

Về vai trò của truyền thông chính sách trong chương trình chuyển đổi số quốc gia

ThS. TRẦN TRỌNG HẢI

Công ty cổ phần Công nghệ Mate; Email: tronghai.pr@gmail.com

Tóm tắt: Thông qua tổng hợp và phân tích một số hoạt động truyền thông chính sách gắn liền với chủ trương và quan điểm của Đảng và Nhà nước về chương trình □Chuyển đổi số quốc gia□, cho thấy một số vai trò của truyền thông chính sách như sau: vai trò then chốt trong việc phổ cập, nâng cao nhận thức của xã hội về chuyển đổi số; vai trò kiến tạo sự đồng thuận giữa các bên liên quan và thúc đẩy sự tham gia; vai trò nuôi dưỡng môi trường và hỗ trợ các hoạt động chính sách hoạt động trơn tru, hiệu quả. Tuy nhiên, cũng cần phải đánh giá vai trò của truyền thông chính sách không vượt quá phạm vi của mình; không để truyền thông chính sách về chuyển đổi số bị lợi dụng cho các mục đích phi pháp, tiếp tay cho tham nhũng chính sách hay các lợi ích nhóm.

Từ khóa: truyền thông chính sách; chính sách chuyển đổi số; hoạt động chính sách.

Quyết định số 749/QĐ-TTg do Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 3/6/2020, phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, là chiến lược quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế số, chính phủ số và xã hội số, hướng tới mục tiêu đưa Việt Nam trở thành quốc gia số tiên phong trong khu vực. Trong quá trình triển khai, truyền thông chính sách đóng vai trò then chốt để nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận và huy động sự tham gia của toàn xã hội. Một chính sách dù tốt đến đâu nhưng nếu không được truyền thông hiệu quả thì khó có thể đi vào thực tiễn.

1. Vai trò của truyền thông chính sách trong chương trình chuyển đổi số quốc gia

Trong bối cảnh chuyển đổi số ngày nay, truyền thông chính sách không chỉ tập trung vào việc phổ biến nội dung của các chính sách mà còn đóng nhiều vai trò khác như định hướng tư tưởng của xã hội, thông hiểu các khái niệm mới của chuyển đổi số và hỗ trợ thực thi, đánh giá hiệu quả của chính sách□ Theo nghiên cứu của Dunleavy, P., & Margetts, H. (2015) trong công trình nghiên cứu về □Thiết kế chính phủ số□ đã chỉ ra rằng, truyền thông chính sách mang một vai trò then chốt, như là một nhân tố định hình nên các chiến lược chuyển đổi số hiệu quả trên nhiều bình diện khác nhau⁽⁸⁾. Xét trong bối cảnh thực tiễn tại Việt Nam, hoạt động truyền thông chính sách

từ trước đến nay luôn là cầu nối quan trọng của Đảng và Nhà nước với toàn thể xã hội và được nhận diện một cách sâu sắc cả về các chức năng, nhiệm vụ và phương hướng tổ chức thực hiện. Tổng hợp lại, truyền thông chính sách đóng một số vai trò quan trọng trong chương trình chuyển đổi số quốc gia như sau:

Thứ nhất, truyền thông chính sách giúp nâng cao nhận thức chung của xã hội về chuyển đổi số. Truyền thông chính sách từ trước đến nay vốn dĩ đã luôn đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển tải chủ trương, đường lối và các hàm ý chính sách của các cơ quan công quyền tới người dân, doanh nghiệp và các tổ chức trong xã hội ở mọi lĩnh vực khác nhau. Tuy nhiên, xét trên khía cạnh chuyển đổi số - một nội dung cốt lõi của cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 thì các hoạt động truyền thông chính sách lại đóng một vai trò đặc biệt hơn nữa, bởi cuộc CMCN này có diễn ra suôn sẻ, thuận lợi và nhanh chóng đạt được các thành tựu mới hay không phụ thuộc rất nhiều vào sự hiểu đúng, sự đồng thuận giữa mọi giai tầng và mọi đối tượng trong xã hội. Việc chuyển đổi số (CĐS) sẽ không thể thành công nếu thiếu đi sự đồng bộ giữa các nhân tố trong tiến trình này bởi đây là động lực chủ chốt cho lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất có thể chuyển mình và phát triển một cách đồng nhất⁽⁹⁾. Tính đồng bộ là một đặc

