

VAI TRÒ VÀ CÁC THÁCH THỨC ĐỐI VỚI LÃNH ĐẠO CÔNG TRONG GIÁO DỤC GIÁ TRỊ - BỐI CẢNH TỪ CÁC CUỘC CHIẾN THÔNG TIN TRÊN MẠNG XÃ HỘI

TRẦN THỊ THANH THỦY*

Mỗi lãnh đạo, mỗi cán bộ, công chức cần thực hành đầy đủ và thực chất các giá trị xã hội cũng như các giá trị công vụ. Lãnh đạo xã hội bằng giá trị, thông qua giá trị luôn có một điều kiện là các nhà lãnh đạo biết định vị bản thân trong mối quan hệ với xã hội; biết tự đặt mình trước những hành động trái đạo đức và dám hành động để sửa lỗi. Do đó, giáo dục giá trị trong bối cảnh xã hội hiện đại, đặc biệt với sự hiện diện của mạng xã hội cần đến sự chủ động, tích cực tham gia của nhiều chủ thể. Bài viết này chỉ bàn đến vai trò, trách nhiệm của lãnh đạo công.

Từ khóa: Trách nhiệm; giá trị; lãnh đạo công; lãnh đạo xã hội; mạng xã hội; cán bộ, công chức. A leader, cadre, and civil servant should fully and substantively implement social values as well as public service values. Leading society by values, through values always requires leaders to position themselves in relation to society, conduct self-questioning when faced with unethical actions, and dare to act to correct mistakes. Therefore, the value education in modern society, especially with the presence of social networks, should actively involve various actors. This article addresses the roles and responsibilities of public leaders.

Keywords: Responsibility; values; public leadership; leading society; social network; cadre, civil servant.

NGÀY NHẬN: 19/7/2021

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 10/8/2021

NGÀY DUYỆT: 16/9/2021

1. Giá trị và lãnh đạo

Giá trị là một thuật ngữ chỉ những gì được xã hội thừa nhận là tích cực, tốt đẹp, thậm chí hoàn hảo, là các tiêu chuẩn thậm chí là chuẩn mực về tư duy, hành động, và có ý nghĩa đối với sự tồn tại, vận động và phát triển của con người, xã hội, do đó, cần được tôn vinh¹. Giá trị thường được diễn đạt một cách ngắn gọn, súc tích, thường chỉ trong 1-2 từ, như: trung thực, độc lập, tự do... Giá trị

được tập hợp lại thành hệ thống, theo một nguyên tắc nhất định, gọi là hệ giá trị. Trong hệ giá trị của dân tộc Việt Nam đã được hình thành, tôi luyện, củng cố và được chứng minh qua nhiều thế kỷ là tinh thần yêu nước, lòng nhân ái, dũng cảm, ham học hỏi, cần cù, đoàn kết, sáng tạo, lạc quan, trọng đạo lý;... Trong hệ thống công vụ, các giá trị thường

* PGS. TS, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

xuyên được hướng tới là phục vụ, chuyên nghiệp, trách nhiệm giải trình, “cần, kiệm, liêm, chính, chí công vô tư”,...

Giá trị luôn đi cùng với niềm tin. Giá trị, niềm tin là hai hợp phần then chốt của văn hóa. Giá trị định hướng cho niềm tin, được hình thành, dung dưỡng và bị thử thách gắn liền với niềm tin. Niềm tin chính là cơ chế tự duy gốc để hình thành giá trị. Niềm tin thể hiện quan niệm của cộng đồng, tổ chức hay cá nhân về thế nào là đúng, là nên, là phù hợp... đối với một vấn đề, trong một bối cảnh, tình huống cụ thể. Niềm tin có khả năng dẫn dắt (đôi khi một cách vô thức), thôi thúc người ta hành động và là cơ sở cho các lý giải hay biện minh cho hành động. Ngược lại, giá trị cần được chuyển biến thành niềm tin để dẫn dắt hành động. Khi trở thành niềm tin và niềm tin lâu bền, nhất là khi hiện thực hóa thành hành động, sẽ biến một quan điểm nào đó thành giá trị, thành văn hóa. Điều này giúp giải thích vì sao trong phát triển tổ chức hay xã hội thì thay đổi văn hóa là thứ khó thay đổi nhất.

