

TỪ TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN ĐẾN VIỆC NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN CỦA ĐẢNG TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

Trần Thị Minh Tuyết¹

¹Phó giáo sư, tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Email: tuyetminh1612@gmail.com

Nhận ngày 25 tháng 12 năm 2017. Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 2 năm 2018.

Tóm tắt: Bài viết luận giải để khẳng định rằng, trong suốt quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam, Hồ Chí Minh không chỉ là một nhà tuyên truyền vĩ đại, một hình mẫu về cách thức tuyên truyền hiệu quả mà còn là nhà lý luận về công tác tuyên truyền với hệ thống quan điểm hết sức sâu sắc. Thực tiễn cách mạng đã chứng minh: Sự nghiệp cách mạng càng gian khó, vĩ đại thì trọng trách của đội ngũ cán bộ tuyên truyền càng nặng nề và vinh quang. Công cuộc *đổi mới* đất nước hiện nay với sự đan xen giữa thời cơ và thách thức đang đòi hỏi Đảng phải thực hiện tốt hơn nữa công tác tuyên truyền theo tư tưởng mà Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đề ra.

Từ khóa: Hồ Chí Minh, công tác tuyên truyền, Đảng Cộng sản Việt Nam.

Trong quá trình tìm đường cứu nước, Hồ Chí Minh đã tiếp thu những chân lý phổ biến của chủ nghĩa Mác - Lênin, trong đó có *lý luận về công tác tuyên truyền*. Nếu V.I.Lênin cho rằng tuyên truyền là công việc đầu tiên của một Đảng cách mạng thì Hồ Chí Minh cũng khẳng định “làm cho dân giác ngộ”, “giảng giải lý luận và chủ nghĩa cho dân hiểu” là nhiệm vụ đầu tiên của Đảng Cộng sản Việt Nam. Với vai trò lãnh tụ của Đảng và người dẫn đường cho dân tộc, Hồ Chí Minh đã đề ra hệ thống quan điểm toàn diện, sâu sắc về công tác tuyên truyền để chỉ đạo công tác tuyên truyền của Đảng trong mọi chặng đường cách mạng. Tiếp tục tìm hiểu và vận dụng

sáng tạo tư tưởng đó nhằm nâng cao hiệu quả của công tác tuyên truyền là nhiệm vụ cấp bách của Đảng, đặc biệt là của đội ngũ cán bộ tuyên truyền chuyên trách ở nước ta hiện nay.

1. Tư tưởng Hồ Chí Minh về công tác tuyên truyền

Sau khi đến với chủ nghĩa Mác - Lênin, Hồ Chí Minh đã tiến hành hoạt động tuyên truyền cách mạng và ngay sau khi Đảng ra đời, dưới sự chỉ đạo của Người, *Ban Tuyên truyền và cổ động* của Đảng đã được thành lập. Cùng với thời gian, tên của tổ chức này đổi thành *Ban Tuyên huấn*, *Ban Tuyên văn giáo huấn* và *Ban Tuyên giáo* như ngày nay. Điều đó chứng tỏ Đảng ta và Hồ Chí

Minh luôn coi *tuyên truyền* là nhiệm vụ hết sức quan trọng trong hoạt động của Đảng. Đề hướng đạo cho công tác đó, Hồ Chí Minh đã đề ra những quan điểm chính sau đây:

Thứ nhất, Hồ Chí Minh xác định *mục đích, vai trò* của công tác tuyên truyền.

Cách mạng là sự nghiệp của quần chúng nhưng đó phải là quần chúng đã được giác ngộ. Từ yêu cầu khách quan đó, Hồ Chí Minh định nghĩa về công tác tuyên truyền như sau: “Tuyên truyền là đem một việc gì đó nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm. Nếu không đạt được mục đích đó là tuyên truyền thất bại” [5, tr.191]. Điều cần làm “cho dân hiểu” chính là con đường cách mạng, chủ nghĩa Mác - Lênin - nền tảng tư tưởng của Đảng, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước để từ đó nhân dân tin tưởng và ủng hộ.

