

Số: 240 /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 08 tháng 02 năm 2015

**QUYẾT ĐỊNH**  
**Phê duyệt Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam**  
**đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030**

**THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ**

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 06 tháng 5 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020”;

Căn cứ Nghị quyết số 31/NQ-CP ngày 13 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch,

**QUYẾT ĐỊNH:**

**Điều 1.** Phê duyệt “Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030” kèm theo Quyết định này.

**Điều 2.** Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

**Điều 3.** Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./

**Nơi nhận:**

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc Trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Ủy ban TW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Công TTĐT, các Vụ;
- Lưu: Văn thư, QHQT (3b). TB. 240

THỦ TƯỚNG



Nguyễn Tấn Dũng

**CHIẾN LƯỢC**

**Văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030**  
(Ban hành theo Quyết định số 210/QĐ-TTg  
ngày 08 tháng 02 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ)

**PHẦN MỞ ĐẦU**

Trong thế giới toàn cầu hoá hiện nay với xu thế chủ đạo là hoà bình, hợp tác cùng phát triển, văn hóa ngày càng giữ vai trò quan trọng, là động lực của sự phát triển bền vững. Đảng và Nhà nước Việt Nam xác định văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội.

Để xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, đòi hỏi phải chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới, làm giàu thêm văn hóa dân tộc, quảng bá hình ảnh Việt Nam, mở rộng ảnh hưởng, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế, tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước.

Văn hóa đối ngoại được xác định là tổng thể các hoạt động ứng xử, giao lưu, hợp tác về văn hóa của dân tộc này với dân tộc khác, khu vực cộng đồng này với khu vực cộng đồng khác nhằm giới thiệu những tinh hoa và giá trị văn hóa dân tộc, đồng thời tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới, làm phong phú và lan tỏa giá trị văn hóa quốc gia trong cộng đồng quốc tế, hỗ trợ tích cực cho các loại hình đối ngoại khác (chính trị, kinh tế...) để quốc gia tăng cường hợp tác, phát triển. Văn hóa đối ngoại được thực hiện bởi mọi tầng lớp xã hội, trong đó Nhà nước đóng vai trò chỉ đạo, định hướng, hỗ trợ về cơ chế, chính sách và xây dựng thông điệp hình ảnh quốc gia nhằm thực hiện mục tiêu xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, biến văn hóa trở thành sức mạnh nội sinh quan trọng, tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia, nâng cao vị thế, uy tín trên trường quốc tế, đảm bảo sự phát triển bền vững của đất nước.

Trong những năm qua, hoạt động văn hoá đối ngoại của Việt Nam cơ bản bám sát, phục vụ tốt chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước, góp phần phát huy sức mạnh đối ngoại toàn diện của Việt Nam trong khu vực và trên thế giới. Tuy nhiên, hoạt động văn hoá đối ngoại chưa thực sự được điều phối một cách tập trung trên phạm vi cả nước, chưa có một chiến lược tổng thể để phát huy tối đa những giá trị văn hoá của Việt Nam trên trường quốc tế và chủ động tiếp thu những tinh hoa văn hóa của nhân loại, góp phần tích cực vào sự nghiệp xây dựng và phát triển nền văn hoá dân tộc trong quá trình hội nhập quốc tế.

## I. TÌNH HÌNH VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI THỜI GIAN QUA

### 1. Thành tựu

Đề cương Văn hóa của Đảng ra đời năm 1943 đã coi văn hóa là một mặt trận cùng với kinh tế và chính trị. Trong giai đoạn 1945 - 1975, Đảng và Nhà nước ta đã chủ động triển khai các hoạt động văn hóa, tuyên truyền đối ngoại, nhằm nêu cao chính nghĩa của cuộc kháng chiến của dân tộc Việt Nam, tranh thủ sự ủng hộ và giúp đỡ của các lực lượng cách mạng và nhân dân tiến bộ trên thế giới, góp phần quan trọng vào việc từng bước phá vỡ vòng vây của chủ nghĩa đế quốc, phục vụ công cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc, thống nhất đất nước.

Sau khi đất nước thống nhất và gần ba mươi năm thực hiện chính sách đổi mới, đặc biệt là giai đoạn từ 1998 đến nay, hoạt động văn hóa đối ngoại đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật, thể hiện sự lớn mạnh về cả số lượng và chất lượng. Cùng với việc mở rộng quan hệ đối ngoại đa dạng hóa, đa phương hóa, hàng loạt hoạt động văn hóa đối ngoại với quy mô khác nhau đã được tổ chức ở khắp các châu lục. Nhiều Ngày/Tuần/Tháng văn hóa Việt Nam, lễ hội Văn hóa - Du lịch, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật, tuần phim, triển lãm giới thiệu hình ảnh đất nước, con người, hội thảo, xúc tiến, quảng bá du lịch... đã được tổ chức ở nhiều khu vực, nhiều nước trên thế giới. Hoạt động văn hóa đối ngoại được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, các tổ chức đối ngoại nhân dân, các Đại sứ quán Việt Nam ở nước ngoài tổ chức gây được tiếng vang, để lại những dấu ấn tích cực trong lòng bè bạn quốc tế.

