

KẾ HOẠCH

Thực hiện Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-BVHTTDL ngày tháng năm 2026
của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27 tháng 01 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (sau đây gọi tắt là Chiến lược), Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tổ chức triển khai hiệu quả các nhiệm vụ được Thủ tướng Chính phủ giao cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài, bảo đảm nguyên tắc “6 rõ” (rõ người, rõ việc, rõ trách nhiệm, rõ thẩm quyền, rõ thời gian, rõ kết quả), nâng cao tính chủ động, kỷ luật và hiệu quả trong tổ chức thực hiện.

- Bảo đảm sự thống nhất, đồng bộ trong nhận thức và hành động từ Trung ương đến địa phương, giữa các bộ, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội, doanh nghiệp trong công tác xây dựng thương hiệu quốc gia và truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia ra nước ngoài.

- Phát huy sức mạnh tổng hợp của hệ thống chính trị và huy động tối đa các nguồn lực xã hội tham gia; gắn công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam với phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh mềm quốc gia, góp phần nâng cao vị thế, uy tín và hình ảnh quốc gia, đồng thời thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa theo tinh thần Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị và Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 24/02/2026 của Chính phủ.

2. Yêu cầu

- Việc thực hiện Kế hoạch phải bảo đảm tính chủ động, thực chất, gắn với mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể; có sản phẩm đầu ra rõ ràng và bảo đảm chất lượng, tiến độ.

- Tăng cường lượng hóa hiệu quả truyền thông; từng bước xây dựng và áp dụng các chỉ số đánh giá gắn với mức độ lan tỏa, mức độ nhận diện và cảm nhận

của công chúng quốc tế về hình ảnh Việt Nam.

- Bảo đảm nội dung truyền thông phù hợp với định hướng phát triển văn hóa, con người Việt Nam; góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh quốc gia trên trường quốc tế.

- Bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ, đồng bộ, hiệu quả giữa các cơ quan, đơn vị trong và ngoài Bộ; các đơn vị chủ động xây dựng kế hoạch chi tiết để tổ chức thực hiện.

- Xác định rõ các thị trường, khu vực trọng điểm trong truyền thông quảng bá theo từng giai đoạn, nhiệm vụ và đối tượng công chúng, trên cơ sở ưu tiên các quốc gia, vùng lãnh thổ có ảnh hưởng lớn đến phát triển đất nước theo tinh thần tại Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 của Bộ Chính trị về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới, cụ thể: Các nước láng giềng, khu vực ASEAN; các quốc gia có vai trò, ảnh hưởng lớn về kinh tế, chính trị toàn cầu; các đối tác chiến lược, đối tác toàn diện của Việt Nam; các địa bàn có đông cộng đồng người Việt Nam sinh sống; các thị trường trọng điểm về du lịch, đầu tư, thương mại; các khu vực nhạy cảm, liên quan đến lợi ích quốc gia và an ninh.

II. CÁC NHIỆM VỤ GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

1. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, thống nhất cao về nhận thức và hành động về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài

a) Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm quán triệt vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia; phổ biến nội dung Chiến lược đến các đơn vị thuộc Bộ, các bộ, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội, địa phương, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, người dân trong nước và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

b) Xây dựng chương trình tập huấn, bồi dưỡng về tư duy truyền thông hiện đại, truyền thông dựa trên dữ liệu; lồng ghép nội dung đổi mới tư duy truyền thông quảng bá trong các hoạt động đào tạo.

(Chi tiết tại Phụ lục I kèm theo).

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

a) Nghiên cứu, xác định các trụ cột chính tạo nên hình ảnh Việt Nam để định vị thương hiệu quốc gia trên cơ sở các giá trị cốt lõi như: bản sắc văn hóa lâu đời, đặc sắc; con người yêu nước, thân thiện, sáng tạo; đất nước ổn định, hạnh phúc, phát triển năng động và hội nhập quốc tế sâu rộng.

b) Xây dựng bộ thông điệp truyền thông quốc gia cho từng giai đoạn, thị trường, nhóm công chúng.

c) Xây dựng khung nội dung truyền thông, xác định các lĩnh vực ưu tiên như văn hóa, du lịch, ẩm thực, di sản, công nghiệp văn hóa.

d) Xây dựng, quản lý và khai thác “Ngân hàng câu chuyện Việt Nam”; thực hiện số hóa “Ngân hàng câu chuyện Việt Nam” dưới dạng Metadata để tối ưu hóa khả năng tìm kiếm và tái sử dụng.

