

Số: /BVHTTDL-TTCSTTĐN
V/v hướng dẫn xây dựng Kế hoạch triển khai
Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh
Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030,
tầm nhìn đến năm 2045

Hà Nội, ngày tháng 5 năm 2026

Kính gửi: Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

Thực hiện Quyết định số 173/QĐ-TTg ngày 27 tháng 01 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao tại Quyết định số 173/QĐ-TTg, trong đó Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có trách nhiệm hướng dẫn các bộ, ngành, địa phương triển khai Chiến lược;

Nhằm bảo đảm việc triển khai Chiến lược đồng bộ, thống nhất, hiệu quả, phù hợp với điều kiện thực tiễn của từng địa phương, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn xây dựng Kế hoạch triển khai Chiến lược tại các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương như sau:

I. QUAN ĐIỂM VÀ YÊU CẦU

1. Quan điểm

a) Công tác truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài là một bộ phận hữu cơ của công tác truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam; phải được triển khai đồng bộ, thống nhất với quan điểm, mục tiêu, định hướng của Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2026 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

b) Việc xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương phải gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, văn hóa, du lịch, thương mại, đầu tư và hội nhập quốc tế của địa phương; phát huy giá trị văn hóa, con người, bản sắc, tiềm năng và lợi thế riêng có của từng địa phương trong tổng thể hình ảnh quốc gia Việt Nam.

c) Truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương cần chuyển mạnh từ tư duy tuyên truyền đơn lẻ sang truyền thông chiến lược, hiện đại, tích hợp đa nền tảng; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các phương thức truyền thông mới để nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng quốc tế.

d) Bảo đảm sự phối hợp chặt chẽ giữa Trung ương và địa phương; giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp, hiệp hội, cơ quan báo chí, nền tảng số, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia, văn nghệ sĩ và người có ảnh hưởng trong công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài.

đ) Trong bối cảnh cạnh tranh chiến lược, cạnh tranh thông tin và chiến tranh thông tin trên không gian mạng ngày càng gia tăng, công tác truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài không chỉ nhằm giới thiệu hình ảnh đất nước, con người Việt Nam mà còn góp phần bảo vệ lợi ích quốc gia, nâng cao sức mạnh mềm, giữ vững chủ quyền thông tin và vị thế quốc gia trên môi trường số quốc tế.

e) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì xây dựng, định hướng và điều phối hệ thống thông điệp, hình ảnh quốc gia phục vụ công tác truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài; bảo đảm tính thống nhất về giá trị, thông điệp và hình ảnh quốc gia trên các nền tảng truyền thông. Các địa phương triển khai truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương trên cơ sở bám sát định hướng truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam.

g) Truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài là một cầu phần quan trọng của sức mạnh mềm quốc gia trong kỷ nguyên số; góp phần nâng cao vị thế, uy tín quốc gia, bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc và tăng cường năng lực cạnh tranh quốc gia trên môi trường truyền thông quốc tế.

h) Các địa phương có trách nhiệm bảo đảm sự thống nhất về thông điệp, hình ảnh và định hướng truyền thông đối ngoại với hệ thống truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn, điều phối.

2. Yêu cầu

a) Kế hoạch của địa phương phải xác định rõ:

- Mục tiêu;
- Thị trường và nhóm công chúng trọng điểm;
- Trụ cột hình ảnh;
- Nội dung, thông điệp truyền thông;
- Nhiệm vụ, giải pháp;
- Nguồn lực thực hiện;
- Chỉ số đánh giá kết quả.

b) Nội dung truyền thông phải bảo đảm:

- Chính xác, khách quan, tích cực;
- Thể hiện rõ bản sắc văn hóa, con người, tiềm năng, thế mạnh và khát vọng phát triển của địa phương;
- Không tách rời hình ảnh chung của Việt Nam ;
- Phù hợp với đặc điểm văn hóa, ngôn ngữ và nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng quốc tế.

c) Ưu tiên phát triển:

- Nội dung số;

- Sản phẩm truyền thông đa phương tiện, đa ngôn ngữ;
- Dữ liệu số dùng chung;
- Hệ sinh thái truyền thông số có khả năng kết nối, chia sẻ và lan tỏa quốc tế.

d) Việc triển khai phải bảo đảm nguyên tắc “6 rõ”: rõ người, rõ việc, rõ trách nhiệm, rõ thời gian, rõ nguồn lực và rõ kết quả.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Triển khai hiệu quả Chiến lược truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài tại địa phương; nâng cao mức độ nhận diện, thiện cảm và sự quan tâm của công chúng quốc tế đối với địa phương và Việt Nam; góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, thu hút đầu tư, mở rộng hợp tác quốc tế, quảng bá văn hóa và nâng cao vị thế, uy tín quốc gia.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Xây dựng và phát triển hệ thống nội dung, dữ liệu và sản phẩm truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

b) Xác định và quảng bá hiệu quả các trụ cột hình ảnh tiêu biểu của địa phương gắn với hình ảnh Việt Nam là quốc gia giàu bản sắc văn hóa, ổn định, sáng tạo, hội nhập và phát triển bền vững.

c) Tăng cường hiện diện của địa phương trên các nền tảng truyền thông số, mạng xã hội, báo chí quốc tế và các hoạt động đối ngoại, xúc tiến du lịch, thương mại, đầu tư.

d) Từng bước hình thành ngân hàng dữ liệu, hình ảnh, video, câu chuyện truyền thông của địa phương phục vụ kết nối với hệ thống dữ liệu truyền thông quốc gia.