điểm quan trọng đồng thời cũng là một trong những mục đích mà hoạt động truyền thông chính sách phải đạt được. Quyết định số 749/QĐ-TTg chỉ rõ nhiệm vụ của không chỉ Bộ Thông tin truyền thông mà hầu hết các bộ ban, ngành, từ trung ương đến địa phương phải coi công tác truyền thông chính sách là một hoạt động trọng yếu để đạt được các mục tiêu CDS quốc gia. Một trong những thách thức lớn nhất đối để thực hiện được các nhiệm vụ trên đó là khoảng cách nhận thức giữa các nhóm xã hội về lợi ích và yêu cầu của tiến trình này. Quyết định số 749/QĐ-TTg đã nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phổ biến kiến thức, tạo điều kiện để mọi tầng lớp xã hội hiểu rõ vai trò và ý nghĩa của chuyển đổi số. Truyền thông chính sách, với sự hỗ trợ của các phương tiện truyền thông đại chúng và nền tảng số, là công cụ quan trọng để thu hẹp khoảng cách này. Điển hình như các chiến dịch truyền thông về thanh toán không tiền mặt, chính phủ điện tử và giáo dục trực tuyến đã giúp người dân dần quen với các ứng dụng công nghệ trong đời sống hàng ngày. Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), tỷ lệ người dân sử dụng các dịch vụ công trực tuyến mức độ 4 đã tăng từ 10% vào năm 2019 lên 30% vào năm 2022, minh chứng cho hiệu quả của các hoạt động truyền thông⁽¹⁰⁾.

Thứ hai, truyền thông chính sách giúp xây dựng sự đồng thuận và tăng cường sự tham gia của các bên liên quan. Chuyển đổi số không chỉ là trách nhiệm của Chính phủ mà còn cần sự tham gia tích cực của doanh nghiệp, tổ chức và người dân. Chỉ thị số 07/CT-TTg ngày 21/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ ☐ Về việc tăng cường công tác truyền thông chính sách ☐ có nêu rõ truyền thông chính sách đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng sự đồng thuận, từ đó thúc đẩy các bên liên quan hành động theo định hướng chung. Trong một chương trình chính sách, đặc biệt là chính sách về chuyển đổi số, không chỉ có một đối tượng thực thi / thụ hưởng chính sách mà có rất nhiều các nhân tố khác. Một chính sách quy định, hướng dẫn về hoạt động chuyển đổi số có thể dành cho người dân và doanh nghiệp song lại cần phổ cập kiến thức cho các cán bộ, chuyên viên trong các cơ quan công quyền thực thi nó, các nguyên tắc, quy định, quy chuẩn cho các nhà cung cấp giải pháp chuyển đổi số (công nghệ) tham gia vào quá trình

này. Ngoài ra là đội ngũ giám sát, đánh giá và đo lường mức độ chuyển đổi số của các đối tượng và từ đó có thể tham gia điều chỉnh, đánh giá chính sách. Bởi vậy, có thể thấy để tạo được sự thông hiểu giữa các nhân tố trong chu trình này và khiến họ hợp tác một cách có trách nhiệm thì vai trò của truyền thông chính sách không chỉ là người truyền tải thông điệp mà còn là người hướng dẫn, cầu nối giữa các bên để hàm ý chính sách được thực thi một cách trọn vẹn. Có thể lấy ví dụ, việc truyền thông về Chương trình Hỗ trợ Doanh nghiệp Chuyển đổi số của Cục Phát triển doanh nghiệp - Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã không chỉ giúp nâng cao ý thức về lợi ích của số hóa trong cộng đồng doanh nghiệp mà còn là cầu nối giữa các chuyên gia CDS, các quỹ đầu tư, các tổ chức hỗ trợ CDS đến gần hơn với doanh nghiệp Việt Nam.