đ) Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu, hình ảnh quốc gia và bộ công cụ truyền thông dùng chung cho các bộ, ngành, địa phương.

(Chi tiết tại Phụ lục II kèm theo).

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện

a) Nghiên cứu ứng dụng công nghệ số, AI trong sản xuất, phân phối nội dung; xây dựng hệ sinh thái nội dung số đa ngữ trên nền tảng xuyên biên giới.

b) Tổ chức chiến dịch truyền thông quốc gia gắn với quảng bá giá trị văn hóa Việt Nam, các sản phẩm và dịch vụ thuộc ngành công nghiệp văn hóa, du lịch, di sản; số hóa nội dung, hình ảnh từ các sự kiện truyền thống để lan tỏa trên nền tảng số.

c) Xây dựng nội dung, hợp tác chiến lược với các cơ quan báo chí, kênh truyền thông quốc tế uy tín.

d) Triển khai hợp tác với đối tác truyền thông nước ngoài, kiều bào, chuyên gia, KOLs quốc tế.

đ) Xây dựng hệ thống đánh giá, phân tích dữ liệu truyền thông số; đo lường mức độ nhận diện hình ảnh quốc gia.

e) Quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài thông qua báo chí, xuất bản và mạng xã hội. Hình thành mạng lưới truyền thông đối ngoại thống nhất, nội dung chuẩn xác, hấp dẫn, phù hợp từng nhóm công chúng quốc tế; kết hợp báo chí, xuất bản và mạng xã hội để truyền thông quảng bá theo hướng hiện đại, bảo đảm phản ứng nhanh, lan tỏa mạnh trên quy mô toàn cầu.

(Chi tiết tại Phụ lục III kèm theo).

4. Nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành, liên cấp và huy động nguồn lực xã hội

a) Xây dựng quy chế phối hợp giữa các đơn vị thuộc Bộ; hướng dẫn phối hợp với các địa phương, bộ, ngành.

b) Hỗ trợ, hướng dẫn địa phương xây dựng chiến lược, kế hoạch truyền thông phù hợp với bản sắc vùng miền, nhất quán với thông điệp quốc gia.

c) Xây dựng chương trình hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân; huy động nguồn lực phát triển hạ tầng, nội dung truyền thông.

d) Xây dựng chương trình kết nối, phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia, đối tác quốc tế trong truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

(Chi tiết tại Phụ lục IV kèm theo).

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông quảng bá

a) Tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn về truyền thông quốc tế, truyền thông số, đa ngôn ngữ cho cán bộ phụ trách tại các đơn vị thuộc Bộ, địa phương và các bộ ngành.

b) Xây dựng chương trình hợp tác, huy động các đơn vị, tổ chức, cá nhân có năng lực sản xuất nội dung chất lượng cao tham gia truyền thông quảng bá.

(Chi tiết tại Phụ lục V kèm theo).

6. Thiết lập cơ chế giám sát, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt

a) Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin đối ngoại quốc gia phục vụ thu thập, phân tích thông tin về Việt Nam trên các nền tảng số và truyền thông quốc tế.

b) Xây dựng và ban hành hệ thống chỉ số đánh giá hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia và bộ tiêu chí đánh giá thương hiệu địa phương; áp dụng phương pháp thu thập, phân tích dữ liệu hiện đại để đo lường mức độ lan tỏa, cảm xúc của công chúng về hình ảnh quốc gia, hình ảnh địa phương trên nền tảng số.

c) Xây dựng cơ chế báo cáo số hóa, bảo đảm cập nhật kịp thời, phục vụ công tác theo dõi, giám sát và chỉ đạo, điều hành.

d) Xây dựng quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông quốc gia trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch; phối hợp liên bộ khi cần.