Tuyên truyền còn hướng tới mục tiêu *chống lại chiến tranh tuyên truyền của kẻ thù*. Do kẻ thù cũng luôn tìm mọi cách “đổi trắng thay đen” để phá hoại tâm lý và tinh thần của nhân dân ta, để vu khống ta trên chính trường quốc tế nên nhất định “chúng ta phải đánh thắng địch về mặt tuyên truyền, cũng như bộ đội ta đã đánh thắng địch về mặt quân sự” [6, tr.491]. Hồ Chí Minh còn nói rõ: Nếu ta không phản bác lại kẻ thù tức là ta đã cho kẻ thù một thứ vũ khí sắc bén để chúng chống lại ta.

Thực tế cho thấy, muốn cách mạng thành công, lực lượng lãnh đạo phải tập hợp được lực lượng trên quy mô dân tộc và quốc tế; song, mục tiêu đó chỉ có thể là thành quả của công tác tuyên truyền hiệu quả. Vì thế, chuẩn bị cho sự ra đời của Đảng, *tuyên truyền* là công việc đầu tiên mà nhà sáng lập Đảng phải tiến hành. Khi Đảng đã ra đời, *tuyên truyền* là bộ phận cấu thành đặc biệt quan trọng trong hoạt động lãnh đạo của Đảng. Từ thực tế cách mạng, Hồ Chí

Minh đã nói về mình: “Gọi tôi là nhà Tuyên truyền thì tôi cũng không tranh cãi, nhưng nhà cách mạng chuyên nghiệp là đúng nhất” [Dẫn theo: 2, tr.16]. Điều đó chứng tỏ trong nhận thức của Hồ Chí Minh, nhà cách mạng chuyên nghiệp tất yếu phải là một nhà tuyên truyền và công tác tuyên truyền chính là một hình thức hoạt động cách mạng và vì mục tiêu cách mạng.

Thứ hai, Hồ Chí Minh xác định *lực lượng làm công tác tuyên truyền*.

Xuất phát từ nguyên tắc ở đâu có cán bộ, có nhân dân - tức là có đối tượng tuyên truyền thì ở đó phải có người tuyên truyền, Hồ Chí Minh nói về chủ thể của công tác tuyên truyền như sau: “Chẳng những các người phụ trách tuyên truyền, những người viết báo, viết sách, những người nghệ sĩ là người tuyên truyền, mà tất cả cán bộ, tất cả đảng viên, hễ những người có tiếp xúc với dân chúng đều là người tuyên truyền của Đảng” [5, tr.341]. Do đội ngũ cán bộ tuyên truyền bao gồm tất cả cán bộ, đảng viên của Đảng, trong đó lực lượng nòng cốt là *các cán bộ tuyên truyền chuyên trách, các nhà báo và các văn nghệ sĩ*, nên công tác tuyên truyền sẽ có ba hình thức cơ bản là tuyên truyền miệng, tuyên truyền bằng báo chí và tuyên truyền bằng các tác phẩm văn học - nghệ thuật.

Thứ ba, Hồ Chí Minh đề ra *hệ thống phương pháp tuyên truyền hiệu quả*.

Với sự trải nghiệm thực tiễn sâu sắc, Hồ Chí Minh luôn khẳng định: “Muốn thành công, phải biết *cách* tuyên truyền” [5, tr.191]. “Cách” ở đây chính là hệ thống các nguyên tắc mang tính “phương pháp luận” mà người làm công tác tuyên truyền nhất thiết phải tuân thủ. Cụ thể như sau:

Một là, người làm công tác tuyên truyền phải nắm vững đối tượng tuyên truyền.

Nhân dân Việt Nam luôn có chung khát

vọng độc lập và tự do, nhưng từng cộng đồng dân chúng riêng lẻ vẫn có sự khác nhau nhất định về lợi ích kinh tế, lập trường chính trị và trình độ văn hóa. Do đó, với mỗi đối tượng cụ thể, cán bộ tuyên truyền phải có cách tiếp cận và giải thích khác nhau. Hồ Chí Minh còn lưu ý là khi người cán bộ tuyên truyền tiến hành vận động những nhóm người với trình độ văn hóa khác biệt, thì tuyên truyền viên phải chú trọng ưu tiên cho lớp đối tượng có trình độ văn hóa thấp nhất vì nhóm này hiểu được thì nhóm khác cũng hiểu được.

Hai là, nội dung tuyên truyền phải phù hợp với ý nguyện của nhân dân.