Các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam đã và đang có những chiến lược truyền thông chính sách rất cụ thể và được thực hiện một cách bài bản, liên tục. Không chỉ trên các bài báo chí, tin tức truyền hình hay website mà trên cả các trang mạng xã hội cũng thường xuyên cập nhật tin tức, định hướng và các chương trình chính sách thiết thực hướng tới nhiều đối tượng khác nhau. Có thể thấy, việc cân bằng lợi ích thông tin giữa các bên hữu quan trong các chương trình chính sách là một chìa khóa để tất cả các đối tượng đều có thể tích cực tham gia vào các chương trình chính sách này. Theo số liệu từ Cục Tin học hóa (2022), trong giai đoạn từ năm 2020 đến 2022 đã có hơn 50.000 doanh nghiệp đã tham gia các chương trình chuyển đổi số do các Bộ tổ chức đã thể hiện sự đồng thuận rõ rệt từ phía doanh nghiệp nhờ các hoạt động truyền thông hiệu quả.

Thứ ba, truyền thông chính sách có vai trò toàn diện trong việc tạo môi trường thuận lợi cho chính sách. Trong bối cảnh công nghệ phát triển dẫn tới những sự tương tác, trao đổi thông tin giữa các nhà lập pháp và xã hội ngày càng thuận tiện như ngày nay, hoạt động truyền thông chính sách không chỉ dừng lại ở vai trò chuyển tải thông tin mà còn đóng vai trò hỗ trợ định hình nên toàn bộ chu trình chính sách.

Các hoạt động từ khởi tạo cho đến xây dựng, ban hành, thực thi và điều chỉnh chính sách ngày nay đều cần sự tham gia của các hoạt động truyền thông. Từ việc xây dựng dự luận, thiết lập chương trình nghị sự để người dân, doanh nghiệp và xã hội nhận diện

được tình hình, bối cảnh cho đến những giai đoạn đánh giá, điều chỉnh chính sách luôn cần các hoạt động truyền thông duy trì mối tương quan về thông tin để có sự cập nhật kịp thời và đa chiều. Đặc biệt với các chính sách về CDS - lĩnh vực mà công nghệ, thị trường và bối cảnh quốc tế thay đổi từng ngày thì việc duy trì thông tin để có thể kiến tạo chính sách và điều chỉnh kịp thời là vô cùng cần thiết. Điều này cho thấy vai trò then chốt của truyền thông chính sách giúp thúc đẩy các hoạt động chính sách của chính phủ và các tổ chức trở nên hiệu quả hơn.

Không chỉ cung cấp thông tin mà các hoạt động truyền thông chính sách còn đóng vai trò định hướng dư luận, giảm thiểu những hiểu lầm hoặc phản ứng tiêu cực đối với các chính sách chuyển đổi số. Việc kịp thời cập nhật các thông tin trên các kênh truyền thông sẽ giúp ngăn chặn được những thông tin sai lệch về chính sách, dễ dàng thuyết minh, dẫn chứng những hoạt động trước đó giúp độc giả và xã hội có cái nhìn đa chiều và minh bạch hơn về các chính sách. Đặc biệt là trong các giải pháp về công nghệ, chuyển đổi số quốc gia như các cổng dịch vụ công trực tuyến, các kênh truyền thông chính sách đã và đang giúp người dân hiểu được việc người dân có thể tự thao tác trên máy tính, điện thoại cá nhân mà không phải ra các cơ quan hành chính như trước đây; tháo gỡ những thắc mắc về quy trình, giấy tờ mà nhiều người dân bức xúc trong các thủ tục trước đây. Điều này không chỉ giúp cho các hoạt động chính sách của các cơ quan nhà nước trở nên khách quan, nổi bật được sự đồng thuận, tránh được sự phiến diện mà cũng giúp cho những người thực thi chính sách tiếp thu ý kiến nhanh chóng từ dư luận để có những điều chỉnh kịp thời.

