

# Quản trị truyền thông số trên mạng xã hội với vấn đề bảo đảm an ninh mạng tại Ngân hàng Nhà nước ở Việt Nam hiện nay

ThS. LÊ MINH NGỌC

Tổng Công ty Công nghệ Viễn thông toàn cầu; Email: lengoc19594@gmail.com

**Tóm tắt:** Truyền thông số là quá trình truyền thông trong môi trường kỹ thuật số, thông điệp được truyền đi và tiếp nhận, giải mã thông qua các kênh kỹ thuật số, gắn với cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật, với ứng dụng rộng rãi từ việc gửi email, tin nhắn, sử dụng mạng xã hội đến hệ thống truyền hình và radio số, các hệ thống viễn thông và mạng máy tính. Truyền thông số khiến mạng xã hội trở thành hệ thống cung cấp thông tin phổ biến cho cộng đồng, nhưng cũng là môi trường tạo ra thách thức về an ninh mạng (ANM) cho hệ thống Ngân hàng nhà nước (NHNN) ở Việt Nam. Vì thế cần quản trị truyền thông số trên các nền tảng mạng xã hội, để bảo đảm an ninh mạng tại các Ngân hàng, góp phần giữ vững an ninh chính trị, an ninh kinh tế cho phát triển ổn định và bền vững ở Việt Nam.

**Từ khóa:** truyền thông số, mạng xã hội; bảo vệ an ninh mạng, hệ thống Ngân hàng Nhà nước.

Truyền thông về ANM tại hệ thống NHNN là hoạt động nhằm bảo vệ thông tin cá nhân, đảm bảo an toàn và bảo mật trong các giao dịch trực tuyến và hoạt động kỹ thuật số khác của hệ thống ngân hàng. Quản trị truyền thông số trên mạng xã hội gắn liền với vấn đề bảo vệ ANM tại hệ thống NHNN đang là vấn đề cấp thiết, để thực hiện quan điểm chỉ đạo của Đảng về bảo vệ an ninh quốc gia, tăng cường hiệu lực, hiệu quả lý hoạt động của hệ thống NHNN trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay.

## 1. Truyền thông và truyền thông số

### 1.1. Truyền thông

Truyền thông là khái niệm quen thuộc trong xã hội thông tin hiện nay, nhưng do các học giả thường xuất phát từ góc độ tiếp cận, quan điểm, chuyên ngành hay trường phái lý luận khác nhau<sup>[1]</sup> khi bàn về truyền thông, nên thuật ngữ này có nhiều cách luận giải. Trong thực tiễn đời sống, truyền thông là một khoa học liên ngành. Nó được tiếp cận nghiên cứu từ nhiều lĩnh vực khoa học như xã hội học, ngôn ngữ học, tâm lý học, chính trị học, điều khiển học và lý thuyết thông tin...<sup>[2]</sup>. Có thể nói truyền thông giống như một đám mây lớn bị gió cuốn đi và xé ra và đám mây bay qua gần như tất cả các lĩnh vực của tri thức<sup>[3]</sup> nên khi nghiên cứu về truyền thông, cần chú trọng phương pháp nghiên cứu liên ngành. Tuy nhiên cách tiếp cận của các nhà khoa học cũng có điểm thống nhất khi cho rằng truyền thông là quá trình truyền tải thông tin, ý kiến, tin tức

giữa hai hoặc nhiều người với nhau với mục đích giao tiếp, kết nối, tăng sự hiểu biết: truyền thông của con người là một quá trình truyền tải ý tưởng thông qua cảm xúc và hành vi từ người này sang người khác; Hay: truyền thông là thuyết phục và tìm cách nhận được phản hồi mong muốn cho những thông điệp đang được truyền đi; Hay: truyền thông không tuyến tính, nhưng là một quá trình hai chiều và đa chiều<sup>[4]</sup>. Trong thực tiễn đời sống, hoạt động truyền thông thường biểu thị ở hai hình thức cơ bản: truyền thông cá nhân là quá trình thông điệp diễn ra trong bản thân một người, còn truyền thông liên cá nhân là hoạt động trao đổi giữa người này với người khác thông qua sự tiếp nhận của các giác quan<sup>[5]</sup>.

