa phương, hợp tác xã, doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng và truy xuất nguồn gốc đối với sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực và sản phẩm đặc trưng của tỉnh theo phạm vi chức năng, nhiệm vụ được giao.

- Phối hợp hướng dẫn các yêu cầu về hạ tầng, dữ liệu, công nghệ và an toàn thông tin trong quá trình xây dựng, quản lý, khai thác và chia sẻ dữ liệu phục vụ công tác truyền thông; khuyến khích ứng dụng các giải pháp công nghệ số và đổi mới sáng tạo trong sản xuất, biên tập và phân phối sản phẩm truyền thông.

5. Sở Tài chính

Trên cơ sở đề xuất của các cơ quan, đơn vị và khả năng cân đối ngân sách, tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định; hướng dẫn việc lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí theo phân cấp.

6. Sở Nội vụ

- Chủ trì hướng dẫn, thẩm định hồ sơ đề nghị khen thưởng đối với các tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc, trình khen thưởng theo quy định.

- Triển khai các hoạt động truyền thông trong lĩnh vực việc làm; tuyên truyền, tư vấn, phổ biến chính sách, thông tin thị trường lao động, kỹ năng tìm việc và chính sách đưa người lao động đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng cho các đối tượng thuộc Chương trình.

7. Báo và Phát thanh, Truyền hình Thái Nguyên

- Phối hợp duy trì chuyên trang, chuyên mục; sản xuất, phát sóng, đăng tải tin, bài, phóng sự, tọa đàm, chương trình chuyên đề và sản phẩm đa phương tiện; tổ chức tuyển bài, phóng sự “câu chuyện thực tiễn”, kịp thời biểu dương mô hình hay, phản ánh khó khăn, vướng mắc từ cơ sở.

- Tăng cường truyền thông trên nền tảng số; phối hợp livestream, truyền hình trực tiếp, phát thanh trực tiếp các sự kiện phù hợp; tham gia bồi dưỡng nghiệp vụ truyền thông cho lực lượng ở cơ sở.

8. Trung tâm Thông tin tỉnh và Dịch vụ sự nghiệp tỉnh

Phối hợp đăng tải, cập nhật thông tin chính thống trên Cổng thông tin điện tử tỉnh và các nền tảng số chính thức; hỗ trợ công bố văn bản, dữ liệu, lịch sự kiện, kết quả chỉ đạo, điều hành; phối hợp kết nối, chia sẻ dữ liệu truyền thông.

9. Các sở, ban, ngành và cơ quan cấp tỉnh có liên quan

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và nội dung được phân công trong Chương trình, xây dựng hoặc lồng ghép kế hoạch truyền thông năm 2026; chủ động cung cấp thông tin chuyên ngành, tổ chức sản phẩm/hoạt động truyền thông phù hợp; bố trí đầu mối, nguồn lực và thực hiện theo dõi, báo cáo kết quả.

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

Phối hợp tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân tích cực tham gia Chương trình; lồng ghép với các cuộc vận động, phong trào thi đua, mô hình tự quản và hoạt động cộng đồng; phát hiện, nhân rộng điển hình, cách làm hiệu quả; phát huy vai trò giám sát, phản biện xã hội và tiếp nhận ý kiến Nhân dân.

11. Ủy ban nhân dân các xã, phường

- Xây dựng hoặc lồng ghép nội dung truyền thông năm 2026 trong kế hoạch thực hiện Chương trình; bố trí đầu mối, nguồn lực; duy trì truyền thông trên hệ thống thông tin cơ sở; các xã bảo đảm ít nhất 02 tin, bài phát thanh/tuần; các phường có địa bàn, đối tượng thụ hưởng tổ chức truyền thông thường xuyên bằng hình thức phù hợp.

- Tổ chức truyền thông trực tiếp, đối thoại, lồng ghép trong sinh hoạt cộng đồng; phát huy lực lượng nòng cốt/tổ truyền thông cộng đồng; ưu tiên lựa chọn 02-03 mô hình, câu chuyện hoặc vấn đề đặc trưng để truyền thông; kịp thời phản ánh khó khăn, vướng mắc và chịu trách nhiệm về tính chính xác của thông tin trên địa bàn.

VII. CHẾ ĐỘ THÔNG TIN, BÁO CÁO

1. Báo cáo năm 2026

- Các sở, ngành, địa phương và đơn vị có liên quan lập báo cáo theo mẫu do cơ quan Chủ trì dự thảo, gửi Ban Chỉ đạo tỉnh (*qua Sở Nông nghiệp và Môi trường*) trước ngày 20 tháng 12 năm 2026.

- Sở Nông nghiệp và Môi trường tổng hợp, báo cáo Ban chỉ đạo tỉnh, Ủy ban nhân dân tỉnh và các cơ quan Trung ương chủ trì nội dung thành phần trước ngày 25 tháng 12 năm 2026 theo quy định.

2. Báo cáo đột xuất

Các cơ quan, đơn vị, địa phương thực hiện báo cáo đột xuất khi có yêu cầu của Ủy ban nhân dân tỉnh, Ban Chỉ đạo tỉnh hoặc cơ quan có thẩm quyền; đồng thời kịp thời phản ánh các vấn đề phát sinh, thông tin sai lệch, khó khăn, vướng mắc cần xử lý.

Trên đây là Kế hoạch truyền thông về Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi năm 2026 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên của Ban Chỉ đạo các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2026-2030 tỉnh, các cơ quan, đơn vị, địa phương căn cứ chức năng, nhiệm vụ, lĩnh vực, địa bàn quản lý chủ động tổ chức triển khai thực hiện đồng bộ, hiệu quả. Trong quá trình thực hiện, nếu phát sinh khó khăn, vướng mắc, kịp thời phản ánh về Sở Nông nghiệp và Môi trường để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân tỉnh, Ban Chỉ đạo tỉnh xem xét, chỉ đạo giải quyết theo quy định./.

Nơi nhận:

- Chủ tịch, các PCT UBND tỉnh;
- Ủy ban MTTQ VN tỉnh;
- Các sở, ban, ngành, đoàn thể tỉnh;
- UBND các xã, phường;
- Thành viên BCD các CTMTQG tỉnh;
- LĐVP UBND tỉnh;
- Trung tâm Thông tin và DVSN tỉnh ;
- Lưu: VT, CNNXD.

Huynhpx/2026 *ph*

KT. TRƯỞNG BAN
PHÓ TRƯỞNG BAN



PHÓ CHỦ TỊCH UBND TỈNH
Dương Văn Lượng