Cùng với các hoạt động được tổ chức ở nước ngoài, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành, địa phương, các Đại sứ quán các nước tại Việt Nam phối hợp tổ chức nhiều sự kiện, hoạt động văn hóa quốc tế tại Việt Nam, từng bước tạo ra một diện mạo văn hóa đương đại đa dạng. Việt Nam đã từng bước tiếp nhận những giá trị văn hóa và phương thức thể hiện hiện đại của thế giới, làm phong phú và sâu sắc thêm những giá trị văn hoá dân tộc.

Các hoạt động văn hoá đối ngoại thực sự là một kênh hiệu quả góp phần vào thành công chung trong các hoạt động đối ngoại, từng bước nâng cao uy tín, vị thế, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam trên thế giới; đồng thời, tạo điều kiện để công chúng ở nước ngoài, đặc biệt cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hoá nghệ thuật tiêu biểu từ trong nước, góp phần giữ gìn và phát huy truyền thống văn hoá Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt của cộng đồng người Việt Nam ở xa Tổ quốc.

## 2. Hạn chế

Trong thời gian qua, đặc biệt từ khi Việt Nam thực hiện chính sách mở cửa, hội nhập với cộng đồng thế giới, mặc dù đã đạt được những thành tựu to lớn, nhưng so với yêu cầu của công cuộc hội nhập và sự nghiệp phát triển đất nước, các hoạt động văn hoá đối ngoại của Việt Nam vẫn chưa đáp ứng yêu cầu của tình hình mới.

Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức, phát huy vai trò trách nhiệm các cấp, các ngành, các tầng lớp nhân dân hiểu biết về văn hóa đối ngoại và tiến hành công tác văn hóa đối ngoại còn nhiều hạn chế.

Việc giới thiệu văn hoá Việt Nam ra nước ngoài chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển. Số lượng các chương trình Việt Nam chủ động tổ chức hàng năm ở nước ngoài còn hạn chế do ngân sách eo hẹp. Việc tổ chức hoạt động ở các địa bàn xa xôi về mặt địa lý rất khó khăn. Nhiều đoàn nghệ thuật, đoàn triển lãm... được cử đi nước ngoài phải hạn chế số người để tiết kiệm kinh phí đã ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng các chương trình.

Các chương trình có chất lượng cao, đặc sắc chưa nhiều. Nội dung các hoạt động văn hóa đối ngoại còn thiếu tính sáng tạo, đơn điệu, trùng lặp, chưa khai thác hết tiềm năng kho tàng văn hóa Việt Nam, chưa giới thiệu được sự phát triển của nền văn hóa, nghệ thuật Việt Nam hiện đại. Bên cạnh đó, cần nhìn nhận một thực tế là Việt Nam chưa có các sản phẩm văn hóa đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Sự liên kết, phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương, các tổ chức đối ngoại nhân dân, các tổ chức nghệ thuật, các nghệ sỹ tự do và các doanh nghiệp trong công tác văn hóa đối ngoại còn yếu. Do đó, có ít chương trình quảng bá văn hóa đối ngoại quy mô lớn tại nước ngoài.

Công tác truyền thông về văn hóa đối ngoại chưa được quan tâm thích đáng, do đó, chưa nhân rộng được ảnh hưởng và sức lan tỏa của các hoạt động văn hóa đối ngoại trong kỷ nguyên công nghệ số hiện nay.

## 3. Nguyên nhân của những hạn chế

Đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước đã đánh giá đúng vai trò của văn hóa và văn hóa đối ngoại đối với sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai thực hiện còn nhiều thiếu sót, trước hết từ khâu nhận thức chưa đầy đủ về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của văn hoá và văn hóa đối ngoại trong sự nghiệp đổi mới và phát triển đất nước. Chưa có một chiến lược văn hoá đối ngoại định hướng cho việc giao lưu, hợp tác quốc tế văn hóa, xây dựng hình ảnh đất nước, con người, văn hóa nghệ thuật Việt Nam thời kỳ mới.

Chưa có một cơ chế điều phối ở cấp quốc gia về các hoạt động văn hóa đối ngoại trong cả nước. Do đó, sự phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương, giữa trong nước và ngoài nước (các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài), giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân trong tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại còn thiếu tính chủ động và chưa hiệu quả.

Các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam còn non trẻ, các doanh nghiệp văn hóa có quy mô nhỏ lẻ, phân tán, chưa tạo ra được những sản phẩm đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại ở các Bộ, ngành, địa phương không đồng đều về trình độ, khả năng ngoại ngữ cũng như sự am hiểu về văn hóa, luật pháp và phong tục, tập quán quốc tế. Công tác nghiên cứu, định hướng hoạt động văn hóa đối ngoại còn yếu.

Về tổng thể, mức độ đầu tư cho ngành văn hóa trong tổng chi ngân sách tương đối thấp so với các lĩnh vực khác. Các nguồn vốn xã hội hóa và nguồn vốn nước ngoài cho lĩnh vực văn hóa, đặc biệt là công tác văn hóa đối ngoại, chiếm một tỷ trọng rất nhỏ, không đáng kể so với các lĩnh vực khác. Chưa có các chính sách khuyến khích, ưu đãi cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động văn hóa đối ngoại.