Như vậy truyền thông là hoạt động thông qua các phương tiện truyền thông, hướng đến nâng cao nhận thức và tình cảm cho đối tượng truyền thông nhằm thay đổi thái độ, hành vi của họ trong thực tiễn như mục đích của chủ thể truyền thông.

### 1.2. Truyền thông số

Truyền thông số là một dạng thức của truyền thông nhưng là truyền thông trong môi trường kỹ thuật số. Truyền thông số là quá trình truyền tải thông tin qua các thiết bị điện tử, tạo ra sự tương tác trực tiếp và nhanh chóng giữa người gửi và người nhận. Nhờ công nghệ số, thông tin được số hóa và phân phối rộng rãi trên các nền tảng trực tuyến như website, mạng xã hội, ứng dụng di động. Điều này giúp cho việc truyền thông

trở nên dễ dàng, nhanh chóng và thông tin có khả năng tiếp cận đến mọi đối tượng, mọi lúc mọi nơi. Truyền thông số mang đến những trải nghiệm tương tác phong phú với các hình thức như video, âm thanh, hình ảnh động và trò chơi điện tử.

Truyền thông số đã cách mạng hóa phương thức chúng ta giao tiếp và tiếp cận thông tin. Với khả năng tương tác cao, truyền thông số cho phép người dùng tương tác trực tiếp với nhau và với các tổ chức một cách dễ dàng. Các nền tảng mạng xã hội, email đã tạo ra những cộng đồng trực tuyến sôi động, nơi mọi người có thể chia sẻ ý kiến, quan điểm và kết nối với nhau. Bên cạnh đó, truyền thông số còn cho phép cá nhân hóa nội dung, giúp các tổ chức truyền tải thông điệp một cách hiệu quả hơn đến từng đối tượng khách hàng. Nhờ vào việc phân tích dữ liệu, các doanh nghiệp có thể tạo ra những nội dung phù hợp với sở thích và hành vi của từng cá nhân, từ đó tăng cường sự tương tác và lòng trung thành của khách hàng. Hoạt động truyền thông số ngày càng trở nên sôi động với sự xuất hiện của vô số nền tảng và công cụ. Từ các website và blog truyền thống đến các mạng xã hội sôi động như Facebook, Instagram và TikTok, hay các công cụ email marketing, mỗi kênh đều đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối tổ chức với công chúng. Mỗi nền tảng này mang đến những đặc trưng riêng, cho phép tổ chức lựa chọn và kết hợp linh hoạt để tạo ra những chiến dịch truyền thông hiệu quả nhất. Truyền thông số đã tạo ra một cuộc cách mạng trong giao tiếp, cho phép các tổ chức tương tác với công chúng một cách trực tiếp. Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Twitter đã trở thành những diễn đàn công khai, nơi mọi người có thể chia sẻ ý kiến, thảo luận và tương tác với nhau. Các công cụ phân tích dữ liệu giúp các tổ chức đo lường hiệu quả của các chiến dịch truyền thông, từ đó đưa ra những quyết định điều chỉnh chiến lược một cách kịp thời.

Truyền thông số đã giúp cho việc truyền thông trở nên cá nhân hóa hơn bao giờ hết. Nhờ vào việc thu thập và phân tích dữ liệu người dùng, các tổ chức có thể tạo ra những nội dung phù hợp với sở thích và nhu cầu của từng cá nhân. Email marketing, với khả năng gửi các thông điệp được cá nhân hóa, đã trở thành một công cụ hữu hiệu để xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Quảng cáo trực tuyến được thực hiện nhờ lợi thế của các nền tảng xã hội như Google AdWords, Facebook