Với một dân tộc mà khát vọng lớn nhất là “độc lập, tự do” như dân tộc Việt Nam, nội dung tuyên truyền, khẩu hiệu đấu tranh phải gắn liền với hệ giá trị cao quý đó và với những nhiệm vụ cấp bách mà dân tộc phải thực hiện trong từng chặng đường lịch sử. Hồ Chí Minh yêu cầu khi tuyên truyền thì “mỗi tư tưởng, mỗi câu nói, mỗi chữ viết, phải tỏ rõ cái tư tưởng và lòng ước ao của quần chúng” [5, tr.345]. Được như vậy thì hiệu quả tuyên truyền sẽ vô cùng lớn và ngược lại.

Ba là, thông tin tuyên truyền phải chân thực, chính xác.

Thấu hiểu quy luật “một sự mất tin, vạn sự mất tin”, Hồ Chí Minh căn dặn cán bộ: “Tuyên truyền, anh em nên chú ý một điều này nữa là bao giờ ta cũng tôn trọng sự thực. Có nói sự thực thì việc tuyên truyền của mình mới có nhiều người nghe. Ta đừng bắt chước những nước tuyên truyền tin chiến tranh quá sai lệch sự thực” [4, tr.172]. Hơn nữa, bản thân sự nghiệp cách mạng Việt Nam đã rất vĩ đại, “bộ đội và nhân dân ta cũng đủ nhiều cái hay để nêu lên, không cần phải bịa đặt ra” [6, tr.206]. Trong mọi hoàn cảnh, chân thực là “vũ khí”

hiệu nghiệm nhất mà người cán bộ tuyên truyền nhất thiết phải nắm lấy.

Bốn là, cách diễn đạt phải ngắn gọn, thiết thực, dễ hiểu.

Là nhà tư tưởng có hành văn “ý tại, ngôn ngoại”, là người thấu hiểu hoàn cảnh khó khăn của một đất nước vừa phải kháng chiến, vừa phải kiến quốc cũng như trình độ học vấn của dân chúng còn hạn chế, Hồ Chí Minh yêu cầu cán bộ tuyên truyền phải viết ngắn, nói ngắn. Muốn vậy thì người viết phải loại bỏ căn bệnh “rỗng tuếch”, lối nói “vòng vo tam quốc” để “đi” thẳng vào những vấn đề thiết thực nhất. Giản dị, dễ hiểu cũng là tiêu chí rất quan trọng trong văn phong tuyên truyền vì người nghe có hiểu được thì mới nhớ được, có nhớ được thì mới làm được. Hồ Chí Minh cho rằng, muốn đạt tới sự giản dị, dễ hiểu thì cán bộ tuyên truyền “chớ ham dùng chữ. Những chữ mà không biết rõ thì chớ dùng. Những chữ mà tiếng ta có, thì phải dùng tiếng ta” [6, tr.208]. Đặc biệt, cán bộ tuyên truyền phải học cách nói của quần chúng, phải “lấy những thí dụ tầm thường trông thấy trước mắt mà nói. Tránh những danh từ khó hiểu” [4, tr.72]. Hồ Chí Minh còn lưu ý khi tuyên truyền không nên lúc nào cũng trích C.Mác, trích V.I.Lênin, chỉ cần nói sao cho đồng bào hiểu được là đạt yêu cầu. Ngược lại, dù “thiên kinh vạn quyển” đến đâu mà dân không hiểu thì vẫn là thất bại.

Thứ tư, Hồ Chí Minh chỉ ra những phẩm chất cần có của người cán bộ tuyên truyền.

Hồ Chí Minh luôn yêu cầu cán bộ phải đủ đức, đủ tài nhưng trong mỗi lĩnh vực hoạt động, cái tài - cái đức của người cán bộ phải được cụ thể hóa, gắn với đặc thù nghề nghiệp.

Theo Hồ Chí Minh, “cái tài” của người cán bộ tuyên truyền thể hiện ở vốn văn hóa sâu rộng, trình độ lý luận vững vàng và vốn

sống đầy đặn. Họ phải có khả năng học tiếng của đồng bào các dân tộc và nhanh chóng nắm bắt phong tục tập quán của đồng bào ở từng địa phương. Họ cũng cần có năng khiếu về thơ ca, văn nghệ để hấp dẫn, thuyết phục quần chúng. Họ cũng phải khôn khéo trong ứng xử xã hội để các già làng, trưởng bản, các vị chức sắc tôn giáo, những người có uy tín trong cộng đồng dân cư tự giác đi tuyên truyền giúp họ.