Việc thừa nhận, thực hành một giá trị tùy thuộc vào bối cảnh xã hội, thiết chế chính trị, lịch sử phát triển quốc gia, địa phương, tổ chức. Trong quá trình phát triển, do tiếp biến văn hóa, do đúc rút từ trải nghiệm sống, sẽ xuất hiện sự biến đổi giá trị. Trong công vụ, giá trị “tuân thủ”, ngoài khía cạnh tuân thủ pháp luật, các quy định công cộng thì sự tuân thủ ý kiến chỉ đạo của cấp trên cũng đang được bổ sung, điều chỉnh nghĩa cho phù hợp với một bối cảnh xã hội thông tin và áp lực cạnh tranh hiển hiện ở mọi chiều cạnh, cấp bậc cuộc sống. Cũng tương tự như vậy là các quan niệm về “năng lực” hay “hiệu quả”.

Tuy nhiên, dù mức độ nhận thức, thừa nhận và thực hành khác nhau, vẫn có những giá trị xã hội được coi là phổ cập, trường tồn như Chân - Thiện - Mỹ. Các giá trị này đã trở thành là hệ giá trị phổ quát, phổ biến của toàn nhân loại. Trong công vụ, phục vụ, công khai, minh bạch cũng thuộc loại này.

Giá trị có vai trò quan trọng đối với mọi cá nhân, tổ chức hay cộng đồng. Giá trị: (1) Quyết định mục đích sống, định hướng mục tiêu, cách thức theo đuổi mục tiêu và kiểm soát hành vi; (2) Là cơ sở phát triển các chuẩn mực sống, hành động cụ thể; (3) Là một đầu vào cho dự báo và quyết định tương lai của cá nhân, tổ chức; (4) Phản ảnh tính cách của cá nhân, tổ chức và người lãnh đạo; (5) Giá trị tạo nên sức mạnh tinh thần, tạo nên năng lượng, giải thích ý nghĩa và tạo ra ý nghĩa của mỗi hành động, thái độ sống hay làm việc; trong cơ quan, đơn vị, giá trị là sợi dây kết nối, là nền tảng quan trọng giải thích cho sự hợp lý của các hành vi tổ chức.

Lãnh đạo là quá trình tác động, tạo ra sự cam kết và tự nguyện ở người khác để họ cùng hành động vì mục tiêu chung. *Lãnh đạo công* (LĐC) thực hiện sứ mệnh kiến tạo tương lai xã hội thông qua một quá trình tư duy và hành động nhất quán và sáng tạo về cách tiếp cận và phương thức trong huy động sự tham gia của các lực lượng, thành phần trong xã hội để tạo ra khuôn khổ và nền tảng cho phát triển. Do vậy, gắn với giá trị xã hội, LĐC là một giá trị mà quá trình phát triển xã hội đã tạo ra. Đó là một thiết chế phản ánh một thực tế là các tiến trình xã hội được tổ chức theo một cách thức nhất định trong tạo ra và sử dụng nguồn lực công vì lợi ích công cộng. Do vậy, LĐC có sứ mệnh kép về giá trị là: (1) Tạo khuôn khổ pháp lý, văn hóa, kỹ thuật để dẫn dắt, nuôi dưỡng, phát huy và phát triển giá trị xã hội; (2) Hình thành một hệ thống giá trị công vụ, hành động như một hình mẫu cho xã hội về giá trị.