Ads... cho phép chủ thể truyền thông tiếp cận với công chúng mục tiêu dựa trên hành vi, sở thích và dữ liệu địa lý. Trong thời đại số, các kênh truyền thông đã trở nên đa dạng và phong phú hơn bao giờ hết. Từ SEO và tiếp thị nội dung truyền thống đến các nền tảng video trực tuyến như YouTube, Vimeo, các ứng dụng di động và podcast, các tổ chức/ doanh nghiệp có vô vàn lựa chọn để tiếp cận và tương tác với khách hàng. Mỗi kênh đều có những ưu điểm riêng, giúp truyền tải thông điệp một cách hiệu quả và linh hoạt. Truyền thông số không chỉ đơn thuần là việc truyền tải thông tin mà còn tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ cho người dùng. Các video trực tiếp, podcast, ứng dụng di động đã tạo ra những không gian tương tác, nơi người dùng có thể tham gia vào các cuộc trò chuyện, chia sẻ ý kiến và kết nối với thương hiệu. Bằng cách cung cấp những nội dung giá trị và hấp dẫn, doanh nghiệp không chỉ thu hút được khách hàng mà còn xây dựng được một cộng đồng trung thành. Có thể thấy các kênh truyền thông số đang làm thay đổi hoạt động truyền thông trong bối cảnh hiện nay, tạo ra nhiều thời cơ nhưng cũng hàm chứa nhiều thách thức.

## **2. An ninh mạng và quản trị truyền thông số trên mạng xã hội về an ninh mạng tại hệ thống Ngân hàng Nhà nước ở Việt Nam**

### **2.1. An ninh mạng**

ANM có tầm quan trọng đặc biệt, khi những đe dọa về gian lận tài chính, tấn công mạng và các hoạt động độc hại khác đã trở thành mối lo ngại lớn đối với hoạt động kinh tế, nhất là trong hệ thống NHNN ở Việt Nam. Vì thế vấn đề ANM đã thu hút sự quan tâm của các nhà quản lý, của giới truyền thông và của nhiều người.

Luật ANM của Việt Nam quy định: *An ninh mạng là sự bảo đảm hoạt động trên không gian mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân*<sup>(6)</sup>. Rủi ro lớn nhất đối với ANM của hệ thống NHNN là nguy cơ các thông tin cá nhân nhạy cảm như tài khoản ngân hàng và mật khẩu bị kẻ xấu tấn công hoặc truy cập. ANM thách thức ngân hàng số, các thiết bị kết nối IoT là hệ thống mà Internet được kết nối với thế giới vật chất thông qua các cảm biến tiếp tục là những đầu mối dẫn đến những cuộc tấn công mạng tại các Ngân hàng, nơi lưu trữ lượng lớn dữ liệu cá nhân và danh sách giao dịch. Vì thế ANM là yếu tố quan

trọng nhằm bảo vệ thông tin cá nhân, đảm bảo an toàn và bảo mật trong các giao dịch trực tuyến và hoạt động kỹ thuật số khác của hệ thống NHNN tại Việt Nam.

Trong thời gian qua, hệ thống NHNN ở Việt Nam đã đẩy mạnh quá trình chuyển đổi số nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, tạo thuận lợi cho khách hàng trong sử dụng dịch vụ tài chính hiện đại. Tuy nhiên, truyền thông số đã tạo ra những thách thức về ANM cho các Ngân hàng. Hoạt động của hệ thống NHNN đang đứng trước rủi ro ANM rất cao bởi vì cả ba chủ thể tham gia vào hoạt động Ngân hàng số bao gồm Ngân hàng, các đối tác và các khách hàng đều có thể là mục tiêu tấn công của tội phạm mạng. Quản trị truyền thông số trên mạng xã hội đã trở thành nhiệm vụ cấp bách nhằm bảo vệ chủ quyền quốc gia trên không gian mạng, bảo đảm ANM tại hệ thống NHNN để Ngân hàng phát triển phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế, góp phần thiết lập môi trường kinh tế cạnh tranh phù hợp với quá trình hội nhập, phát triển của nền kinh tế. Hoạt động này không chỉ của riêng Ngân hàng, mà của cả xã hội, đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước, huy động sức mạnh của hệ thống chính trị và toàn dân.

