

KẾ HOẠCH

Truyền thông về công nghiệp văn hóa, quyền tác giả và quyền liên quan

*(Kèm theo Quyết định số /QĐ-BVHTTDL ngày tháng năm 2025
của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)*

Thực hiện chương trình công tác năm 2025, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch truyền thông về công nghiệp văn hóa, quyền tác giả và quyền liên quan năm 2025 với các nội dung chính như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương, các tổ chức, cá nhân hoạt động liên quan đến lĩnh vực công nghiệp văn hóa, quyền tác giả, quyền liên quan.

- Tạo chuyển biến, nâng cao hiệu lực, hiệu quả trong hoạt động quản lý và thực thi pháp luật về quyền tác giả, quyền liên quan; thúc đẩy sáng tạo văn hóa, nghệ thuật, tạo thêm nhiều tác phẩm sáng tạo và khoa học có giá trị phục vụ công chúng.

- Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến và truyền thông có chất lượng, thu hút sự quan tâm của cộng đồng doanh nghiệp và người dân trong nước, quốc tế đối với lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, quyền tác giả, quyền liên quan và các ngành công nghiệp văn hóa, giải trí đang có những đóng góp đáng kể cho nền kinh tế của Việt Nam.

2. Yêu cầu

- Nội dung truyền thông bám sát các quan điểm chỉ đạo của Đảng, Chính phủ, cơ chế chính sách của nhà nước về phát triển các sản phẩm công nghiệp văn hóa; thực thi quyền tác giả, quyền liên quan trong việc bảo vệ và thúc đẩy sáng tạo.

- Hoạt động truyền thông triển khai đa dạng về hình thức, sáng tạo nội dung, truyền tải sinh động, kịp thời và hấp dẫn, trên các phương tiện truyền thông, bao gồm cả các phương tiện truyền thông số trên Internet (mạng xã hội facebook, Tiktok...), video trực tuyến (youtube...), đảm bảo thiết thực, hiệu quả, ưu tiên những hoạt động thực tiễn, mô hình điểm, điển hình tiên tiến, có hoạt động và sản phẩm uy tín trên thị trường, có tính thúc đẩy sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ phát triển trong các ngành công nghiệp văn hóa.

- Các sản phẩm truyền thông phải thể hiện rõ bộ nhận diện, tên cơ quan chủ trì thực hiện truyền thông và bản quyền sở hữu đối với sản phẩm truyền thông theo đúng quy định của Luật Sở hữu trí tuệ và Nghị định số 17/2023/NĐ-CP của Chính phủ, Luật Báo chí và các quy định liên quan.

II. NỘI DUNG

1. Truyền thông chính sách

a) Định hướng, nâng cao nhận thức xã hội về quan điểm, định hướng của Đảng và Nhà nước về công nghiệp văn hóa, quyền tác giả, quyền liên quan. Giới thiệu về các cơ chế, chính sách hỗ trợ tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân đang hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa, qua đó góp phần thúc đẩy sự tham gia tích cực của các chủ thể sáng tạo trong quá trình phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam.

b) Giới thiệu các Nghị quyết, Chỉ thị, Chiến lược, Chương trình của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, đặc biệt là những văn bản quy định về cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp sáng tạo và thúc đẩy phát triển sản phẩm văn hóa, nghệ thuật. Trong đó, cần ưu tiên truyền tải sâu rộng các nội dung của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, nhấn mạnh các ngành công nghiệp văn hóa ưu tiên phát triển, chính sách thí điểm và giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư, sản xuất, phân phối sản phẩm công nghiệp văn hóa trong nước và quốc tế.

c) Truyền thông nâng cao nhận thức của cộng đồng xã hội, đặc biệt là giới sáng tạo, doanh nghiệp và người sử dụng sản phẩm văn hóa về vai trò quan trọng của bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan. Phổ biến kịp thời các quy định pháp luật liên quan, cơ chế xử lý vi phạm bản quyền, đồng thời giới thiệu vai trò của các tổ chức tập thể đại diện quyền trong việc hỗ trợ tác giả và chủ sở hữu trong việc khai thác quyền tác giả, quyền liên quan.