LĐC định hướng, dẫn dắt và quản lý quá trình phát triển xã hội gắn với tầm nhìn dài hạn và mục tiêu cụ thể cho từng ngành, lĩnh vực, địa phương, trong từng thời kỳ. Tuy nhiên, hiệu quả lãnh đạo có thể được hiểu ngắn gọn thành 5 chữ T: là “*Tin, Theo, Thời, Thế, Tôi và Chúng ta*”. Trong đó, chữ Tin hay tín, tín nhiệm nằm ở tâm điểm, vừa là động lực, là điều kiện, vừa là tiêu chí để đánh giá

hiệu quả lãnh đạo. Điều này lý giải vì sao các triết lý lãnh đạo vẫn tiếp tục được duy trì, sống động và hiện thực hóa trong đời sống xã hội hoặc tổ chức bất kể thiếu sự hiện diện của người lãnh đạo đã để xương, định hướng các giá trị đó.

Cần hiểu giáo dục giá trị là quá trình khởi tạo, chia sẻ, nuôi dưỡng, phát triển, hỗ trợ lựa chọn và hình thành giá trị, quan điểm sống, thái độ sống hướng thiện, phù hợp với phát triển xã hội. Giáo dục giá trị, do vậy, cần đến sự chủ động, tích cực tham gia của 5 chủ thể: *nhà nước* (bằng hệ thống thiết chế, pháp luật để tạo ra khuôn khổ pháp lý và định hướng cho môi trường xã hội lành mạnh), *nhà trường* (để trí tuệ và nhân cách được song hành phát triển), *gia đình* (là sự đề dẫn và bối cảnh thực hành giá trị cho mỗi cá nhân trong suốt cuộc đời), *xã hội, nhất là nhà kinh doanh* (không phải ai cũng được gọi là doanh nhân) và *nhà báo* (bao gồm nhà báo và “nhà báo” mạng) mà ai cũng có thể trở thành.

Giáo dục, nuôi dưỡng niềm tin vào giá trị và duy trì giá trị trong một bối cảnh xã hội hiện đại mà mức độ nan giải của các thách thức ngày càng cao và khó lường hơn, thông tin bùng nổ và các cuộc chiến thông tin diễn ra là một thách thức lớn.

2. Mạng xã hội

Mạng xã hội (MXH)² có thể được xem là một trong những phát kiến quan trọng của loài người, thỏa mãn ước mơ kết nối xã hội và vạn vật: mọi người, mọi cấp độ (cá nhân, tổ chức, quốc gia, khu vực, toàn cầu), ở mọi chiều cạnh của cuộc sống (kinh tế, chính trị, văn hóa,...). Với nhiều lợi thế, MXH, ban đầu chỉ đơn thuần nhằm hỗ trợ mục tiêu kết bạn, trao đổi nội bộ trong nhóm, cộng đồng trực tuyến (như Myspace, Friendster,..) hay chỉ trong trường đại học (như Facebook), đang dần trở thành thứ không thể thiếu trong đời sống xã hội, thậm chí trở thành một nguồn quan trọng của quyền lực³, can thiệp vào đời sống kinh tế, chính trị, có vai trò quan trọng trong những bối cảnh có tính khủng hoảng

như thiên tai, dịch bệnh như hiện nay) và có những đóng góp không nhỏ cho phát triển xã hội, như:

(1) Mở rộng không gian xã hội và hình thành các luồng dư luận lớn. Điều này cũng tạo nguy cơ xa rời xã hội thực, chìm đắm vào thế giới ảo, vô tận, tách biệt và tự cô lập xã hội cũng tăng lên.

(2) Mở rộng kênh đưa tin và gia tăng chất lượng tiếp cận thông tin. Song hành với lợi ích này, nguy cơ về thói quen mất tôn ti, trật tự, thói quen vô chính phủ hay dân chủ giả hiệu cũng xuất hiện.

(3) Hỗ trợ, kích hoạt sự sáng tạo, trí tưởng tượng, kiến tạo tri thức, làm giàu, làm mới bản thân, tuy nhiên, nguy cơ ảo tưởng về sức mạnh bản thân, thiếu tôn trọng và trân trọng người khác, call view bằng mọi giá... cũng xuất hiện.