đ) Từng bước hình thành hệ thống dữ liệu và bảng điều khiển (dashboard) truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia phục vụ phân tích xu hướng, đo lường mức độ nhận diện, cảm nhận và hiệu quả truyền thông trên môi trường số quốc tế.

e) Từng bước xây dựng hệ thống dữ liệu truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam dùng chung giữa Trung ương và địa phương; phục vụ kết nối, chia sẻ, phân tích dữ liệu và điều phối truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia trên môi trường số.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Đổi mới nhận thức và tư duy truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương ra nước ngoài

- Nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành về vai trò của truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương trong tổng thể truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam.

- Chuyển mạnh từ tư duy tuyên truyền đơn lẻ sang truyền thông chiến lược, chủ động, hiện đại, lấy công chúng quốc tế làm trung tâm.

- Tăng cường truyền thông về giá trị văn hóa, con người, bản sắc, khát vọng phát triển và thành tựu của địa phương gắn với hình ảnh Việt Nam năng động, sáng tạo, thân thiện và hội nhập.

2. Xây dựng nội dung và thông điệp truyền thông

- Rà soát, xác định các trụ cột hình ảnh tiêu biểu của địa phương.

- Xây dựng hệ thống câu chuyện truyền thông gắn với văn hóa, lịch sử, di sản, con người, du lịch, sản phẩm đặc trưng, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững.

- Xây dựng thông điệp truyền thông của địa phương phù hợp với định hướng chung của quốc gia.

- Phát triển nội dung truyền thông đa ngôn ngữ, phù hợp với từng thị trường và nhóm công chúng quốc tế.

- Các hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương phải bảo đảm tuân thủ bộ nhận diện hình ảnh quốc gia, khung thông điệp và định hướng truyền thông thống nhất do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hướng dẫn.

3. Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số quảng bá hình ảnh địa phương

a) Xây dựng hệ sinh thái truyền thông số

- Xây dựng, chuẩn hóa và số hóa dữ liệu truyền thông địa phương.

- Phát triển sản phẩm truyền thông số đa nền tảng, đa phương tiện.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn trong sản xuất, phân phối và đánh giá hiệu quả truyền thông.

- Kết nối hệ thống dữ liệu, nền tảng truyền thông của địa phương với hệ sinh thái truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

- Tăng cường phối hợp với các nền tảng số xuyên biên giới nhằm lan tỏa nội dung tích cực, nâng cao mức độ hiện diện số và bảo vệ hình ảnh Việt Nam trên không gian mạng quốc tế.

- Từng bước kết nối dữ liệu truyền thông của địa phương với hệ thống dữ liệu truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia phục vụ phân tích, dự báo và điều phối truyền thông theo thời gian thực.

- Từng bước hình thành cơ chế phân tích dữ liệu, đo lường xu hướng truyền thông quốc tế và hỗ trợ điều phối nội dung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam theo thời gian thực.

- Khuyến khích xây dựng và chia sẻ dữ liệu truyền thông số dùng chung giữa Trung ương và địa phương nhằm phục vụ quảng bá hình ảnh quốc gia thống nhất, đồng bộ và hiệu quả.

b) Tăng cường năng lực quản trị truyền thông và xử lý khủng hoảng truyền thông quốc tế

- Chủ động theo dõi, phát hiện, phân tích các xu hướng dư luận quốc tế liên quan đến địa phương và Việt Nam trên báo chí, mạng xã hội và nền tảng số xuyên biên giới.

- Thiết lập cơ chế phối hợp xử lý khủng hoảng truyền thông quốc tế và phản ứng nhanh đối với thông tin sai lệch, xuyên tạc ảnh hưởng đến hình ảnh quốc gia và địa phương.

- Chủ động cung cấp thông tin chính thống, nâng cao năng lực truyền thông phản ứng chính sách và bảo vệ hình ảnh Việt Nam trên môi trường số quốc tế.

c) Thiết lập cơ chế phản ứng nhanh và bảo vệ hình ảnh quốc gia trên môi trường số quốc tế

- Thiết lập đầu mối truyền thông phản ứng nhanh tại địa phương để phối hợp xử lý thông tin sai lệch, khủng hoảng truyền thông và các tình huống ảnh hưởng đến hình ảnh quốc gia, địa phương trên môi trường quốc tế.

- Chủ động phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan trong việc cung cấp thông tin chính thống, định hướng dư luận quốc tế và lan tỏa thông tin tích cực về Việt Nam.