2. Các hạn chế trong vai trò của truyền thông chính sách với tình hình chuyển đổi số hiện nay

Dù chính công nghệ, các giải pháp chuyển đổi số cũng mang lại nhiều cơ hội đổi mới cho hoạt động truyền thông chính sách, nhưng quá trình này vẫn tồn tại những hạn chế, đặc biệt là với những chương trình mang tầm vóc quốc gia, ảnh hưởng sâu rộng đến nhiều mặt của cuộc sống. Các hạn chế có thể đến từ nhiều yếu tố như: tư tưởng của các nhà lãnh đạo, ý chí của các nhân tố tham gia vào hoạt động truyền thông chính sách, nguồn lực (bao gồm cả nhân lực, vật lực) đầu tư cho các chương trình, xu thế kinh tế,

văn hóa của xã hội và quốc tế. Thực tế cũng đang đặt ra nhiều thách thức mà nếu không được giải quyết kịp thời, có thể làm suy giảm mức độ tin cậy và hiệu quả của chính sách.

Thứ nhất, truyền thông chính sách dễ bị vượt quá vai trò người đưa tin.

Mặc dù đóng vai trò quan trọng trên mặt trận thông tin trong xã hội, tuy nhiên những nhà thực hành nghề truyền thông chính sách cần cẩn trọng với các luồng thông tin trên các phương tiện truyền thông. Nhiều cơ quan báo chí, các kênh truyền thông vì để cạnh tranh để thu hút khán giả với các tin tức nóng hổi khiến một số chương trình và bài viết về chính sách đôi khi được phát sóng vội vàng, thiếu kiểm duyệt chặt chẽ, dẫn đến việc diễn giải sai lệch nội dung chính sách. Bên cạnh đó việc bình luận, phân tích nếu không có sự tham gia của các bên hữu quan, nhà lập pháp hay các chuyên gia rất dễ dẫn đến những cách hiểu sai lệch cho độc giả. Do đó, cần thiết lập các quy tắc ứng xử và quy định rõ ràng nhằm tăng cường sự giám sát của chính phủ, doanh nghiệp và người dân đối với hoạt động truyền thông, đảm bảo tính minh bạch và công bằng hơn. Trong thời gian vừa qua, có nhiều thông tin về tiền điện tử như Bitcoin, Ethereum,... biến động mạnh theo thị trường và chính trị của các quốc gia tư bản, tuy nhiên từ ngày thị trường giao dịch tiền điện tử sôi động (khoảng 8 năm trở lại đây) đến giờ Việt Nam vẫn chưa có một chế tài, cơ chế hay chính sách cụ thể nào. Meyer Thomas (2022)⁽¹¹⁾ nhấn mạnh trong nghiên cứu của mình rằng việc truyền thông quá mức và thiếu các quan điểm về chính sách có thể khiến chính phủ cùng các bên liên quan đối mặt với những mâu thuẫn trong tương lai⁽¹²⁾. Các kênh truyền thông chính thống như các tờ báo, cổng thông tin điện tử của Chính phủ, đài truyền hình,... cần làm đúng vai trò của người canh gác thông tin (Gate Keeper) trong công tác tuyên truyền và phổ cập chính sách tới toàn thể xã hội. Các ý kiến tranh luận, phản biện cần được xem xét đánh giá nhiều chiều bởi các chuyên gia, các nhà nghiên cứu để có thể tổng hợp các thông tin một cách khách quan, phù hợp. Hoạt động CDS cần có lộ trình và chiến lược phù hợp với từng bối cảnh của mỗi quốc gia. Việc đưa tin thiếu bối cảnh, so sánh với các chương trình, chính sách hay giải pháp CDS của các quốc gia khác mà không có phép chiếu với

thực tiễn tại Việt Nam rất dễ dẫn đến những suy diễn, hiểu lầm và thiếu sự đồng thuận trong xã hội.

