

CẦN MỘT CHIẾN DỊCH TRUYỀN THÔNG SÂU RỘNG VÀ HIỆU QUẢ

PGS, TS NGUYỄN VĂN DŨNG^(*)

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI thành công là một sự kiện lớn, có ý nghĩa toàn diện đối với đời sống chính trị nước ta. Thực tiễn cho thấy rằng, việc xây dựng và thông qua các văn kiện Đại hội dày công và nghiêm túc thế nào thì việc tuyên truyền, phổ biến, cổ vũ việc tổ chức thực hiện nó cần phải dày công và nghiêm túc như thế ấy. Sau Đại hội, các văn kiện không phải chỉ quán triệt trong cán bộ lãnh đạo chủ chốt các cấp, mà quan trọng là làm cho tư tưởng, quan điểm và đường lối Nghị quyết Đại hội đi vào đời sống tinh thần của các tầng lớp nhân dân trên mọi miền đất nước. Sức sống của Đảng biểu hiện trước hết ở các khía cạnh như niềm tin của nhân dân vào các nghị quyết của Đảng và cách thức tổ chức thực hiện nó trong thực tế; niềm tin của người dân vào những tấm gương sống trong bộ máy của Đảng và Nhà nước; vào việc huy động và tổ chức nguồn lực khai thác hiệu quả tài nguyên cứng và tài nguyên mềm, sức mạnh cứng và sức mạnh mềm quốc gia... Do đó, việc huy động hệ thống các phương tiện truyền

thông, tổ chức tuyên truyền các nội dung cơ bản của Nghị quyết Đại hội cũng như việc cổ vũ mạnh mẽ quá trình tổ chức thực hiện là vấn đề có ý nghĩa hết sức quan trọng trong công tác tư tưởng hiện nay.

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của mạng internet và kỹ thuật - công nghệ số, sự phát triển kinh tế và trình độ dân trí được nâng lên, cùng với việc mở rộng giao lưu và hội nhập quốc tế, chưa bao giờ nước ta có được hệ thống các phương tiện truyền thông hùng hậu như hiện nay. Các phương tiện ấy đang kết thành một hệ thống có khả năng chi phối dư luận xã hội trong nước, tác động đáng kể đến dư luận khu vực và thế giới. Nó có khả năng vô cùng to lớn trong công tác tư tưởng, trong việc hình thành dòng tư tưởng chủ đạo nhằm quán triệt và hiện thực hóa Nghị quyết Đại hội XI của Đảng vào cuộc sống.

Để tuyên truyền hiệu quả nội dung Nghị quyết Đại hội XI và định hướng dư luận xã hội, các phương tiện truyền thông có những nhiệm vụ sau đây: *Thứ nhất*, tích cực góp phần tăng cường và phát triển dân chủ hoá các mặt của đời sống xã hội theo tinh thần

^(*) Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Nghị quyết Đại hội XI; tổ chức và động viên nhân dân tham gia vào các hoạt động sản xuất - kinh doanh, tổ chức đời sống, giải quyết các vấn đề trọng tâm trong phát triển kinh tế - xã hội và quản lý xã hội. *Thứ hai*, thông tin cho nhân dân về quá trình thực hiện Nghị quyết Đại hội và tình trạng của dư luận xã hội trên các vấn đề đang tạo nên mối quan tâm chung của toàn thể xã hội, nhất là các vấn đề có tính cấp bách. *Thứ ba*, tác động lên các thiết chế chính trị - xã hội và đề xuất các phương án hoạt động nhằm đạt hiệu quả tối ưu. *Thứ tư*, hình thành dòng tư tưởng và dư luận xã hội chính thống về những vấn đề cơ bản theo tinh thần Nghị quyết Đại hội nhằm thu hút sự quan tâm cũng như củng cố niềm tin chính trị của nhân dân vào sự lãnh đạo của Đảng. *Thứ năm*, trên cơ sở ấy truyền thông góp phần tích cực xây dựng lòng tin, thế giới quan và ý thức quần chúng. *Thứ sáu*, điều chỉnh thái độ và hành vi của các cá nhân, các nhóm cũng như toàn thể cư dân trong xã hội, gia tăng tính tích cực chính trị - xã hội của quần chúng.