## **2.2. Quản trị truyền thông số trên mạng xã hội về an ninh mạng tại hệ thống Ngân hàng Nhà nước ở Việt Nam**

Quản trị là □ quản lý và điều hành công việc thường ngày<sup>(7)</sup>, ví dụ như □ hoạt động quản lý của một xí nghiệp hay của một tổ chức kinh doanh, bao gồm quản lý về các mặt sản xuất và kỹ thuật, tài chính và kế toán, thương mại, hành chính, nhân sự...<sup>(8)</sup>. Quản trị là một quá trình do một hay nhiều người thực hiện nhằm phối hợp các hoạt động của nhiều người để đạt được kết quả mà một người hoạt động riêng không thể nào đạt được<sup>(9)</sup>, phát sinh khi con người kết hợp với nhau thành tổ chức. Cũng có thể hiểu quản trị là sự tác động của chủ thể quản trị đến đối tượng nhằm thực hiện các mục tiêu tối ưu trong môi trường xác định<sup>(10)</sup>. Nói cách khác, □ quản trị là sự tác động có hướng đích của chủ thể quản trị lên đối tượng quản trị nhằm đạt được những kết quả cao nhất với mục tiêu đã định trước<sup>(11)</sup>. Sự tác động của nhà quản trị thể hiện ở vai trò quan trọng của họ trong tổ chức, đó là vai trò lãnh đạo, vai trò đại diện, kết nối truyền thông... Quan trọng nhất là ở chỗ, nhà quản trị có vai trò ra quyết định và tổ chức thực thi quyết định của mình trong thực tiễn.

Có thể hiểu: quản trị truyền thông số trên mạng xã

hội là *tác động có hướng đích của chủ thể quản trị đến hoạt động truyền thông số trên mạng xã hội, nhằm đạt được mục tiêu đảm bảo an ninh mạng cho các hoạt động truyền thông.*

Truyền thông về ANM và quản trị truyền thông số về ANM tại NHNN của Việt Nam là vấn đề hệ trọng của quốc gia, bởi vì hoạt động của Ngân hàng gắn trực tiếp với người dân, doanh nghiệp, tác động đến toàn bộ nền kinh tế của đất nước. Hệ thống NHNN có ổn định, hoạt động hiệu quả thì nền kinh tế mới phát triển và ngược lại, nền kinh tế có ổn định, phát triển thì hệ thống NHNN mới an toàn. Thế giới đã cho thấy khủng hoảng kinh tế thường bắt nguồn từ khủng hoảng trong hoạt động của Ngân hàng, sự bất ổn của hệ thống tài chính có thể là nguồn gốc gây ra khủng hoảng kinh tế sâu rộng, vì thế các quốc gia đều nhận thức cần có chính sách quản lý hoạt động của hệ thống tài chính phù hợp. Thực tế đã chứng minh vai trò to lớn của truyền thông và quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN ở Việt Nam, nhờ hoạt động này mà các thông tin không bị nhiễu loạn, xuyên tạc, không gây tổn hại cho hệ thống NHNN cũng như đối tác, khách hàng.

NHNN của Việt Nam có vị trí pháp lý đặc biệt. Theo quy định tại Điều 1 của Pháp lệnh Ngân hàng Nhà nước Việt Nam năm 1990, NHNN Việt Nam được giao nhiệm vụ quản lý nhà nước về tiền tệ, tín dụng và hoạt động ngân hàng. Với vai trò là cơ quan duy nhất phát hành tiền, NHNN đóng vai trò như trái tim của hệ thống tài chính - ngân hàng, tác động trực tiếp đến sự vận hành của toàn bộ nền kinh tế. Mọi hoạt động kinh tế - xã hội đều có liên quan mật thiết đến các quyết sách và hoạt động của NHNN, từ việc điều tiết lãi suất, cung ứng tín dụng đến việc ổn định tỷ giá hối đoái. Mặc dù không trực tiếp sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ, NHNN lại đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Thông qua các công cụ chính sách tiền tệ, NHNN có thể điều chỉnh lãi suất, cung ứng tiền tệ, từ đó tác động đến đầu tư, tiêu dùng và sản xuất. Bên cạnh đó, NHNN còn tham gia vào việc giám sát và quản lý hệ thống ngân hàng, đảm bảo sự ổn định và an toàn của hệ thống tài chính. Chính vì vị trí và vai trò đặc biệt như vậy, nên quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN rất cần thiết, vì hoạt động của hệ thống NHNN gắn liền với sự vận động của toàn bộ nền kinh tế.

*Quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN ở Việt Nam là quá trình hoạch định, lãnh đạo và kiểm soát có chủ đích của các chủ thể quản trị đến đối tượng thông qua các hoạt động truyền thông nhằm bảo đảm ANM tại hệ thống NHNN trong điều kiện biến động của môi trường.*

Thực hiện quản trị truyền thông số trên mạng xã hội về ANM hiệu quả sẽ giúp hệ thống NHNN ở Việt Nam bảo mật thông tin, là việc cần thiết trong bối cảnh sự thâm nhập và truyền bá các thông tin, trào lưu tư tưởng xấu độc trên mạng Internet đang đặt ra những vấn đề phức tạp cần giải quyết. Tiếp tục phát huy vai trò quan trọng của hệ thống ngân hàng đối với nền kinh tế<sup>(12)</sup> là thông điệp mà Thủ tướng đã kêu gọi trong buổi gặp mặt với các ngân hàng Thương mại, nhân dịp kỷ niệm 77 năm ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi thư cho giới Công Thương và 18 năm ngày Doanh nhân Việt Nam. Hệ thống NHNN Việt Nam đang đối diện với áp lực lớn trong việc vượt qua những thách thức hiện nay để đóng góp hiệu quả hơn vào sự nghiệp đổi mới và hội nhập quốc tế. Tắt giảm chi phí, hỗ trợ doanh nghiệp và người dân, đồng thời tích cực truyền thông các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước là những nhiệm vụ cấp bách cần được ưu tiên hàng đầu. Để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của quá trình đổi mới và hội nhập, hệ thống NHNN cần chủ động thích ứng, không ngừng đổi mới và nâng cao hiệu quả hoạt động. Việc giảm chi phí, hỗ trợ cộng đồng và truyền thông chính sách một cách hiệu quả sẽ góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Với vị trí là cơ quan quản lý tiền tệ Trung ương, hệ thống NHNN đóng vai trò quan trọng trong việc ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy phát triển, trước những thách thức ngày càng lớn, các Ngân hàng cần chủ động thích ứng, nâng cao hiệu quả hoạt động để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

### **3. Tầm quan trọng của quản trị truyền thông số trên mạng xã hội về ANM tại hệ thống NHNN ở Việt Nam**

*Một là*, quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN là góp phần phòng ngừa, ứng phó các nguy cơ đe dọa ANM, để thực hiện quan điểm chỉ đạo của Đảng và quy định của Nhà nước theo Luật An ninh mạng của Việt Nam. Vấn đề này đã trở nên nóng trên các diễn đàn, trên báo chí truyền thông và trong các cuộc Hội thảo khoa học. Mới đây, ngày 13/5/2024

Hiệp hội An ninh mạng quốc gia đã tổ chức Hội thảo về phòng, chống lừa đảo trên không gian mạng. Hội thảo cho biết: □Thông kê trên Cổng cảnh báo an toàn thông tin ghi nhận gần 16.000 phản ánh lừa đảo trực tuyến, gây thiệt hại hơn 390 nghìn tỷ đồng, tương đương 3,6% GDP; trong đó 91% liên quan lĩnh vực tài chính, tăng 64,78% so với năm 2022, tỷ lệ người dùng nhận tin nhắn, cuộc gọi lừa đảo trực tuyến là 73%... □<sup>(13)</sup>. Nhiệm vụ bảo vệ ANM của hệ thống NHNN rất quan trọng. Tuy nhiên đây là nhiệm vụ không đơn giản khi tại giao dịch tài chính tại các Ngân hàng ở Việt Nam luôn sôi động và □trên 95% số lượng giao dịch thanh toán được thực hiện qua mạng, chỉ 5% giao dịch tại quầy; với tổng giá trị giao dịch là 200 triệu tỷ đồng, tương đương khoảng 830.000 tỷ đồng/ngày □<sup>(14)</sup>.