(4) Cung cấp cơ hội cùng hiện diện, điều này đang tạo ra một thách thức mới đối với tổ chức, điều hành hội họp, kể cả trong công sở, để duy trì sự tập trung, kết nối các ý kiến (đang bị hình ảnh và âm thanh làm cho mất tập trung, dễ rời rạc hơn).

(5) Giúp tạo nhiều nhóm xã hội đa dạng; tạo nguy cơ vi phạm bí mật, vi phạm sự riêng tư cũng xuất hiện.

(6) Tạo ra những thói quen mới trong sinh hoạt hằng ngày. Những thói quen này có thể chiếm mất không gian hay làm xói mòn những thói quen sống truyền thống vốn rất quan trọng, như sinh hoạt gia đình, các cuộc thăm hỏi cụ thể, nguy cơ mất kiểm soát trong quản lý tài chính cá nhân, gia đình, nguy cơ bị lừa đảo qua giao dịch và thương mại điện tử.

(7) Tạo ra thói quen làm việc mới, tạo nguy cơ lỏng lẻo trong các kết nối nội bộ cũng là một thách thức đối với lãnh đạo.

(8) Giúp hình thành hoặc mở rộng địa hạt của một số ngành công nghiệp. Tuy nhiên, bằng một cách nào đó, an ninh mạng vẫn là câu hỏi lớn đòi hỏi mỗi tổ chức, cá nhân phải quan tâm để bảo vệ thông tin, hình ảnh, tài chính của mình.

Thông tin có thể được ví von là huyết, là mạch, là đầu vào căn bản cho quá trình ra quyết định, cho động thái, hành động và kết quả lãnh đạo. Thiếu thông tin (không đủ, không chính xác, không kịp thời, không đúng cách, không đúng lúc) thì lãnh đạo dễ mắc sai lầm.

Trong bối cảnh chúng ta không có lựa chọn là có sử dụng MXH hay không mà vấn đề là sử dụng MXH thế nào⁴, sự bùng nổ thông tin do MXH thì thách thức lớn nhất đối với lãnh đạo, đặc biệt là LĐC định hướng giá trị, duy trì niềm tin xã hội để tạo được đồng thuận xã hội, vì giữ được dân là giữ được nước; xã hội không ổn định thì khó phồn vinh. Tuy nhiên, MXH cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới cuộc chiến tranh thông tin trong xã hội hiện đại.

Cuộc chiến thông tin dựa trên MXH có những đặc điểm sau:

Một là, có động lực đa dạng: từ động lực kinh tế, đến chính trị (để xây dựng hình ảnh cho hệ thống chính trị hoặc ngược lại, lợi dụng cơ chế chia sẻ thông tin này để chống phá Đảng, Nhà nước ta hoặc nước khác, lôi kéo, tạo diễn biến hòa bình để gây suy yếu từ bên trong hệ thống, bằng những hình thức ngày càng tinh vi hơn, phức tạp hơn, bài bản hơn, đặc biệt nhằm vào các cơ quan công quyền và các yếu nhân chính trị), văn hóa (cổ súy hay thóa mạ, phá bỏ các truyền thống, thói quen, tập tục xã hội nào đó), kỹ thuật (khuếch trương, marketing cho một ứng dụng kỹ thuật nào đó).

Hai là, diễn ra ở mọi cấp độ, từ cá nhân, tổ chức, cộng đồng đến quốc gia.

Ba là, sử dụng vũ khí đa dạng: từ hình ảnh (thực hoặc cắt ghép) đến lời nói, từ sử dụng bất cứ ai đến dùng các nhân vật nổi tiếng, từ công cụ pháp lý đến tác động tình cảm, cảm xúc, từ tin thật, một phần thật đến tin giả (fake news).