- Tăng cường năng lực giám sát truyền thông số, phân tích dư luận quốc tế và phát hiện sớm các nguy cơ ảnh hưởng đến hình ảnh quốc gia trên không gian mạng xuyên biên giới.

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

- Thiết lập cơ chế phối hợp giữa các sở, ban, ngành, cơ quan báo chí, doanh nghiệp, hiệp hội và các tổ chức liên quan trong triển khai truyền thông quảng bá hình ảnh địa phương.

- Đẩy mạnh liên kết giữa truyền thông đối ngoại với xúc tiến du lịch, thương mại, đầu tư, văn hóa và đối ngoại nhân dân.

- Phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, chuyên gia, văn nghệ sĩ, người có ảnh hưởng và đối tác quốc tế trong quảng bá hình ảnh địa phương và Việt Nam.

- Khuyến khích huy động nguồn lực xã hội hóa, hợp tác công - tư trong xây dựng và lan tỏa nội dung truyền thông.

5. Phát triển nhân lực và năng lực truyền thông

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng truyền thông số, truyền thông quốc tế cho đội ngũ cán bộ địa phương.

- Nâng cao năng lực xây dựng nội dung số, quản trị nền tảng số, truyền thông đa ngôn ngữ.

- Hình thành mạng lưới cộng tác viên, chuyên gia và đối tác truyền thông trong và ngoài nước.

6. Thiết lập cơ chế theo dõi, đánh giá và điều chỉnh linh hoạt

- Xây dựng cơ chế theo dõi, phân tích và đánh giá hiệu quả truyền thông.
- Từng bước xây dựng cơ chế đánh giá hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia dựa trên dữ liệu số và phân tích xu hướng truyền thông quốc tế.
- Từng bước áp dụng các chỉ số đo lường mức độ nhận diện và cảm nhận quốc tế đối với hình ảnh địa phương.
- Khuyến khích áp dụng các chỉ số đánh giá hiệu quả truyền thông số như mức độ tiếp cận quốc tế, mức độ tương tác, mức độ lan tỏa, mức độ nhận diện hình ảnh địa phương và cảm nhận tích cực của công chúng quốc tế.
- Chủ động rà soát, cập nhật nội dung, thông điệp và phương thức truyền thông phù hợp với xu hướng truyền thông mới và nhu cầu công chúng quốc tế.
- Định kỳ đánh giá, báo cáo kết quả triển khai theo quy định.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

- Chỉ đạo xây dựng và ban hành Kế hoạch triển khai Chiến lược tại địa phương giai đoạn 2026 - 2030.
- Phân công rõ cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp và trách nhiệm thực hiện.
- Chủ động bố trí nguồn lực và lồng ghép với các chương trình, đề án, kế hoạch liên quan.
- Định kỳ hằng năm báo cáo kết quả triển khai về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chủ trì hướng dẫn, theo dõi, đôn đốc và hỗ trợ các địa phương triển khai Chiến lược.
- Chủ trì xây dựng hệ thống thông điệp, bộ nhận diện hình ảnh quốc gia, khung nội dung, bộ công cụ truyền thông dùng chung và cơ chế điều phối truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam trên môi trường số quốc tế.
- Chủ trì xây dựng cơ sở dữ liệu, thư viện nội dung số và nền tảng chia sẻ dữ liệu truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia dùng chung phục vụ các bộ, ngành, địa phương.
- Chủ trì theo dõi, phân tích, đánh giá xu hướng truyền thông quốc tế liên quan đến hình ảnh Việt Nam; hướng dẫn, hỗ trợ địa phương xử lý các tình huống truyền thông quốc tế phát sinh.
- Chủ trì điều phối định hướng truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam trên môi trường số quốc tế; hướng dẫn các địa phương triển khai thống nhất hệ thống thông điệp, hình ảnh và nội dung truyền thông quảng bá hình ảnh quốc gia.

- Chủ trì nghiên cứu, xây dựng hệ thống phân tích dữ liệu và dashboard theo dõi xu hướng truyền thông quốc tế phục vụ công tác quản lý, điều phối và đánh giá hiệu quả truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài.

- Tổ chức tập huấn, chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ kết nối truyền thông trong và ngoài nước.

- Tổng hợp, đánh giá tình hình triển khai và báo cáo cấp có thẩm quyền theo quy định.

3. Chế độ thông tin, báo cáo

Định kỳ trước ngày 15 tháng 11 hằng năm hoặc đột xuất khi cấp có thẩm quyền yêu cầu, các địa phương gửi báo cáo kết quả triển khai về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (qua Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại) để tổng hợp, theo dõi và hướng dẫn thực hiện.

Trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc, đề nghị các địa phương phản ánh về Cục Thông tin cơ sở và Thông tin đối ngoại để được hướng dẫn, hỗ trợ.

Trân trọng./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Bộ trưởng Lâm Thị Phương Thanh (*để báo cáo*);
- Lưu: VT, TTCSTTĐN, TL. (03).

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**

Trịnh Thị Thủy