Thứ hai, truyền thông chính sách có thể bị lợi dụng cho các hoạt động phi pháp.

Trong bối cảnh các giải pháp CDS đang được áp dụng tại các bộ, ngành, cơ quan nhà nước thì việc minh bạch và công khai thông tin chính thống là vô cùng quan trọng. Các hoạt động truyền thông chính sách có thể bị lợi dụng để xâm hại vào việc chuyển tải thông tin sai lệch (fake news) để đe dọa, thao túng người dân thực thi theo. Đặc biệt đối với những thông tin nhạy cảm về các hoạt động CDS quốc gia như các ứng dụng định danh điện tử, ứng dụng của Chính phủ, Bộ công an,... việc các đối tượng lợi dụng, giả danh để lừa đảo đã và đang diễn ra. Một số tổ chức, cá nhân đã lợi dụng sự thiếu hiểu biết của người dân về các chính sách mới để giả mạo danh tính của cơ quan nhà nước. Chẳng hạn, các trang web, ứng dụng hoặc tài khoản mạng xã hội có giao diện giống hệt công thông tin chính thức của Chính phủ, Bộ Công an hoặc các bộ, ngành liên quan nhằm thu thập dữ liệu cá nhân hoặc lừa đảo tài chính. Thông qua mạng xã hội và các nền tảng truyền thông số, các nhóm lừa đảo dễ dàng phát tán tin giả về những chính sách mới chưa được kiểm chứng. Những thông tin sai lệch này có thể gây hoang mang cho người dân, làm giảm hiệu quả thực thi chính sách hoặc tạo điều kiện cho các nhóm lợi ích trục lợi. Bên cạnh đó, với xu hướng số hóa giấy tờ, ứng dụng định danh điện tử như VNeID được sử dụng rộng rãi để thực hiện các thủ tục hành chính trực tuyến, điều này đã tạo điều kiện cho các đối tượng xấu giả mạo ứng dụng chính thức để yêu cầu người dân cung cấp thông tin cá nhân, từ đó chiếm đoạt tài sản hoặc sử dụng dữ liệu vào mục đích phi pháp.

Vì vậy, với vai trò phổ cập kiến thức, các hoạt động truyền thông chính sách cần phải làm tốt hơn nữa trong công tác hướng dẫn, tuyên truyền cho người dân về các hành vi xâm hại lợi ích này. Việc truyền thông chính sách bị lợi dụng không chỉ ảnh hưởng đến quyền lợi của người dân mà còn làm suy giảm uy tín của cơ quan nhà nước. Khi người dân liên tục bị lừa đảo bởi những thông tin giả mạo, họ sẽ dần mất niềm tin vào chính sách chính thống, từ đó làm suy yếu hiệu lực và hiệu quả của quản lý nhà nước. Ngoài ra, điều này cũng tạo ra nhiều khó khăn

cho công tác thực thi pháp luật, khi các cơ quan chức năng phải mất nhiều thời gian và nguồn lực để xử lý hậu quả do các hành vi phi pháp gây ra. Một tác động tiêu cực khác là ảnh hưởng đến tiến trình chuyển đổi số quốc gia. Nếu người dân không tin tưởng vào các nền tảng số do Chính phủ phát triển, họ sẽ chần chừ trong việc sử dụng các dịch vụ công trực tuyến, từ đó làm chậm quá trình hiện đại hóa nền hành chính.