2. Truyền thông theo chủ đề

2.1. Về lĩnh vực Điện ảnh:

Nội dung truyền thông trong lĩnh vực điện ảnh tập trung các đề tài: điện ảnh Việt Nam trong kỷ nguyên số; tương lai của điện ảnh Việt - cơ hội và thách thức; khám phá sức mạnh văn hóa và tiềm năng kinh tế từ hoạt động điện ảnh; điện ảnh Việt Nam - sự sáng tạo và hành trình chinh phục khán giả; thách thức trong công tác bảo hộ và thực thi bản quyền tác giả tác phẩm điện ảnh trên nền tảng số.

2.2. Về lĩnh vực Âm nhạc

Nội dung truyền thông trong lĩnh vực âm nhạc tập trung các đề tài: sự phát triển mạnh mẽ của thị trường âm nhạc hiện đại - thực tiễn ở Việt Nam thời

gian qua; cơ hội và thách thức thị trường âm nhạc khi hội nhập quốc tế; sức mạnh của thị trường âm nhạc hiện đại tác động đến giới trẻ; nhạc số và việc thanh toán tiền bản quyền.

2.3. Về lĩnh vực Thủ công mỹ nghệ

Nội dung truyền thông trong lĩnh vực thủ công mỹ thuật tập trung các đề tài: bảo tồn và phát huy giá trị truyền thống của các làng nghề; sản phẩm truyền thống với cơ hội thị trường trong nước và quốc tế; chất lượng và sự bền vững trong sản xuất thủ công mỹ nghệ Việt Nam; thủ công mỹ nghệ Việt Nam - phát triển và hội nhập trong kỷ nguyên số; bảo tồn và bảo hộ bản quyền tác giả đối với các tri thức truyền thống.

2.4. Về lĩnh vực Thời trang

Nội dung truyền thông trong lĩnh vực thời trang tập trung các đề tài: bảo tồn và phát huy giá trị truyền thống ngành thiết kế thời trang Việt Nam; thời trang Việt Nam - sự sáng tạo không giới hạn; hội nhập và thách thức toàn cầu của ngành thời trang; từ những nhà thiết kế thời trang trẻ đến thương hiệu lớn; thời trang Việt Nam hướng đến phát triển bền vững.

2.5. Về lĩnh vực Phần mềm và trò chơi giải trí

Nội dung truyền thông trong lĩnh vực phần mềm và trò chơi giải trí tập trung các đề tài: phát triển trò chơi giải trí Việt Nam - từ những bước đi đầu tiên đến ngành công nghiệp phần mềm; sáng tạo, đổi mới, ứng dụng công nghệ mới trong ngành trò chơi điện tử Việt Nam; hướng đi bền vững cho ngành phần mềm và trò chơi giải trí Việt Nam; phát triển thị trường game Việt Nam và cơ hội xuất khẩu; hướng phát triển game mobile Việt Nam trong kỷ nguyên công nghệ số; bản quyền phần mềm - thách thức đặt ra và hướng giải quyết.

III. YÊU CẦU VỀ SẢN PHẨM

1. Sản phẩm truyền thông

1.1. Sản phẩm đăng tải trên các phương tiện truyền thông truyền thống đài phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử gồm: tin, bài phản ánh thời sự về hoạt động xây dựng và thực thi chính sách trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa và quyền tác giả. Chuyên đề, phóng sự, phỏng vấn nhân vật, doanh nghiệp, nghệ sĩ điển hình trong hoạt động sáng tạo, sản xuất và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Tọa đàm, phim tài liệu ngắn về những thành tựu, thách thức và định hướng phát triển của ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam.

1.2. Sản phẩm đăng tải trên nền tảng truyền thông kỹ thuật số đa phương tiện như các kênh số như Facebook, YouTube, TikTok, Instagram: Video clip kết hợp hình ảnh trực quan, âm thanh sinh động. Bài viết, infographic, podcast và talkshow cung cấp thông tin chuyên sâu về chính sách công nghiệp văn hóa,

bản quyền, xu hướng sáng tạo hiện đại. Livestream và tọa đàm trực tuyến với sự tham gia của chuyên gia, nghệ sĩ, doanh nghiệp sáng tạo, tăng tính tương tác với công chúng.