Với Hồ Chí Minh, “*cái đức*” của người tuyên truyền không phải là cái gì cao siêu mà là *sự lễ độ, đúng mực* trong ứng xử với nhân dân như kính già, yêu trẻ, tôn trọng phụ nữ; là sự đồng cam cộng khổ với nhân dân, là thái độ nhiệt tình giúp đỡ nhân dân từ những việc nhỏ nhất, là sự giữ vững nguyên tắc “nói đi đôi với làm”...

Người cán bộ tuyên truyền phải có những phẩm chất mang tính nghề nghiệp. *Kiên trì, nhẫn nại* là phẩm chất mà người cán bộ tuyên truyền phải có vì đối tượng chủ yếu của cán bộ tuyên truyền là những thành phần chậm tiến, những địa bàn yếu kém. Hồ Chí Minh giải thích: Nếu quần chúng tốt cả rồi, phong trào nơi nào cũng mạnh rồi thì cần gì phải tuyên truyền nữa. Muốn tuyên truyền, cảm hóa những đối tượng này thì cán bộ tuyên truyền “phải biết nhẫn nại. Nói với người nghe một lần người ta không hiểu thì nói đến hai lần, ba lần... Về đức tính này, phải học theo những người đi truyền giáo” [4, tr.72]. Người cán bộ tuyên truyền cũng phải rèn luyện cho mình đức tính *cẩn thận* vì nói “lọt tai” người khác là điều không đơn giản. Nếu cán bộ không chuẩn bị kỹ lưỡng các bài viết, bài nói thì dễ “lúng túng như gà mắc tóc. Thôi đi thì trên, nói nữa thì chán tai” [5, tr.341]. Tuy nhiên, theo Hồ Chí Minh, điều quan trọng nhất quyết định sự thành công của công tác tuyên truyền chính

là *tình thương thực sự dành cho nhân dân*. Người viết: “Tuyên truyền, huấn luyện phải xuất phát từ chỗ nào? Xuất phát từ nhiệt tình cách mạng, tình thương yêu chân thành đồng bào các dân tộc, từ tình thần hết lòng phục vụ đồng bào các dân tộc. Có như thế mới tìm ra cái đúng, cái hay mà làm” [7, tr.159]. Yêu thương chân thành, đồng cảm sâu sắc là con đường ngắn nhất để thuyết phục quần chúng.

Tóm lại, bằng lý luận cũng như bằng hoạt động thực tiễn phong phú của mình, Hồ Chí Minh đã luận giải sâu sắc một loạt các vấn đề liên quan đến công tác tuyên truyền, như tuyên truyền cái gì, tuyên truyền cho ai, tuyên truyền để làm gì, tuyên truyền bằng cách nào? Vì thế, *tư tưởng về công tác tuyên truyền* là một nội dung quan trọng trong hệ thống tư tưởng chính trị Hồ Chí Minh.

2. Nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền của Đảng theo tư tưởng Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay

Kể từ ngày 1 - 8 - 1930 - thời điểm *Ban Tuyên truyền và cổ động* của Đảng Cộng sản Việt Nam xuất bản tài liệu “*Ngày quốc tế đỏ 1 - 8*” như hoạt động tuyên truyền đầu tiên của Đảng, ngành tuyên giáo nói chung, ngành tuyên truyền nói riêng đã trải qua gần 90 năm trưởng thành và phát triển. Bên cạnh những thuận lợi do ngành tuyên giáo đã có bề dày kinh nghiệm hoạt động, do dân chủ xã hội chủ nghĩa ngày càng được mở rộng, trình độ của đội ngũ cán bộ tuyên truyền cũng được nâng lên cùng với trình độ dân trí nói chung, công tác tuyên truyền ở nước ta hiện nay gặp không ít khó khăn, thách thức.