đ) Hằng năm đánh giá, xếp hạng kết quả thực hiện của các đơn vị thuộc Bộ, các bộ, ngành, địa phương, tổ chức, doanh nghiệp; định kỳ sơ kết, tổng kết, điều chỉnh phương hướng triển khai; biểu dương, nhân rộng các mô hình hay, sáng kiến hiệu quả.

(Chi tiết tại Phụ lục VI kèm theo).

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành và nguồn kinh phí hợp pháp khác (nếu có).

2. Nguồn kinh phí Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa giai đoạn 2025 - 2035.

Các cơ quan, đơn vị căn cứ nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch và các Phụ

lục kèm theo, chủ động xây dựng dự toán kinh phí và tổ chức thực hiện theo đúng quy định.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại

- Là cơ quan đầu mối, chủ trì tổ chức triển khai thực hiện Kế hoạch theo các nội dung và danh mục nhiệm vụ tại các Phụ lục kèm theo.

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ:

+ Rà soát, phân công, điều phối nhiệm vụ, bảo đảm rõ trách nhiệm, không chồng chéo;

+ Tổ chức triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp của Kế hoạch.

- Chủ trì hướng dẫn, đôn đốc, theo dõi, kiểm tra, giám sát và đánh giá việc thực hiện Kế hoạch của các cơ quan, đơn vị.

- Chủ động tham mưu Lãnh đạo Bộ trong việc phối hợp với các cơ quan, tổ chức có liên quan để triển khai các nhiệm vụ liên ngành (nếu có).

- Tổng hợp tình hình, kết quả thực hiện; thực hiện chế độ báo cáo định kỳ hằng năm (trước ngày 15 tháng 12) và báo cáo đột xuất theo yêu cầu; từng bước triển khai chế độ báo cáo trên hệ thống số dùng chung.

2. Văn phòng Bộ

- Chủ trì, phối hợp với Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại và các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu Lãnh đạo Bộ về việc tổ chức triển khai Kế hoạch, bảo đảm thống nhất, đồng bộ trong chỉ đạo, điều hành.

- Theo dõi, tổng hợp tình hình triển khai Kế hoạch trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ được giao; kịp thời báo cáo, đề xuất Lãnh đạo Bộ các biện pháp chỉ đạo, điều hành phù hợp.

- Bảo đảm các điều kiện phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành của Lãnh đạo Bộ trong quá trình tổ chức thực hiện Kế hoạch.

3. Vụ Kế hoạch, Tài chính

- Chủ trì, phối hợp với Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại và các cơ quan, đơn vị liên quan tham mưu Lãnh đạo Bộ về việc bố trí, phân bổ kinh phí thực hiện Kế hoạch theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước.

- Hướng dẫn các cơ quan, đơn vị xây dựng dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí thực hiện Kế hoạch theo đúng quy định hiện hành.

- Theo dõi, tổng hợp tình hình sử dụng kinh phí; kịp thời báo cáo, đề xuất Lãnh đạo Bộ các giải pháp bảo đảm nguồn lực tài chính cho việc triển khai Kế hoạch.

4. Các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ

- Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao và nội dung tại Kế hoạch, chủ động tổ chức triển khai thực hiện các nhiệm vụ theo phân công tại các Phụ lục kèm theo, bảo đảm chất lượng, tiến độ và hiệu quả.

- Phối hợp chặt chẽ với Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại và các cơ quan, đơn vị liên quan trong quá trình tổ chức thực hiện; kịp thời trao đổi, xử lý các vấn đề phát sinh.

- Chủ động tham mưu, đề xuất với Lãnh đạo Bộ các giải pháp, biện pháp cụ thể trong phạm vi lĩnh vực được phân công nhằm nâng cao hiệu quả triển khai Kế hoạch.

- Chịu trách nhiệm trước Lãnh đạo Bộ về kết quả thực hiện các nhiệm vụ được giao; thường xuyên theo dõi, kiểm tra, giám sát tiến độ, chất lượng thực hiện.

- Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ hằng năm (trước ngày 15 tháng 11) và báo cáo đột xuất theo yêu cầu, gửi Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại để tổng hợp.

5. Đề nghị Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

Phối hợp chặt chẽ với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong triển khai các hoạt động truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia, bảo đảm đồng bộ, thống nhất, hiệu quả theo Chiến lược./.