Thứ ba, truyền thông chính sách có thể bị lợi dụng cho các hoạt động [tham nhũng chính sách] và [lợi ích nhóm]

Chính bởi vai trò nuôi dưỡng môi trường để hoạt động chính sách diễn ra thuận lợi, nhiều hoạt động truyền thông chính sách được các doanh nghiệp, tổ chức quốc tế, quỹ đầu tư,... tài trợ cho các chương trình phổ cập, tuyên truyền chính sách. Tuy nhiên, điều này rất có thể bị lợi dụng sai mục đích. Nhiều chương trình, sự kiện truyền thông chính sách về CDS do các cơ quan nhà nước tổ chức có thể có sự tham gia của các quỹ đầu tư, các nhà giải pháp công nghệ. Nếu không được minh bạch hóa, khách quan, những sự kiện này có thể biến tướng thành các chiến dịch quảng bá trá hình, ưu ái cho một số doanh nghiệp cụ thể. Việc một chương trình chính sách được ban hành, đặc biệt là trong lĩnh vực CDS - lĩnh vực mà công nghệ và các giá trị chất xám là cốt lõi thì việc các doanh nghiệp, tổ chức tham gia vào để khai thác các lợi ích mới từ chính sách là việc đã và đang diễn ra. Tuy nhiên nếu truyền thông chính sách không khách quan, không đủ tính đa chiều sẽ rất dễ khiến những người thụ hưởng chính sách vướng phải những suy diễn về sự ép buộc chính sách, thắc mắc về tính công bằng đối với các giải pháp công nghệ mà họ phải sử dụng. Một số doanh nghiệp có thể tận dụng mối quan hệ với cơ quan chức năng để nhận ưu đãi hoặc tận dụng các nguồn lực về truyền thông chính sách để quảng bá danh tiếng của mình, giành được các hợp đồng lớn thông qua truyền thông chính sách. Điều này không chỉ tạo sự cạnh tranh không lành mạnh mà còn làm suy giảm niềm tin của công chúng vào quá trình hoạch định chính sách. Để hạn chế tình trạng này, cần có các quy định chặt chẽ về sự minh bạch trong tổ chức sự kiện, công khai thông tin về các đơn vị tham gia, đồng thời tăng cường giám sát từ các tổ chức độc lập và cộng đồng nhằm đảm bảo tính công bằng và tránh xung đột lợi ích.

3. Kết luận và khuyến nghị

Truyền thông chính sách đóng vai trò quan trọng và không thể thiếu trong quá trình thực thi Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia theo Quyết định 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Trong bối cảnh các hoạt động CDS ngày càng trở thành động lực then chốt cho phát triển kinh tế - xã hội, truyền thông chính sách không chỉ giúp phổ biến nội dung chính sách mà còn có vai trò kiến tạo nhận thức, tạo sự đồng thuận và huy động sự tham gia của các bên liên quan. Để các hoạt động truyền thông chính sách diễn ra được thuận lợi, không bị lợi dụng cho các mục đích tiêu cực, tác giả đề xuất khuyến nghị về truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số như sau:

Một là, đối với các cơ quan quản lý nhà nước, cần xây dựng các chiến lược truyền thông chính sách rõ ràng, bài bản. Các cơ quan phụ trách hoạt động truyền thông cần phải đầu tư nhân lực, tận dụng các nguồn lực kênh truyền thông chính thống như phát thanh, truyền hình để thông tin rộng rãi về những chính sách chuyển đổi số mới. Từ một chính sách cũng cần có sự tùy biến đa dạng về hình thức thể hiện sao cho phù hợp với các nhóm đối tượng khác nhau để đảm bảo khả năng thấu hiểu và đạt chuẩn chung về nhận thức. Các chiến dịch truyền thông chính sách cần được triển khai theo lộ trình, có sự giám sát và đánh giá định kỳ để điều chỉnh phù hợp với thực tế, bên cạnh đó, cũng cần tăng cường tính minh bạch và chủ động lắng nghe phản hồi của người dân qua các trang mạng xã hội. Xử lý nghiêm vấn nạn tin giả và lợi dụng chính sách để trục lợi, xây dựng các cơ chế giám sát, phát hiện và xử lý các trường hợp giả mạo thông tin chính sách, đặc biệt trên nền tảng mạng xã hội. Song song với đó cũng cần nâng cao nhận thức cho người dân về các nguy cơ lừa đảo trực tuyến liên quan đến CDS, đặc biệt là các chương trình liên quan đến định danh điện tử, thanh toán số.