Bốn là, tận dụng mọi cơ hội: chiến tranh thông tin giữa các tổ chức và cá nhân đều

được thực hiện với mọi cơ hội. Trong khi chính quyền vận động, tuyên truyền toàn xã hội tuân thủ pháp luật, thực thi chính sách hay hoạt động tham vấn ý kiến xã hội về các dự thảo chính sách, pháp luật, thực hiện hoạt động điều hành xã hội hàng ngày hay tổ chức những sự kiện lớn như Đại hội Đảng, bầu cử Quốc hội và Hội đồng nhân dân các cấp... thì các lực lượng thù địch lan truyền các thông tin xấu độc, sử dụng mọi chiêu trò thù địch lý lịch và hành động, suy diễn phát ngôn của cán bộ, công chức, mượn lời hay cắt ghép hình ảnh và phát ngôn của người dân để kích động chống phá Đảng, Nhà nước. Ở cấp độ cá nhân, xuất phát từ những mục tiêu cụ thể, như do thù hận cá nhân, các bên tham gia cuộc chiến lên MXH để dựng chuyện, đả kích, chê bai, hạ bệ người khác; do kém hiểu biết, thiếu thông tin nên mù quáng lan truyền tin thất thiệt, hay những hạn chế về khả năng diễn đạt thông điệp hoặc đôi khi cũng đơn giản chỉ là gây hấn để call view.

Năm là, hệ lụy tất yếu: khi chiến lược thông tin được tham gia để kích hoạt chiến tranh thông tin thì bên cạnh những lợi ích nhất định có thể đạt được cho mỗi bên (cá nhân hay tổ chức) thì hệ lụy tất yếu cũng rất nhiều: thật giả lẫn lộn, gây hiểu nhầm, ngộ nhận; mất uy tín cá nhân, thậm chí làm “sụp đổ” một hình tượng; nhiễu loạn giá trị, khủng hoảng niềm tin, hoang mang, mất phương hướng trong cá nhân và nhóm,... có thể khởi đầu cho các bất ổn xã hội ở quy mô khó kiểm soát hoặc về lâu dài.

3. Một số khuyến nghị

Thứ nhất, các nỗ lực giáo dục giá trị cần mang tính hệ thống, các chiến lược mang “động”, thích ứng trong bối cảnh mới, theo nguyên tắc: (1) Hòa hòa giữa kế thừa và đổi mới giá trị; (2) Hòa hòa lợi ích (tránh thái quá dẫn đến tuyệt đối hóa những giá trị của cộng đồng, dân tộc, quốc gia, tổ chức hay cá nhân mình mà hoặc phủ nhận, hạ thấp giá trị của bên kia); (3) Lấy “xây” để “chống”, lấy lan tỏa các giá trị tốt đẹp để chống lại mọi âm mưu

lan truyền các phản giá trị; (4) Hành động chính là thông điệp hay bằng chứng có tính thuyết phục nhất để giáo dục giá trị; (5) Hiểu kỹ các nhóm xã hội.

Thứ hai, chính thức thừa nhận MXH, chủ động tham gia MXH, tích cực phát triển MXH của Việt Nam. Trong khi tiếp tục dùng các kênh thông tin hiện hữu như các hình thức công bố văn bản quản lý nhà nước (công báo, văn thư, e-office...), các phương tiện truyền thông đại chúng thì các cơ quan công quyền cần tiếp tục gia nhập chủ động, chính thức các MXH để chủ động cung cấp thông tin, cung cấp nguồn thông tin cho đối chứng.

Thứ ba, tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ thiết chế bộ máy và pháp luật về quản lý thông tin trên MXH như *Luật An ninh mạng*, Bộ quy tắc ứng xử trên mạng xã hội, các văn bản khác liên quan đến quyền và nghĩa vụ của cán bộ, công chức trong phát ngôn, cung cấp thông tin cho báo chí, bảo vệ bí mật nhà nước để vừa bảo đảm quyền tự do phát ngôn, bày tỏ quan điểm, ý kiến, vừa quản lý hiệu quả thông tin trên không gian mạng. Các xử phạt vi phạm cần được công khai, nhất là liên quan đến những vấn đề và trong những bối cảnh có thể dẫn tới khủng hoảng như thiên tai, dịch bệnh.