Thách thức đầu tiên đến từ sự chống phá điên cuồng, tinh vi của các thế lực phản động với chiến lược “*diễn biến hòa bình*” và sự xuất hiện của *chiến tranh mạng*. Điều

này đòi hỏi các nhà tuyên truyền phải có đủ tri thức, niềm tin và bản lĩnh để phân bác lại một cách khoa học, kịp thời những luận điểm xuyên tạc, sai trái của kẻ thù. Tuy nhiên, sự suy thoái đạo đức và lối sống, căn bệnh “nói không đi đôi với làm” của một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên và đi kèm với nó là sự suy giảm niềm tin của quần chúng mới là “rào cản” lớn nhất đối với người làm công tác tuyên truyền. Bên cạnh những lý do khách quan, *sự yếu kém, hạn chế của đội ngũ cán bộ tuyên truyền chuyên trách* cũng là nguyên nhân làm cho công tác tuyên truyền chưa đạt kết quả mong muốn. Có thể nói, tuyên truyền là một nghề rất khó. Cán bộ tuyên truyền giỏi vừa phải có tư duy chặt chẽ, óc sáng tạo của một nhà khoa học, vừa phải có tầm nhìn sâu rộng, sự nhạy cảm và tính chiến đấu của một nhà chính trị, vừa phải có sự tài hoa, khả năng truyền cảm của một người nghệ sĩ. Làm công tác tuyên truyền trong thời đại kinh tế tri thức và xã hội thông tin, cán bộ tuyên truyền còn phải giỏi ngoại ngữ, giỏi công nghệ. Đáp ứng được những yêu cầu đó là điều không dễ dàng nên sự hạn chế về năng lực của đội ngũ cán bộ tuyên truyền cũng là trở lực đối với nhiệm vụ nâng cao hiệu quả của công tác tuyên truyền. Trong khi đó, sự nghiệp đổi mới và công cuộc bảo vệ Tổ quốc lại đòi hỏi công tác tuyên truyền của Đảng phải vươn lên một tầm cao mới, đạt tới một chất lượng mới. Điều này buộc những người làm công tác tuyên truyền phải có *sự đổi mới về tư duy, nội dung và phương thức hoạt động*.

Một câu hỏi được đặt ra: Công tác tuyên truyền hiện có gì giống và khác so với trước? Phải chăng điều khác rõ nhất là xã hội hiện đại đòi hỏi *thông tin tuyên truyền phải minh bạch, kịp thời* chứ không thể

“đóng cửa bảo nhau” hay chậm trễ. Tuy nhiên, nhanh nhạy, kịp thời không có nghĩa là hấp tấp, nông cạn. Người cán bộ tuyên truyền phải vừa nhạy cảm về chính trị, vừa có bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng mới đáp ứng được yêu cầu này.

Không chỉ khác biệt về tốc độ đưa tin, *nội dung công tác tuyên truyền trong giai đoạn hiện nay cũng phong phú hơn nhiều so với trước*. Nếu trước kia công tác tuyên truyền chủ yếu hướng tới việc tuyên truyền, giải thích đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước, thì hiện nay công tác tuyên truyền còn phải tham gia đấu tranh chống cả “diễn biến hòa bình” lẫn “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa”. Vừa phải “xây”, vừa phải “chống”; “chống” thì không chỉ chống “giặc ngoại xâm” mà chủ yếu là phải chống “giặc nội xâm”.

Về hình thức tuyên truyền, do yêu cầu của quá trình dân chủ hóa xã hội, hiện nay cán bộ tuyên truyền *phải chuyển mạnh từ độc thoại sang đối thoại* bằng các hình thức mới như tọa đàm, hội thảo, hỏi và đáp trực tuyến... để cùng nhân dân tìm ra chân lý, khẳng định chân lý và hóa giải những bức xúc trong dân.

Trên cơ sở nhận thức đầy đủ những khó khăn và nhiệm vụ của công tác tuyên truyền trong bối cảnh mới, *Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII* của Đảng chủ trương “đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục chính trị, tư tưởng, đạo đức, lối sống cho cán bộ, đảng viên” [1, tr.200]. Để hoàn thành nhiệm vụ đó, Đảng phải có một *chiến lược cụ thể* về công tác tuyên truyền và đội ngũ cán bộ tuyên truyền phải nâng cao hơn nữa ý thức tự rèn luyện. Trong đó:

Thứ nhất, đối với Đảng:

Đảng Cộng sản Việt Nam vừa là lực lượng lãnh đạo, vừa là chủ thể lớn nhất của

công tác tuyên truyền; vì vậy, Đảng đóng vai trò quyết định trong việc nâng cao hiệu quả của công tác này trên thực tế.