## **II. BỐI CẢNH, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC**

### **1. Bối cảnh quốc tế và trong nước**

#### **a) Bối cảnh quốc tế**

Trong bối cảnh quốc tế hiện nay, xu thế hoà bình, ổn định, độc lập, hợp tác để phát triển là xu thế chung. Trong đó, xu thế toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ và sâu rộng trên toàn thế giới. Đặc biệt trên lĩnh vực văn hóa, quá trình “toàn cầu hoá” diễn ra sôi động với sự hỗ trợ đắc lực của các phương tiện truyền thông đại chúng và sự bùng nổ của các ngành công nghiệp sáng tạo.

Hiện nay, “sức mạnh mềm”, “quyền lực mềm” đang là nhân tố cơ bản để nâng cao sức cạnh tranh quốc gia cũng như để mở rộng phạm vi ảnh hưởng của một nước trong khu vực và trên thế giới. Cũng vì vậy, việc gia tăng “sức mạnh mềm” đang được nhiều nước coi là trọng điểm trong chiến lược phát triển quốc gia. “Sức mạnh mềm” được thể hiện ở sức hấp dẫn, lan tỏa từ các giá trị văn hóa của quốc gia đó.

Do đó, văn hóa ngày càng được coi trọng, gắn văn hóa với phát triển, coi văn hóa là động lực, là nhân tố tạo điều kiện cho phát triển bền vững. Phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đang là xu thế của nền kinh tế thế giới và là ưu tiên trong chính sách phát triển của nhiều nước trong thời đại kinh tế tri thức.

Mặt khác, với những đặc thù riêng của văn hóa, các quốc gia ngày càng đề cao bản sắc văn hoá dân tộc, coi trọng việc giữ gìn và phát huy giá trị văn hoá truyền thống, đấu tranh chống khuynh hướng đồng hoá về văn hoá; đồng thời chọn lọc tiếp thu các giá trị tinh hoa văn hoá của nhân loại. Bản sắc văn hoá dân tộc là vấn đề trọng đại, sống còn của mỗi quốc gia. Trong bối cảnh toàn cầu hoá, văn hoá là một lĩnh vực dễ bị tác động, trong đó bản sắc văn hoá và văn hoá truyền thống dễ bị tác động hơn cả. Xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa bảo vệ bản sắc văn hoá dân tộc với tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hoá nhân loại sẽ làm phong phú cho văn hoá đất nước, thúc đẩy văn hoá-xã hội phát triển.

#### b) Bối cảnh trong nước

Những thành tựu của công cuộc đổi mới đã và đang tạo ra những thế và lực mới để chúng ta bước vào một thời kỳ phát triển mới. Vị thế Việt Nam ngày càng được củng cố và khẳng định trên trường quốc tế là tiền đề cần thiết cho công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Quan hệ đối ngoại của nước ta hiện nay với các nước, các tổ chức quốc tế và vùng lãnh thổ ngày càng được mở rộng.

Đảng và Nhà nước ta dành sự quan tâm đặc biệt đến công tác văn hoá đối ngoại. Chiến lược Phát triển văn hóa đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt năm 2009 xác định việc “Tăng cường, chủ động hợp tác và giao lưu quốc tế về văn hoá” là một trong những nhiệm vụ trọng tâm. Nghị quyết số 31/NQ-CP ngày 13 tháng 5 năm 2014 ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế đã xác định nhiệm vụ phải xây dựng Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Đặc biệt sự ra đời của Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI (Nghị quyết số 33-NQ/TW) về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước đã chỉ rõ: “Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội” và xác định rõ nhiệm vụ trọng tâm trong việc chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, mở rộng hợp tác văn hóa với các nước, thực hiện đa dạng các hình thức văn hóa đối ngoại, đưa các quan hệ quốc tế về văn hóa đi vào chiều sâu, đạt hiệu quả thiết thực; tiếp nhận có chọn lọc tinh hoa văn hóa thế giới, làm phong phú thêm văn hóa dân tộc.

Cùng với chủ trương, đường lối đúng đắn của Đảng và Nhà nước, những thành tựu phát triển văn hóa trong nước và các kết quả đạt được từ hoạt động văn hóa đối ngoại trong thời gian qua là cơ sở để đẩy mạnh văn hóa đối ngoại của Việt Nam trong thời kỳ mới, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển bền vững.

## 2. Cơ hội và thách thức

### a) Cơ hội

Việt Nam đang đứng trước những cơ hội lớn về văn hóa đối ngoại. Nhờ sự giao lưu văn hóa quốc tế được tăng cường mà nhân dân ta có thêm điều kiện thuận lợi để tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại - từ lối sống, nếp sống năng động, sáng tạo, tự lập, ý thức tôn trọng pháp luật, đề cao tinh thần dân chủ, công bằng đến những giá trị văn học nghệ thuật mang đậm tính nhân văn và hiện đại. Giới nghệ sỹ và những người làm sáng tạo nghệ thuật có cơ hội được cọ xát, giao lưu, tạo nguồn cảm hứng từ những giá trị văn hóa bên ngoài, làm giàu có thêm các sản phẩm sáng tạo.

Văn hóa Việt Nam cũng có nhiều điều kiện thuận lợi để giới thiệu với quốc tế bằng các phương cách và hình thức khác nhau.