Hai là, đối với các cơ quan báo chí và truyền thông, cần đảm bảo nội dung truyền thông khách quan, chính xác. Phải có cơ chế kiểm tra chéo, đối chiếu các thông tin chính sách và lấy ý kiến của các chuyên gia, người có kinh nghiệm về các chủ đề CDS đó trước khi truyền thông. Để làm được điều đó, chính các nhà báo, biên tập viên cần có sự đào tạo chuyên sâu về các chính sách CDS để đảm bảo

tính chính xác khi đưa tin. Các cơ quan báo chí cần đóng vai trò "người gác cổng thông tin" (Gate Keeper), đảm bảo rằng thông tin được truyền tải chính xác, không bị bóp méo hay lợi dụng để phục vụ lợi ích nhóm. Ngoài kênh chính thống mà cơ quan báo chí đang sở hữu, cũng cần phát triển các kênh truyền thông tương tác (chatbot, diễn đàn hỏi đáp, hội nghị trực tuyến...) để hỗ trợ người dân hiểu rõ hơn về các chính sách và lắng nghe phản hồi của họ.

Chuyển đổi số sẽ là một quá trình diễn ra liên tục và biến thiên trong một khoảng thời gian dài, thậm chí sẽ chia thành nhiều giai đoạn khác nhau mới có thể đạt được các mục tiêu lớn của quốc gia. Vì thế các nhà hoạch định chính sách và thực thi hoạt động truyền thông chính sách cũng cần phải linh hoạt, sáng tạo và có ý thức chuyên nghiệp để quản trị hoạt động truyền thông chính sách bài bản, hiệu quả, phù hợp với tình hình thực tiễn của xã hội và đất nước./.

(1) Đỗ Phú Hải (2017), *Tổng quan về chính sách công*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật.

(2) Nguyễn Văn Dũng (2006), *Truyền thông - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb. Lý luận Chính trị

(3), (4) Lương Khắc Hiếu (2014), *Nghiên cứu & Định hướng dư luận xã hội*, Nxb. Lý luận chính trị.

(5) Lương Ngọc Vinh (2021), *Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*, Nxb. Lý luận chính trị.

(6) Vial, G. (2019), *Understanding digital transformation: A review and a research agenda*, *Journal of Strategic Information Systems*, tr.118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

(7) Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014), *Embracing digital technology: A new strategic imperative*, *MIT Sloan Management Review*.

(8) Dunleavy, P., & Margetts, H. (2015), *Design principles for essentially digital governance*. *Government Information Quarterly*, tr. 13-20.

(9) Đào T. T. (2024), *Chuyển đổi số và AI: Động lực mới cho lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất*, Báo Nhân Dân, <https://special.nhandan.vn/chuyen-doi-so-va-AI/index.html>.

(10) Phạm Tiếp (2024), *Dịch vụ công trực tuyến hướng đến 4 không*, <https://dangcongsan.vn/thoi-su/dich-vu-cong-truc-tuyen-huong-den-4-khong-676451.html>

(11) Hoàng Văn Minh (2024), *Khung pháp lý để quản lý tiền Bitcoin là yêu cầu cấp thiết*, Sự kiện Bình luận - Báo điện tử Lao Động, <https://laodong.vn/su-kien-binh-luan/khung-phap-ly-de-quan-ly-tien-bitcoin-la-yeu-cau-cap-thiet-1425717.lido>

(12) Meyer Thomas (2002), *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*, Cambridge: Polity Press.