Về nhận thức, Đảng phải làm cho toàn thể đảng viên của Đảng, công chức của Nhà nước thấm thía và thực hiện lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh rằng tuyên truyền không phải là nhiệm vụ của riêng cán bộ tuyên giáo. Tuyên truyền là một nội dung của công tác dân vận, nên bất cứ ai “có sự tiếp xúc với dân chúng đều là người tuyên truyền của Đảng”.

Về hành động, để dân tin vào Đảng, tin vào chế độ thì điều quan trọng nhất là *cán bộ, đảng viên phải gương mẫu* từ việc lớn đến việc nhỏ. Họ phải ý thức rằng mỗi hành vi sai trái của họ trong việc công lẫn việc tư đều là hành động phản tuyên truyền. Vì thế, muốn làm tốt công tác tuyên truyền, trước hết phải làm tốt công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng, đặc biệt là phải chống tham nhũng thực sự quyết liệt. Nếu không chống được tham nhũng thì nói gì dân cũng không tin. Đảng phải tiếp tục *nâng cao năng lực hoạch định đường lối, chính sách* vì “chính sách đúng là nguồn gốc của thắng lợi” [5, tr.636], trong đó bao gồm cả thắng lợi của công tác tuyên truyền. Ngược lại, nếu đường lối, chính sách chưa đủ “độ chín”, còn thiếu sự chuẩn xác,... thì công tác tuyên truyền sẽ vô cùng khó khăn.

Để nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ tuyên truyền, tổ chức đảng và chính quyền các cấp phải nghiêm túc xem xét lại *công tác cán bộ* trong đội ngũ cán bộ tuyên truyền. Phải đánh giá một cách khoa học, toàn diện thực trạng đội ngũ cán bộ tuyên truyền với những số liệu tương đối cụ thể về nhu cầu, khả năng tạo nguồn; việc tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ phải được tiến hành một cách công tâm, minh bạch theo nguyên

tắc “vì việc mà tìm người chứ không phải vì người mà tìm việc”. Đảng phải khuyến khích các cơ sở giáo dục mở chuyên ngành đào tạo báo cáo viên vì nhu cầu về đội ngũ báo cáo viên chuyên nghiệp, có khả năng “viết giỏi, nói hay” là vô cùng lớn. Sự hụt hẫng về thể hệ là nguy cơ hiện hữu trong đội ngũ cán bộ tuyên truyền nên công tác giáo dục - đào tạo phải nhanh chóng khắc phục nguy cơ này. Công tác tuyên truyền cũng như mọi công tác khác đều do con người tiến hành. Do vậy, muốn nâng cao chất lượng của hoạt động tuyên truyền, muốn cán bộ trẻ yên tâm với nghề và kiên nhẫn học nghề thì Đảng, Nhà nước phải *quan tâm đến đời sống vật chất và tinh thần* của họ; đồng thời chú trọng *hiện đại hóa cơ sở vật chất và phương tiện tác nghiệp* cho cán bộ tuyên truyền, nhất là ở các cơ sở vùng sâu, vùng xa.

Thứ hai, đối với đội ngũ cán bộ tuyên truyền:

Nghề nào cũng đòi hỏi ở người làm nghề những phẩm chất nhất định. Tuyên truyền là một nghề hết sức đặc biệt - vừa là khoa học, vừa là chính trị, vừa là nghệ thuật. Vì thế, nó đòi hỏi ở người cán bộ tuyên truyền sự hội tụ giữa *cái tâm, cái đức và cái tầm, cái tài* xứng đáng.