### b) Thách thức

Quá trình toàn cầu hóa thúc đẩy mạnh mẽ xu hướng giao lưu văn hóa và mở rộng ảnh hưởng văn hoá giữa các quốc gia, dân tộc. Bên cạnh những mặt tích cực, xu hướng này đã, đang và sẽ làm cho đời sống văn hóa, đặc biệt là các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc biến đổi nhanh chóng, tạo áp lực rất lớn đối với việc duy trì bản sắc văn hóa dân tộc. Tính chất đa dạng phong phú của các nền văn hóa dân tộc có nguy cơ bị thay thế bằng một nền văn hóa “đồng dạng”, tạo ra sự đồng nhất, nghèo nàn về văn hóa.

Bên cạnh thách thức về việc mất bản sắc và bị “lai căng”, văn hóa Việt Nam còn đứng trước nguy cơ “tụt hậu” trong sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa, đánh mất thị trường tiêu thụ và bỏ lỡ cơ hội tạo dựng “sức mạnh mềm” từ các giá trị văn hóa.

## III. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ

### 1. Quan điểm:

Thứ nhất, văn hóa đối ngoại là một bộ phận quan trọng đặc biệt của nền văn hóa quốc gia, thể hiện sức mạnh nội sinh của dân tộc, có vai trò tích cực trong việc nâng cao vị thế của đất nước, con người và văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho công cuộc hội nhập quốc tế của đất nước.

Thứ hai, văn hóa đối ngoại Việt Nam là nền văn hóa đối ngoại hòa bình, hữu nghị, hợp tác, cùng phát triển, tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, thống nhất trong đa dạng.

Thứ ba, phát triển văn hóa đối ngoại Việt Nam là sự nghiệp toàn dân, của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước, trong đó Nhà nước đóng vai trò chỉ đạo, định hướng, hỗ trợ về cơ chế, chính sách và xây dựng thông điệp hình ảnh quốc gia.

Thứ tư, phát triển văn hóa đối ngoại phải đồng bộ, toàn diện, gắn liền với các nhiệm vụ đối ngoại của đất nước, đồng thời phải dựa trên cơ sở phát triển văn hóa trong nước, gắn bó chặt chẽ với quá trình xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.

## 2. Mục tiêu

### a) Mục tiêu chung

Chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa để quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam ra thế giới, tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại nhằm xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của đất nước, góp phần bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc.

### b) Mục tiêu cụ thể

- Quảng bá các giá trị văn hóa của dân tộc ra thế giới, làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước, con người, văn hóa Việt Nam, tạo dựng lòng tin và sự yêu mến đối với Việt Nam, góp phần thúc đẩy việc triển khai quan hệ hợp tác trên các lĩnh vực khác.

- Tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại, làm phong phú và sâu sắc thêm những giá trị văn hóa truyền thống, góp phần xây dựng nền văn hóa con người Việt Nam phát triển toàn diện, hướng đến chân - thiện - mỹ, thấm nhuần tinh thần dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học.

- Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa theo hướng chuyên nghiệp và đồng bộ, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa ra các thị trường nước ngoài, góp phần đưa thương hiệu văn hóa Việt Nam ra thế giới, quảng bá văn hóa quốc gia.

## 3. Nhiệm vụ trọng tâm

Đến năm 2020:

- Xây dựng và vận hành cơ chế điều phối quốc gia về văn hóa đối ngoại.

- Phát triển những loại hình, mô hình, phương thức hoạt động văn hoá đối ngoại đa dạng, hiệu quả để giới thiệu các giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới thông qua các hoạt động văn hoá nghệ thuật và truyền thông phù hợp với từng địa bàn. Cụ thể là các Ngày Văn hóa, Tuần Văn hoá Việt Nam, các Lễ hội Văn hóa - Du lịch, các hoạt động xúc tiến, quảng bá văn hóa - du lịch tại nước ngoài, tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa nghệ thuật quốc tế lớn như EXPO, Biennale, các Liên hoan phim nổi tiếng...

- Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, xây dựng biểu tượng văn hóa quốc gia và một số thương hiệu sản phẩm văn hóa quốc gia.



- Tiến hành xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ văn hóa Việt Nam ra nước ngoài, xây dựng thị phần cho công nghiệp văn hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế.

- Thành lập một số Trung tâm Văn hoá ở một số địa bàn trọng điểm trên thế giới và xây dựng trung tâm dịch thuật, quảng bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài.

- Thiết lập đội ngũ Tham tán văn hóa, Tùy viên Văn hóa tại các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài và hệ thống Trung tâm Văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài.

- Hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hoá từ trong nước; có các chính sách nhằm gắn kết cộng đồng, phát huy trí tuệ, tài năng sáng tạo, đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước.

- Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác văn hóa đối ngoại. Hợp tác với các nước để đào tạo, bồi dưỡng tài năng văn hoá, nghệ thuật; đào tạo cán bộ chuyên môn trình độ cao.

- Xây dựng và phát triển một số Liên hoan nghệ thuật quốc tế có thương hiệu tại Việt Nam, tạo điều kiện cho công chúng Việt Nam được tiếp cận với các nền văn hóa, nghệ thuật đa dạng của thế giới, khẳng định năng lực tổ chức các sự kiện quốc tế của Việt Nam, nâng cao vị thế, uy tín đất nước.