*Hai là*, quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN là thiết lập, duy trì truyền thông hai chiều, đi tìm sự hiểu biết, chấp nhận và hợp tác giữa hệ thống ngân hàng và công chúng là đối tác, khách hàng. Thông qua quản trị truyền thông số về ANM, hệ thống NHNN xây dựng niềm tin cho khách hàng, thúc đẩy sự hợp tác trên cơ sở hiểu biết và tin cậy. Truyền thông hai chiều thể hiện sự cởi mở, minh bạch của Ngân hàng trong việc bảo vệ ANM, tạo dựng niềm tin của khách hàng vào khả năng bảo vệ hệ thống và dữ liệu của Ngân hàng. Việc tiếp nhận phản hồi, giải quyết khiếu nại và hỗ trợ khách hàng kịp thời qua các kênh truyền thông hai chiều giúp củng cố niềm tin và khuyến khích khách hàng giao dịch trực tuyến an toàn tại hệ thống NHNN ở Việt Nam.

Bối cảnh hiện nay chính là hội nhập quốc tế, là cách mạng công nghiệp 4.0, là sức mạnh không biên giới của công nghệ thông tin, của trí tuệ nhân tạo AI - cụm từ xuất hiện dày đặc trong giới công nghệ. Yêu cầu tập hợp, liên kết đội ngũ công nghệ thông tin trong một liên minh chặt chẽ nhằm bảo vệ lợi ích hợp pháp của mỗi chủ thể, cao hơn là chủ quyền quốc gia trên không gian mạng ngày càng cấp thiết, trong đó vấn đề quản trị truyền thông số về ANM tại Ngân hàng Nhà nước ở Việt Nam. Hiện nay □điểm yếu bị tấn công nhiều nhất, lần lượt là con người (32,6% tổng số vụ việc), lỗ hổng của các nền tảng (27,4%), lỗ hổng của website (25,3%) □<sup>(15)</sup>. Vì thế quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN là rất cần thiết, để góp phần bảo vệ an ninh quốc gia và an ninh con người trong bối cảnh trên phương diện □lý

luận và thực tiễn đều cho thấy, xây dựng chủ nghĩa xã hội là kiến tạo một kiểu xã hội mới về chất, hoàn toàn không hề đơn giản, dễ dàng<sup>[6]</sup>.

**Ba là**, quản trị truyền thông số về ANM tại hệ thống NHNN có ý nghĩa quan trọng, vì đây là quá trình quản lý và điều hành các hoạt động truyền thông nhằm thu hút sự chú ý và tương tác của công chúng đối với dịch vụ của Ngân hàng. Đây là yếu tố quyết định sự phát triển của hệ thống NHNN, đảm bảo ANM một cách hiệu quả nhất. Nhà quản trị là người đại diện cho Ngân hàng, định hướng và truyền đạt nội dung truyền thông về ANM cho nhân viên; giao tiếp, đàm phán với nhân viên, khách hàng, đối tác; kết nối và truyền thông giữa các phòng ban, bộ phận khác nhau... để từ đó xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với các bên liên quan; xác định và phân tích nguyên nhân của vấn đề, đề xuất các biện pháp thực hiện quản trị hoạt động truyền thông về ANM hiệu quả, giúp hệ thống NHNN vượt qua thách thức, đạt được thành công. Trong bối cảnh cách mạng 4.0, khi sự thâm nhập và truyền bá các thông tin, trào lưu tư tưởng xấu độc trở dậy trên mạng Internet, quản trị hoạt động truyền thông số về ANM, bảo mật thông tin tại hệ thống NHNN đặt ra những vấn đề cần giải quyết trên nhiều phương diện. Việc tiếp cận và giải quyết những vấn đề ANM từ quản trị hoạt động truyền thông số về ANM tại các NHNN cần các giải pháp đồng bộ từ nhiều góc độ, cần sự tham gia của nhiều Bộ, ngành, cơ quan, đơn vị; đặc biệt khi sự phát triển của khoa học công nghệ một mặt giúp hệ thống NHNN cung cấp dịch vụ hiện đại, tiện ích cho khách hàng; nhưng mặt khác cũng khiến các Ngân hàng phải đối mặt với nhiều rủi ro về an ninh công nghệ, bảo mật thông tin. Thực tế trên đặt ra những khó khăn, thách thức lớn đối với công tác đảm bảo an ninh, an toàn cho hoạt động NHNN, khi môi trường kinh doanh đang trải qua giai đoạn phức tạp và đầy thách thức.