Trên cơ sở nhận thức sâu sắc các quan điểm chỉ đạo của Nghị quyết Đại hội XI, báo chí với chức năng truyền thông của mình, sử dụng những phương thức thiết thực và sinh động phù hợp với các nhóm công chúng - đối tượng của mình để định hướng dư luận xã hội và hình thành dòng tư tưởng chủ đạo, tích cực; tránh dàn trải thông tin hoặc chú ý quá mức đến những "đốm đen", giật gân câu khách trong đời sống.

Vấn đề định hướng nhận thức, thái độ và hành vi của cộng đồng xã hội (về bản chất là định hướng tư tưởng và dư luận xã hội) nhằm đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội lớn mà Nghị quyết Đại hội XI đặt ra, là nhu cầu khách quan từ cả hai phía: phía công

tác lãnh đạo, quản lý và phía cộng đồng và nhân dân nói chung.

Từ phía lãnh đạo và quản lý kinh tế - xã hội, định hướng không phải là bắt ép cộng đồng nhận thức, suy nghĩ và hành động theo một khuôn mẫu chủ quan duy ý chí hoặc nhằm lợi ích nhóm, mà là quá trình "bắt mạch" tâm tư, nguyện vọng, nhu cầu và khát vọng của nhân dân, trên cơ sở ấy có biện pháp quy tụ lòng người, thống nhất cộng đồng lại trên cả hai bình diện nhận thức và hành động để thực hiện được mục tiêu và định hướng phát triển, đem lại lợi ích chính đáng cho cộng đồng và cho mỗi người.

Từ phía cộng đồng và nhân dân nói chung, luôn có nhu cầu thống nhất nhận thức làm cơ sở cho thống nhất ý chí và sức mạnh hành động nhằm giải quyết những vấn đề lớn mà Nghị quyết Đại hội đã chỉ ra, những nhiệm vụ trọng tâm trước mắt, phục vụ sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống; thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao về đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân.

Ở góc độ truyền thông vận động xã hội, việc định hướng nhận thức, thái độ, hành vi là quá trình làm tăng dần sự tương đồng và giảm dần sự khác biệt giữa các cá nhân và các nhóm xã hội về những vấn đề đang đặt ra. Tăng dần sự tương đồng nhưng không triệt tiêu cái khác biệt để có được đồng nhất tuyệt đối chủ quan duy ý chí; giảm dần sự khác biệt nhưng không xóa bỏ hết sự khác biệt. Bởi vì đã là xã hội con người thì mỗi cá nhân có cái riêng, khoảng riêng của mình cần được tôn trọng và bảo vệ nếu cái riêng đó không xâm hại lợi ích chung; và người ta chỉ có thể giao tiếp bình đẳng với nhau, tương tác và thâm nhập vào nhau trên cơ sở tôn trọng cái riêng ấy; cũng như hội nhập quốc tế cần dựa trên cơ sở

bảo vệ, tôn trọng và đề cao bản sắc văn hóa cũng như thế mạnh,... của dân tộc mình.

Do đó, báo chí truyền thông định hướng dư luận xã hội là thể hiện yêu cầu thống nhất giữa yêu cầu *từ bên trên* - của lãnh đạo quản lý và nhu cầu *từ bên dưới* của quần chúng nhân dân. Bảo đảm được tính thống nhất này, báo chí truyền thông sẽ là phương thức và công cụ quan trọng nhất trong việc khơi nguồn, tập hợp và phát huy nguồn sức mạnh mềm tài nguyên mềm của quốc gia trong quá trình phát triển bền vững đất nước theo tinh thần Nghị quyết Đại hội XI. Nguồn lực trí tuệ và cảm xúc của nhân dân là sức mạnh mềm; niềm tin của người dân vào chế độ xã hội, vào thể chế chính trị và đội ngũ cán bộ công chức trong bộ máy công quyền là sức mạnh mềm; tư tưởng quần chúng nhân dân và dư luận xã hội dù ở dạng thức âm i hay bộc phát ra bên ngoài với thái độ ủng hộ đối với các chính sách, các quyết sách mới được ban hành là sức mạnh mềm; hệ thống giá trị văn hóa truyền thống và chuẩn mực đạo đức xã hội là sức mạnh mềm;... Sức mạnh mềm là nguồn tài nguyên không bao giờ cạn kiệt, mà ngược lại nó có thể nhân lên gấp bội nếu biết khơi nguồn, nuôi dưỡng và phát huy; ngược lại, cũng có thể bị teo dần và suy kiệt nếu không biết động viên.