- Tạo điều kiện thuận lợi để các nước, các tổ chức quốc tế, các cơ quan văn hóa, du lịch nước ngoài giới thiệu đất nước, con người, văn hoá, du lịch tại Việt Nam. Phối hợp triển khai các Tuần Văn hoá, những sự kiện văn hóa lớn của các nước tại Việt Nam.

- Thu hút các nguồn lực hỗ trợ cho phát triển văn hóa nghệ thuật, góp phần thực hiện chính sách xã hội hoá. Tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại theo hình thức xã hội hóa với sự tham gia của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước.

- Tăng cường các hoạt động giao lưu nhân dân, đặc biệt là giao lưu biên giới

Trong giai đoạn đến năm 2020, các nhiệm vụ này sẽ được ưu tiên triển khai tại các địa bàn trọng điểm như: Nhóm địa bàn có quan hệ truyền thống lâu đời và gần gũi về địa lý như Trung Quốc, Lào, Căm-pu-chia và các nước khác thuộc khối ASEAN trong đó ưu tiên việc xây dựng và phát huy cộng đồng văn hóa - xã hội ASEAN; các nước đối tác chiến lược ở châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu, Bắc Mỹ. Duy trì và chuẩn bị tăng cường, mở rộng các hoạt động tại các địa bàn Nam Mỹ, Trung Đông và châu Phi.

Tầm nhìn đến năm 2030:

- Đưa các quan hệ quốc tế về văn hoá đã được thiết lập đi vào chiều sâu, chủ động, ổn định. Mở rộng quan hệ với các quốc gia, các vùng lãnh thổ, các tổ chức văn hoá quốc tế, các tập đoàn kinh tế, các cơ quan văn hóa trong khu vực và trên thế giới, hướng đến triển khai các chương trình hợp tác thực chất, hiệu quả.

Giai đoạn từ năm 2030 sẽ tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động ở các địa bàn trên và tăng cường các hoạt động ở các khu vực Nam Mỹ, Trung Đông, châu Phi và những địa bàn có khoảng cách địa lý xa.

- Văn hóa Việt Nam có những đóng góp mới được ghi nhận trong đời sống văn hóa thế giới và cộng đồng quốc tế.

- Thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam phát triển, định vị văn hóa và sáng tạo như những thành tố then chốt của các thành phố lớn, để các thành phố này có thể trở thành các trung tâm về kinh tế sáng tạo ở châu Á.

#### **IV. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN**

##### **1. Giải pháp về chính sách**

- Hoàn thiện các chính sách nhằm nâng cao nhận thức, ý thức của toàn dân, toàn hệ thống chính trị về công tác văn hóa đối ngoại để toàn dân, toàn hệ thống chính trị nhận thức toàn diện, đúng đắn và tích cực về việc thực hiện văn hóa đối ngoại.

- Xây dựng cơ chế, chính sách về tài chính, tài trợ cho công tác giao lưu, hợp tác về văn hóa nghệ thuật của các đơn vị nghệ thuật và nghệ sỹ Việt Nam..

- Xây dựng và cụ thể hóa chính sách xã hội hóa các hoạt động văn hóa đối ngoại và những chính sách ưu tiên về thuế.

- Xây dựng hệ thống chính sách tạo điều kiện cho văn nghệ sỹ trí thức người Việt Nam ở nước ngoài có sáng tác về Việt Nam.

- Xây dựng chính sách phát triển nguồn nhân lực dài hạn, ngắn hạn trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật.

- Xây dựng và triển khai thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Từng bước hình thành thị trường quốc tế cho các loại hình văn hoá, nghệ thuật Việt Nam. Tạo điều kiện thuận lợi cho hợp tác kinh tế, xúc tiến đầu tư nước ngoài trên lĩnh vực văn hóa, thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

##### **2. Giải pháp về xây dựng sản phẩm văn hóa đối ngoại**

- Sản xuất những tác phẩm điện ảnh xuất sắc, chất lượng cao tham gia các liên hoan phim quốc tế quan trọng.

- Xây dựng kế hoạch tổ chức các triển lãm giới thiệu mỹ thuật Việt Nam có chất lượng nghệ thuật cao ra thế giới. Tuyển chọn các bộ sưu tập hội họa, các tác phẩm mỹ thuật đặc sắc của Việt Nam trưng bày ở các nước, kết hợp tổ chức hội thảo giới thiệu về mỹ thuật truyền thống và đương đại Việt Nam.

- Xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật hấp dẫn, chất lượng cao, vừa đáp ứng nhu cầu thưởng thức trong nước, vừa giới thiệu hiệu quả nghệ thuật Việt Nam ra quốc tế.

- Khuyến khích đồng sản xuất, hợp tác sản xuất với các đối tác nước ngoài trên các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật như điện ảnh, truyền hình, âm nhạc, múa .v.v.

- Trao đổi các trưng bày bảo tàng với các bảo tàng uy tín của các nước trên thế giới để giới thiệu kho tàng di sản văn hóa, lịch sử và nền văn hiến lâu đời của Việt Nam.