Truyền thông số đang phát triển mạnh mẽ, nhưng nếu quản trị truyền thông số không hiệu quả sẽ dẫn đến việc thông tin bị thao túng, bị bóp méo gây rối loạn xã hội. Vì thế, quản trị truyền thông số là vấn đề có tính lý luận và thực tiễn sâu sắc trong bối cảnh hiện nay, gắn với vấn đề bảo đảm ANM cho hoạt động của hệ thống NHNN ở Việt Nam. Bảo đảm tự do Internet và sử dụng mạng xã hội luôn là quan điểm nhất quán của Đảng, Nhà nước nhưng mạng xã hội không thể là nơi để các thế lực chống đối, thù địch lợi dụng để tiến hành các

hoạt động chống phá Nhà nước, vì các cuộc tấn công mạng có thể tàn phá hệ thống NHNN, khiến thông tin khách hàng và dữ liệu tài chính quan trọng gặp rủi ro. Hệ thống NHNN cũng khó lấy lại niềm tin của khách hàng nếu họ trở thành nạn nhân của tấn công mạng. Vì thế, cần đẩy mạnh quản trị truyền thông số về ANM, chủ động ứng phó kịp thời với mọi tình huống..., quyết tâm thực hiện thắng lợi các quan điểm, mục tiêu, định hướng và nhiệm vụ trọng tâm<sup>[7]</sup> như tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII./.

(1), (4) Nguyễn Thị Minh Hiền (2019), *Hoạt động truyền thông của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương tại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Truyền thông đại chúng, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, tr.37, 38.

(2) Lương Khắc Hiếu (2013), *Lý thuyết truyền thông*, Nxb. CTQG Sự thật, tr.9.

(3) Tạ Phương Thủy dịch (2018), *Nhập môn khai phá các ngành khoa học truyền thông*, Nxb. Tri thức, trang bìa cuối.

(5) Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb. CTQG, tr.8.

(6) Quốc hội (2018), *Luật An ninh mạng*, số 24/2018/QH14

(7) Hoàng Phê (2009), *Từ điển Tiếng Việt*, Trung tâm Từ điển học, Nxb. Đà Nẵng, tr.1030.

(8) Từ điển Bách khoa Việt Nam, T.3, tr.584.

(9) Trương Đình Chiến (2018), *Quản trị marketing*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân.

(10) Đào Thị Minh Thanh và Nguyễn Quang Tuấn (2016), *Quản trị thương hiệu*, Nxb. Tài chính.

(11) Nguyễn Quốc Thịnh (2018), *Quản trị thương hiệu*, Trường Đại học Thương mại, tr.41.

(12) Mạnh Hùng, *Tiếp tục phát huy vai trò quan trọng của hệ thống ngân hàng đối với nền kinh tế*, Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 16/10/2022.

(13) Quang Minh, *Nêu cao trách nhiệm trong bảo vệ con người, phòng ngừa từ sớm, từ xa đối với lừa đảo qua không gian mạng*, Cổng Thông tin điện tử Bộ Công an, ngày 13/5/2024.

(14) Bộ Thông tin và Truyền thông (2024), *Sách trắng công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam 2023*, Nxb. Thông tin và Truyền thông.

(15) Song Hà, Ninh Cơ, Hồng Anh, Việt Hải, *Liên kết bảo vệ an ninh, an toàn mạng: Tầm nhìn xa trước thách thức lớn*, Báo nhân dân điện tử, ngày 09/05/2024.

(16) Nguyễn Phú Trọng (2022), *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb. CTQG Sự thật, Hà Nội tr.34.

(17) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. CTQGST, H., T.2, tr.323.