2. Yêu cầu truyền thông

a) Về nội dung: thông tin truyền thông phải bám sát định hướng, mục tiêu của Kế hoạch đã đề ra; phản ánh đầy đủ, chính xác các chủ trương, chính sách, quy định pháp luật liên quan đến phát triển công nghiệp văn hóa và bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan. Nội dung phải được xây dựng phù hợp với từng nhóm đối tượng thụ hưởng, bảo đảm tính thiết thực, dễ hiểu, dễ tiếp cận, góp phần nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành động trong cộng đồng sáng tạo, doanh nghiệp và công chúng nói chung.

b) Về hình thức thể hiện: hình thức truyền thông cần hấp dẫn, sinh động, hiện đại, sử dụng ngôn ngữ gần gũi, dễ tiếp cận, đặc biệt là với giới trẻ. Các sản phẩm truyền thông đảm bảo về thuần phong mỹ tục, pháp luật Việt Nam, đồng thời bắt nhịp với xu hướng thị hiếu và công nghệ truyền thông số hiện đại.

c) Về ứng dụng công nghệ, kỹ thuật: tăng cường tích hợp giải pháp công nghệ số, truyền thông đa nền tảng để mở rộng khả năng tiếp cận, nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp và tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực. Đồng thời, khuyến khích sử dụng công cụ phân tích dữ liệu truyền thông để đánh giá hiệu quả và tối ưu hóa hoạt động truyền thông theo thời gian thực hiện.

IV. THỜI GIAN VÀ ĐƠN VỊ THỰC HIỆN TRUYỀN THÔNG

1. Thời gian thực hiện: từ tháng 8/2025 đến 31/12/2025.

2. Đơn vị thực hiện truyền thông:

2.1. Việc lựa chọn các đơn vị truyền thông thực hiện theo quy định của pháp luật đảm bảo phù hợp với chức năng, nhiệm vụ.

2.2. Nội dung được truyền thông trên các phương tiện:

- Cổng thông tin điện tử của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch;
- Đài Truyền hình Việt Nam (VTV);
- Đài tiếng nói Việt Nam (VOV);
- Đài truyền hình thành phố Hồ Chí Minh (HTV);
- Truyền hình cáp Việt Nam (VTVcab);
- Các cơ quan báo chí: Báo Nhân dân, Báo Đại biểu Quốc hội, Báo Văn hóa, Báo Thể thao và Văn hóa, Báo VTC News, Tạp chí nghiên cứu văn hóa nghệ thuật
- Trang thông tin điện tử và các kênh truyền thông mạng xã hội do Cục Bản quyền tác giả quản lý và vận hành.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Cục Bản quyền tác giả

- Chủ trì tổ chức triển khai các hoạt động phù hợp với chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực chuyên môn được phân công; bảo đảm nội dung truyền thông bám sát mục tiêu, trọng tâm của Kế hoạch.

- Phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông xây dựng nội dung chi tiết sản phẩm truyền thông theo từng đề tài, lĩnh vực tuyên truyền được xác định trong Kế hoạch, đảm bảo hiệu quả và đúng định hướng.

- Tổ chức tổng kết, đánh giá kết quả công tác truyền thông, rút kinh nghiệm, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả tuyên truyền trong giai đoạn tiếp theo, báo cáo Lãnh đạo Bộ và các cơ quan có thẩm quyền theo quy định.

2. Các đơn vị trực thuộc Bộ: có trách nhiệm phối hợp với Cục Bản quyền tác giả trong quá trình triển khai thực hiện nội dung Kế hoạch đã được phê duyệt khi có yêu cầu, đảm bảo đúng tiến độ và tuân thủ các quy định của pháp luật.

3. Vụ Kế hoạch, Tài chính

Thẩm định dự toán kinh phí và phối hợp báo cáo Lãnh đạo Bộ những vấn đề liên quan đến tài chính.

Trên đây là Kế hoạch Truyền thông về công nghiệp văn hóa, quyền tác giả và quyền liên quan năm 2025 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, đề nghị các đơn vị có liên quan nghiêm túc triển khai thực hiện theo đúng tiến độ. Trong quá trình triển khai thực hiện, nếu phát sinh các nội dung cần điều chỉnh hoặc vượt quá thẩm quyền, các đơn vị gửi văn bản về Cục Bản quyền tác giả để tổng hợp, báo cáo Lãnh đạo Bộ xem xét, quyết định./.