- Sáng tạo, đổi mới việc tổ chức Ngày Văn hóa, Tuần Văn hóa Việt Nam, Lễ hội Văn hóa - Du lịch Việt Nam ở nước ngoài. Phối hợp tổ chức các sự kiện, chương trình hoạt động văn hoá nghệ thuật có lồng ghép với các chương trình giới thiệu về ẩm thực Việt Nam, quảng bá hợp tác về đầu tư, thương mại, du lịch, thể thao... ở quy mô quốc gia và quốc tế nhằm thúc đẩy công tác truyền thông quốc tế, giới thiệu, quảng bá văn hóa, đất nước, con người Việt Nam.

- Tổ chức các chương trình giao lưu nghệ thuật vùng biên giới và giao lưu với các dân tộc thiểu số của các nước trong khu vực và thế giới nhằm tăng cường và phát huy sức mạnh và hiệu quả của đối ngoại nhân dân.

### 3. Giải pháp về quảng bá, truyền thông

- Xây dựng các danh hiệu Đại sứ văn hóa, Đại sứ Du lịch của Việt Nam tại các địa bàn trên thế giới.

- Đa dạng hóa các sản phẩm, hình thức truyền thông ra quốc tế bằng tiếng nước ngoài (ưu tiên các tiếng Anh, Pháp, Trung Quốc, Nga, Tây Ban Nha, Lào, Chăm-pu chia...): Sản xuất các ấn phẩm sách báo, báo điện tử, các cơ quan truyền thông lớn của Việt Nam có chuyên trang bằng tiếng nước ngoài; xây dựng chương trình truyền hình đối ngoại giới thiệu văn hóa nghệ thuật Việt Nam, sản xuất băng đĩa, phim ảnh... có phụ đề bằng tiếng nước ngoài; xây dựng thư viện trên mạng bằng tiếng Việt và bằng tiếng nước ngoài, áp dụng các loại hình truyền thông mới như mạng xã hội... để vươn tới phục vụ đông đảo cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và bạn bè quốc tế.

- Phát huy mạng lưới thông tin đối ngoại của các cơ quan truyền thông chính thống để phát triển văn hóa đối ngoại của Việt Nam bằng tất cả các loại hình thông tin; tiếp tục huy động sự tham gia tích cực của hệ thống văn phòng đại diện ở nước ngoài của các cơ quan thông tấn báo chí để phối hợp tổ chức và thông tin về các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở nước ngoài.

- Có phương thức truyền thông hiệu quả khi tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại tại nước ngoài, thu hút sự tham gia của các hãng truyền thông uy tín tại địa bàn nước sở tại và các hãng truyền thông lớn trong khu vực và trên thế giới.

- Đẩy mạnh các hoạt động văn hóa đối ngoại nhân dân ở cấp độ doanh nghiệp và các đoàn thể để tranh thủ quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam tới đông đảo công chúng trên thế giới.

- Tăng cường về phạm vi, mức độ, quy mô và chất lượng các hoạt động quảng bá văn hoá, nghệ thuật Việt Nam tới cộng đồng quốc tế và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài từ những sự kiện đã và đang thực hiện như Ngày Văn hóa Việt Nam, Tuần Văn hóa Việt Nam, Lễ hội Văn hoá - Du lịch... với các chương trình đa dạng và có trọng điểm.

- Tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa, nghệ thuật lớn của thế giới như EXPO, các triển lãm mỹ thuật thế giới, Liên hoan phim quốc tế...

#### 4. Giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực

- Tăng cường giáo dục về việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tốt đẹp tiêu biểu, đã qua sàng lọc, lựa chọn góp phần đưa các giá trị đó vào đời sống, trong ứng xử, văn học, báo chí, phim ảnh, đào tạo... và trong các chương trình giao lưu, hợp tác quốc tế với nước ngoài..

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác văn hóa đối ngoại. Nâng cao trình độ ngoại ngữ và kiến thức về văn hóa và văn hóa đối ngoại cho đội ngũ cán bộ làm công tác đối ngoại, cán bộ công tác nhiệm kỳ tại các cơ quan đại diện của Việt Nam, các Trung tâm văn hóa, Nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài, cơ quan Thông tấn chính thức của Việt Nam ở nước ngoài cũng như đội ngũ cán bộ làm công tác đối ngoại và văn hóa đối ngoại trong nước.

- Đào tạo và xây dựng đội ngũ cán bộ Tham tán Văn hóa, Tùy viên văn hóa tại nước ngoài.

- Tranh thủ các hoạt động hợp tác quốc tế để đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động văn hóa đối ngoại.

#### 5. Giải pháp về tổ chức

- Xây dựng một cơ chế điều phối quốc gia về văn hóa đối ngoại, trong đó Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch giữ vai trò chủ trì, phối hợp với các Bộ, ban, ngành, địa phương, doanh nghiệp, đoàn thể xã hội, văn nghệ sỹ và các tổ chức, cá nhân liên quan trong việc tổ chức các chương trình quảng bá hình ảnh quốc gia và các hoạt động văn hóa nghệ thuật Việt Nam ở nước ngoài.