Thứ tư, phát huy vai trò mọi chủ thể: khi MXH xuất hiện, giáo dục - đào tạo, chia sẻ thông tin, tri thức nói chung hay giáo dục giá trị không còn là đặc trách hay đặc quyền của nhà trường, của gia đình, hay cơ quan, đơn vị.

Thứ năm, hợp tác với các nhà cung cấp mạng và MXH lớn trên toàn cầu: trong bối cảnh nhiều nền tảng mạng, nhiều nhà cung cấp lớn có người dùng toàn cầu là của nước ngoài, các nhà cung cấp (như Google, Facebook...), ở một mức độ nào đó, đang là những chủ thể quan trọng trong quản trị toàn cầu thì sự cộng đồng trách nhiệm của họ có ý nghĩa quyết định trong định hướng và tạo chuyển biến xã hội. Chính vì vậy, hợp tác và thỏa thuận đôi bên cùng có lợi với các

nhà cung cấp này là tất yếu là một chiến lược sáng suốt.

Thứ sáu, phát triển đội ngũ các “chiến binh” trên mặt trận mới: phát triển đội ngũ những người kể chuyện cuộc đời, kể chuyện công vụ với ý nghĩa và giá trị; chủ động đưa tin “người tốt, việc tốt” (như câu chuyện ATM gạo mùa dịch) bằng những hình thức phong phú, gần gũi cuộc sống, không mang tính minh họa, với các khía cạnh đời thường, giản dị. Phát huy những người dẫn dắt dư luận chủ chốt (KoL-Key Opinion Leader), những người có lượng theo dõi cao, có tầm ảnh hưởng mạnh trên MXH (ví dụ đạt tick xanh (influencer) để họ tham gia hướng đạo, lan tỏa giá trị, lan tỏa những điều tích cực đến xã hội; nhận diện, vạch mặt các âm mưu, luận điệu, hành động chống phá Đảng, Nhà nước hay phá hoại các giá trị văn hóa của dân tộc. Phát huy vai trò của giới nghệ sỹ để định hướng giá trị và điều hướng giá trị khi cần thiết, để thu hút người dùng mạng thoát khỏi những kênh v-log tiêu cực vì sản phẩm lao động của giới nghệ sỹ làm thỏa mãn nhu cầu về cái đẹp, tác động trước nhất vào tinh thần, tâm hồn của người nghe, người xem, có lượng fan hâm mộ đông đảo và các trang tương tác với fan hâm mộ (fanpage) được đông đảo người trẻ theo sát... Bên cạnh đó, cán bộ, công chức cũng có thể tham gia MXH để không chỉ vì mục tiêu tương tác xã hội nói chung mà còn chủ động chia sẻ, tạo hiểu biết, đồng cảm về quá trình công vụ, cũng như lắng nghe để tháo gỡ các hiểu lầm nói riêng hay các điểm nghẽn chính sách nói chung.

Thứ bảy, tiếp tục cải thiện chất lượng các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống và các MXH Việt Nam: để có thể theo kịp sự phát triển vũ bão của cách mạng công nghệ thông tin, cần thay đổi một cách đồng bộ giữa tư duy - phương thức - đội ngũ và công nghệ. Các cơ quan báo chí - truyền thông cần ứng dụng công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu của kiểu công chúng mới thời kỳ truyền thông số và theo kịp sự phát triển của

truyền thông thế giới. Những bài bình luận nghiêm túc, sâu sắc nhưng dài vốn là đặc điểm của báo chí truyền thống, nay đang trở nên bớt sức hút đối với công chúng, thay vào đó là thông tin đồ họa và các loại hình sản phẩm báo chí đa phương tiện, chẳng hạn như các siêu tác phẩm số (mega-stories), các clip dạng live-stream trên MXH. Cũng cần có cơ chế hỗ trợ phát triển các trang MXH do Việt Nam xây dựng.