Cái tâm, cái đức của người cán bộ tuyên truyền thể hiện ở bản lĩnh chính trị vững vàng, ở sự trung thành với chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, ở sự kiên định lập trường của Đảng. Cán bộ tuyên truyền là những người đi “gieo” niềm tin cho nhân dân, định hướng dư luận xã hội, là người chiến sĩ trên mặt trận văn hóa tư tưởng nên nếu thiếu đức trung thành thì họ sẽ làm sai lệch đường lối của Đảng; nếu thiếu bản lĩnh chính trị thì họ sẽ lúng túng trước tình huống phức tạp, bất ngờ; nếu thiếu niềm tin thì họ không thể truyền cho nhân dân niềm tin vào

Đảng. Họ cũng phải không ngừng *tu dưỡng đạo đức cách mạng*, vì “một tấm gương sống còn có giá trị hơn một trăm bài diễn văn tuyên truyền” [3, tr.284]. Là người đi “truyền lửa” nên bản thân cán bộ tuyên truyền phải có ngọn lửa nhiệt tình cách mạng, phải say mê công việc, phải có tâm huyết.

Đặc biệt, muốn làm tốt công tác tuyên truyền, cán bộ tuyên truyền phải thực sự *hướng về cơ sở, gần gũi với dân, nhiệt tình giúp đỡ dân*. Hồ Chí Minh từng căn dặn: “Thấy dân làm việc gì, bất kỳ to nhỏ, ta cũng ra tay làm giúp. Đó là cách gây cảm tình tốt nhất, nó sẽ giúp cho việc tuyên truyền kết quả gấp bội” [5, tr.192]. Tài hùng biện của người cán bộ tuyên truyền chỉ có thể “thăng hoa” khi họ có tình thương và sự gắn bó với dân.

Cái tâm, cái tài của người cán bộ tuyên truyền cũng có sắc thái riêng của nó. Tuyên truyền là một khoa học tổng hợp nên cán bộ tuyên truyền phải rèn luyện cho mình *tư duy khoa học* để gắn lý luận với thực tiễn, để phân tích tường minh các sự vật, hiện tượng xã hội. Họ phải nắm vững hệ thống quan điểm của Hồ Chí Minh về mục đích tuyên truyền, đối tượng tuyên truyền, phương pháp tuyên truyền để vận dụng sáng tạo vào thực tế hiện nay. Họ cũng phải có *tinh thần tự chủ* để không thụ động trông chờ vào tài liệu tuyên truyền từ trên gửi xuống. Tuyên truyền là nghệ thuật thuyết phục con người nên cán bộ tuyên truyền phải rèn cả *kỹ năng viết và kỹ năng nói* sao cho lý luận thì ngắn gọn, sắc bén và ví dụ minh họa thì sinh động, thiết thực. *Óc đổi mới* là phẩm chất cần có của người cán bộ tuyên truyền vì đâu có nói hay đến mấy mà lần nào cũng nói giống nhau thì vẫn không thuyết phục được người nghe.

Tóm lại, đường lối của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước chỉ “bắt rễ”

được vào cuộc sống, đi vào trái tim, khối óc của nhân dân khi có một đội ngũ cán bộ tuyên truyền chuyên nghiệp “trí sáng, tâm trong, bút sắc”, thực sự yêu nghề và có khả năng truyền cảm mạnh mẽ.

Nói đến tuyên truyền là nói đến mặt trận tư tưởng, nói đến lòng dân mà không có gì phức tạp hơn tư tưởng con người, không có gì khó lường hơn diễn biến của lòng người. Chỉ khi ứng xử với con người bằng sự chân thành và thấu cảm, chỉ khi luôn có sự thống nhất giữa lời nói và việc làm, chỉ khi biết nói lên tiếng nói của dân và bảo vệ lợi ích chân chính của nhân dân, đội ngũ cán bộ tuyên truyền của Đảng mới thu phục được nhân tâm. Đó là chân lý sâu xa mà chúng ta rút ra được từ tư tưởng của Hồ Chí Minh về công tác tuyên truyền. Việc vận dụng sáng tạo hệ thống quan điểm mang tính chân lý của Người vào thực tiễn đất nước hôm nay sẽ giúp công tác tuyên truyền của Đảng đáp ứng những yêu cầu mới của thời đại và góp phần quan trọng vào thắng lợi của sự nghiệp đổi mới.

Tài liệu tham khảo

- [1] Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [2] Hà Minh Đức (2000), *Sự nghiệp báo chí và văn học của Hồ Chí Minh*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
- [3] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, t.1, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [4] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, t.4, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, t.5, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [6] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, t.8, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [7] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, t.14, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.