- Phát triển hệ thống các Trung tâm Văn hoá Việt Nam ở nước ngoài tại các địa bàn trọng điểm trên thế giới. Các Trung tâm là “ngôi nhà chung” để quảng bá văn hoá, hình ảnh đất nước con người Việt Nam, kết nối cộng đồng quốc tế và người Việt Nam ở nước ngoài.

Cụ thể như sau: Năm 2015:

+ Hoàn thiện việc xây dựng mới Trung tâm Văn hoá Việt Nam tại Lào.

+ Hoàn thiện việc cải tạo Trung tâm Văn hoá Việt Nam tại Pháp.

Từ năm 2015 đến 2020:

Xây dựng các Trung tâm Văn hoá Việt Nam tại Căm-pu-chia, Liên bang Nga, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Trung Quốc.

Từ năm 2020 - 2030: Tiếp tục phát triển mô hình các Trung tâm Văn hoá tại các địa bàn trọng điểm trên thế giới theo yêu cầu đối ngoại của Đảng và Nhà nước trong tình hình mới.

#### 6. Giải pháp về nguồn lực tài chính

- Nhà nước tăng đầu tư ngân sách cho các hoạt động văn hoá đối ngoại, để chủ động triển khai các chương trình quảng bá hình ảnh quốc gia, chương trình phục vụ các sự kiện có ý nghĩa chính trị ngoại giao của Nhà nước ở nước ngoài.

- Tạo điều kiện và khuyến khích các tổ chức phi chính phủ, các hiệp hội, các doanh nghiệp và nghệ sỹ tự do tham gia vào các hoạt động văn hóa đối ngoại nhằm đa dạng hoá các nguồn lực vật chất cho các hoạt động.

#### 7. Giải pháp đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

- Gắn kết các hoạt động văn hoá đối ngoại với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng lưu học sinh Việt Nam ở nước ngoài.

- Phát huy tài năng, tâm huyết của lực lượng trí thức, văn nghệ sỹ người Việt Nam ở nước ngoài trong việc tham gia phát triển văn hoá, văn học, nghệ thuật của đất nước.

- Quan tâm, tạo điều kiện để cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng lưu học sinh được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hoá lành mạnh từ trong nước; đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, giữ gìn và phát huy truyền thống văn hoá Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt cộng đồng người Việt Nam xa Tổ quốc.

- Triển khai Chương trình dạy tiếng Việt cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, “giữ gìn sự trong sáng của Tiếng Việt”.

## V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, tổ chức triển khai thực hiện Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030; xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch văn hóa đối ngoại hàng năm có sự gắn kết, bổ trợ với Kế hoạch thông tin đối ngoại và Kế hoạch ngoại giao văn hóa; chỉ đạo hoạt động của các Trung tâm văn hóa, Nhà văn hóa Việt Nam tại nước ngoài theo kế hoạch dài hạn và hàng năm. Hàng năm, báo cáo Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện Chiến lược này.

2. Bộ Ngoại giao chỉ đạo các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài và các đơn vị liên quan phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ, ngành có liên quan trong việc tổ chức và triển khai các hoạt động văn hóa đối ngoại; chủ trì, phối hợp triển khai hệ thống Tham tán văn hóa, Tùy viên văn hóa tại các cơ quan đại diện và Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài.

3. Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành liên quan bố trí kinh phí xây dựng các Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ; đảm bảo ngân sách hàng năm cho các hoạt động văn hóa đối ngoại, xây dựng chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế - xã hội đầu tư cho hoạt động văn hóa đối ngoại.

4. Bộ Nội vụ phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao xác định biên chế, xây dựng các chế độ, chính sách đối với cán bộ làm công tác văn hóa đối ngoại ở Việt Nam và ở các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, các trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài.

5. Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành liên quan xây dựng cơ chế, chính sách để phát triển và quản lý việc xuất bản, phổ biến ra nước ngoài những ấn phẩm quảng bá văn hóa và hình ảnh Việt Nam, phối hợp triển khai các hoạt động thông tin tuyên truyền về văn hóa đối ngoại.

6. Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông và các Bộ, ngành liên quan xây dựng những chương trình, sản phẩm truyền thông, quảng bá văn hóa, đất nước, con người Việt Nam phát sóng ở nước ngoài và tiến hành hợp tác, trao đổi để phát trên các kênh/phương tiện truyền thông quốc tế.

7. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, các tổ chức đối ngoại nhân dân theo chức năng và nhiệm vụ Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030 trong phạm vi thẩm quyền;

phối hợp với Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành khác triển khai thực hiện các nhiệm vụ văn hóa đối ngoại phạm vi toàn quốc và quốc tế.

8. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm triển khai các hoạt động văn hóa đối ngoại trên địa bàn theo thẩm quyền; xây dựng và chỉ đạo thực hiện các kế hoạch văn hóa đối ngoại hàng năm phù hợp với Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030 và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương trong cùng thời kỳ. Hàng năm, có báo cáo gửi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp báo cáo Thủ tướng Chính phủ./

**THỦ TƯỚNG**



**Nguyễn Tấn Dũng**



**Phụ lục**

**DANH MỤC CÁC NHIỆM VỤ THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC VĂN HÓA  
ĐỐI NGOẠI CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030**

*(Ban hành kèm theo Chiến lược tại Quyết định số 240/QĐ-TTg ngày 08 tháng 02 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ)*

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/thực hiện
I	<b>XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN HỆ THỐNG PHÁP LUẬT, CHÍNH SÁCH PHỤC VỤ CÔNG TÁC VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI</b>					
1	Xây dựng quy chế liên ngành triển khai công tác văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Giao thông vận tải, Tổng Công ty Hàng không Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, UBND các tỉnh, thành trong cả nước, các tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị - xã hội - nghề nghiệp ở trung ương và địa phương		Thủ tướng Chính phủ	2015



2	Tiếp tục triển khai thực hiện các đề án, nhiệm vụ của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Bộ, ngành liên quan	Các Đề án, chương trình		2015 - 2020
<b>II</b>	<b>QUẢNG BÁ, TRUYỀN THÔNG</b>					
1	Hàng năm, tổ chức các đợt tập huấn tuyên truyền và phổ biến về vai trò và vị trí của văn hóa đối ngoại tới các cấp, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan trung ương, các địa phương, các doanh nghiệp	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch,	Bộ Thông tin và Truyền thông, Ban Tuyên giáo Trung ương, địa phương	Các lớp tập huấn theo từng địa bàn		2015 - 2020
2	Xây dựng Đề án giới thiệu danh nhân, anh hùng dân tộc Việt Nam với cộng đồng quốc tế	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Ban Đối ngoại Trung, Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông	Đề án	Thủ tướng Chính phủ	2016
3	Tiếp tục thực hiện các chương trình thuộc Đề án cung ứng dịch vụ phát thanh truyền hình qua mạng internet phục vụ người Việt Nam ở nước ngoài giai đoạn 2015 - 2020	Bộ Thông tin và Truyền thông	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao	Trang điện tử, chương trình truyền hình, băng đĩa		Hàng năm

4	Xây dựng kế hoạch tổ chức Những ngày Văn hóa/Tuần Văn hóa/Tháng văn hóa/Năm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch Đầu tư, Tổng Công ty Hàng không Việt Nam	Đề án		2015 - 2020
5	Đề án quảng bá và tuyên truyền về các di sản văn hóa (vật thể và phi vật thể), di sản tự nhiên của Việt Nam được UNESCO công nhận	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	UBQG UNESCO Việt Nam, Bộ Ngoại giao, Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Thông tấn xã Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam và các địa phương có di sản	Đề án		2016
<b>III</b>	<b>XÂY DỰNG SẢN PHẨM VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI</b>					
1	Tiếp tục thực hiện Quy hoạch phát triển điện ảnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 để phục vụ văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch		Các tác phẩm điện ảnh chất lượng cao		2015 - 2020

2	Tổ chức các triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh Việt Nam tại các nước trong khu vực và thế giới.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao	Các triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh hàng năm		2015 - 2020
3	Xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật mang đậm bản sắc văn hóa Việt Nam để giới thiệu ra thế giới	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	UBND các tỉnh, thành phố	Các chương trình nghệ thuật		2015 - 2020
4	Xây dựng Đề án giới thiệu âm thực Việt Nam với cộng đồng quốc tế	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, các địa phương	Đề án		2016
<b>IV</b>	<b>XÂY DỰNG TỔ CHỨC</b>					
1	Đề án xây dựng các Trung tâm văn hóa Việt Nam tại nước ngoài giai đoạn 2016 - 2020	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ	Các trung tâm văn hóa	Quyết định của Thủ tướng Chính phủ	2016 - 2020
2	Hình thành đội ngũ Tham tán văn hóa, Tùy viên văn hóa tại các cơ quan đại diện của ta tại nước ngoài và các Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ	Tham tán văn hóa, tùy viên văn hóa		2015 - 2020
<b>V</b>	<b>ĐÀO TẠO VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC</b>					
1	Đề án cấp học bổng nghiên cứu về văn hóa và ngôn ngữ Việt Nam cho sinh viên nước ngoài	Bộ Giáo dục và Đào tạo,	Bộ Tài chính, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Đề án		2015

2	Tăng cường triển khai thực hiện Đề án Đào tạo cán bộ ở nước ngoài bằng ngân sách nhà nước giai đoạn 2013 - 2020 (theo Quyết định số 599/TTg ngày 17/4/2013 của Thủ tướng Chính phủ); Đề án Xây dựng đội ngũ trí thức ngành Văn hoá, Thể thao và Du lịch đến năm 2020 (theo Quyết định số 958/QĐ-TTg ngày 24/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ); Đề án Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, giảng viên trình độ cao trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, giai đoạn 2011 - 2020 (theo Quyết định số 808/QĐ-TTg ngày 30/5/2011 của Thủ tướng Chính phủ) và Đề án Đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo của các trường văn hóa nghệ thuật giai đoạn 2011 - 2020	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Giáo dục và Đào tạo	Đề án		2015 - 2020
3	Xây dựng chương trình bồi dưỡng, nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Bộ, ngành liên quan	Đề án		2015 - 2020
4	Xây dựng Đề án huy động lực lượng trí thức, văn nghệ sĩ người Việt Nam ở nước ngoài trong việc tham gia phát triển và quảng bá văn hoá, nghệ thuật của Việt Nam	Ủy ban Nhà nước về Người Việt Nam ở nước ngoài, Bộ Ngoại giao	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Đề án		2016