Thứ tám, nỗ lực khôi phục và duy trì văn hóa đọc và các hoạt động ngoài trời: văn hóa đọc (kể cả dùng sách nói) hướng cộng đồng vào các quá trình khám phá, suy ngẫm giá trị một cách bình tĩnh, phát huy trí tưởng tượng phong phú (chứ không phải được người khác cung cấp sẵn và chỉ thông qua các thông điệp nhanh, ngắn, kèm theo hình ảnh trên MXH), phát huy óc logic trong tự kết nối, hồi tưởng những gì được đọc trước đó với những gì đang đọc. Các sinh hoạt tập thể ngoài trời cũng giúp kéo cá nhân ra khỏi không gian mạng để hoạt động thể chất tích cực và tương tác thực tốt hơn.

Thứ chín, tăng cường nghiên cứu so sánh về giá trị: nghiên cứu có tính so sánh về các giá trị xã hội nói chung hay giá trị công vụ nói riêng là một phương thức hữu ích để cung cấp tri thức có tính hệ thống giúp gia tăng tri thức về các giá trị xã hội trong bối cảnh của nó, tránh được cách tiếp cận thái quá đối với một giá trị nào đó (như tuyệt đối hóa các giá trị của doanh nghiệp mà phủ nhận giá trị công vụ, tuyệt đối hóa các giá trị phương Tây mà phủ nhận các giá trị phương Đông,... hoặc ngược lại).

Thứ mười, tiếp tục đổi mới hệ thống chính trị, cải cách hành chính nhà nước để nuôi dưỡng niềm tin vào giá trị bằng hành động: trong đó kiên trì đường lối đổi mới vì dân, cải thiện chất lượng thể chế, chính sách là những biểu hiện thuyết phục nhất của hệ giá trị công quyền, là tấm gương, hình mẫu, điều kiện cho phát triển và giáo dục giá trị xã hội.

Thực hiện mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số để nền tảng số đồng bộ sẽ là điều kiện tăng cường cho xây dựng chính phủ điện tử. Phát huy tài nguyên dữ liệu trong quá trình chính sách, làm tốt hơn vận động, tuyên truyền xã hội ủng hộ cho quá trình LĐC, dẫn dắt lối sống, lối hành động của xã hội. Cần cải thiện cơ chế công khai, chia sẻ thông tin, nhất là tiếp nhận thông tin phản hồi từ mọi người dân và cộng đồng, thành phần xã hội để kịp thời tiếp nhận thông tin đa dạng, khơi dậy những phẩm chất, lối sống tích cực, các sáng kiến...

Giá trị được nuôi dưỡng bởi niềm tin, do đó, khả năng truyền cảm hứng, nhất là qua hành động luôn có tính thuyết phục cao. Những điều này, chính là thực hành tự giáo dục giá trị, là tấm gương và nguồn cảm hứng để xã hội chuyển hóa từ giáo dục giá trị thành tự giáo dục giá trị □

Chú thích:

1. Trần Thị Thanh Thủy. *Lãnh đạo công - Sự mệnh và các giá trị then chốt*. Tạp chí Quản lý nhà nước, số 219 (4/2014), tr. 30.

2. *Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*.

3, 4. Nye, J.S. *Tương lai của quyền lực (bản dịch của Tâm Hiền)*. H. NXB Thông tin và Truyền thông, 2016.

Tài liệu tham khảo:

1. *Bộ quy tắc ứng xử trên mạng xã hội được ban hành kèm theo Quyết định số 874/QĐ-BTTTT ngày 17/6/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông*.

2. *Công văn số 1800/BTTTT-PTTH&TTĐT ngày 28/5/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc tăng cường công tác quản lý, xử lý thông tin vi phạm trên mạng xã hội*.

3. Lê Quang Tự Do. *Những thách thức trong công tác quản lý thông tin trên mạng xã hội ở nước ta hiện nay*. <https://www.tuyengiao.vn>, ngày 12/8/2021.

4. Qualman E (2012). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*, 2nd edn. Wiley.