Trong điều kiện hiện nay, công tác tuyên truyền, cổ vũ thực hiện Nghị quyết Đại hội XI cần *thông tin, tuyên truyền một cách tập trung*. Trên cơ sở xác định đúng các vấn đề trọng tâm trước mắt về chính trị - tư tưởng, kinh tế văn hóa xã hội, các phương tiện báo chí truyền thông tập trung thông tin, thu hút sự chú ý của công chúng và dư luận xã hội, nhằm định hướng tư tưởng và dư luận xã hội, thu hút nguồn lực tinh thần và vật chất của cộng đồng tham gia giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội của đất nước hay địa phương

theo tinh thần của Nghị quyết Đại hội Đảng, tránh việc “trống đánh xuôi, kèn thổi ngược” làm cho xã hội phân tán sự chú ý.

Để đạt được yêu cầu trên, có thể và cần phải *tổ chức “chiến dịch” truyền thông hiệu quả*. Chiến dịch truyền thông là khái niệm khá mới mẻ đối với giới truyền thông nước ta, song có thể hiểu đó là chiến dịch tuyên truyền và cổ vũ thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XI bao gồm các nội dung và cách thức chính sau đây:

Thứ nhất, mục tiêu chiến dịch truyền thông được xác định rõ ràng, nhất quán, hướng vào đông đảo công chúng xã hội nói chung và hướng vào từng nhóm công chúng (như công nhân, nông dân, thanh niên, phụ nữ, cán bộ viên chức, các doanh nghiệp, các dân tộc thiểu số,...) nhằm thống nhất và nâng cao nhận thức của nhân dân về tư tưởng chỉ đạo của Nghị quyết Đại hội, cổ vũ thái độ và hành vi tích cực của họ trong hoạt động thực tiễn. Trên cơ sở mục tiêu chung, cần thiết kế các mục tiêu cụ thể, được bảo đảm bằng các hoạt động cụ thể với chỉ số đánh giá, giám sát và đo lường cụ thể, tránh chung chung.

Thứ hai, chiến dịch truyền thông bao gồm nhiều hoạt động được thiết kế và liên kết với nhau theo trình tự chặt chẽ; các hoạt động này nhằm giải quyết những vấn đề cụ thể của từng địa phương, mỗi cơ quan, doanh nghiệp,... và cùng hướng tới thực hiện mục tiêu chung của chiến dịch truyền thông. Cơ quan chỉ huy chiến dịch truyền thông cấp trung ương cần xây dựng mục tiêu chung, mục tiêu cụ thể và các hoạt động chính yếu nhất, đồng thời các cấp, các ngành cần thiết kế các mục tiêu và hoạt động cụ thể phù hợp với điều kiện, tình hình và công chúng nhóm đối tượng của mình nói thành mạng lưới chặt chẽ, đa dạng, phong phú và sinh động, cụ thể và thiết thực.

Thứ ba, chiến dịch truyền thông phải huy động và tập hợp nhiều kênh truyền thông cùng tham gia (trong đó báo chí và các phương tiện truyền thông đại chúng có vị trí trung tâm và vai trò chủ lực) và hướng vào các nhóm công chúng đích, với phương thức phù hợp nhằm lôi kéo và tập hợp, thuyết phục, gây ảnh hưởng trong công chúng xã hội để đạt được mục tiêu chung của chiến dịch. Ngoài các loại hình báo chí truyền thống, cần chú trọng khai thác các dạng thức truyền thông trên mạng internet, các mạng xã hội; hình thành diễn đàn trên các forum trực tuyến (với sự tham gia của chủ thể truyền thông tích cực như các cán bộ lãnh đạo quản lý, các nhà khoa học, nhà hoạt động văn hóa xã hội,...) để thu hút nhóm công chúng trẻ cùng với truyền thông trực tiếp thông qua hệ thống báo cáo viên, thảo luận nhóm, câu lạc bộ thanh niên, sinh viên, tri thức trẻ,...

Thứ tư, khai thác và huy động nguồn lực truyền thông một cách có kế hoạch, có tổ chức trên quy mô rộng lớn, bao phủ các vùng miền. Ngoài phần kinh phí đầu tư của Trung ương và các địa phương, có thể huy động và phân bổ hợp lý nguồn lực từ các doanh nghiệp cho chiến dịch này.

Thứ năm, phương thức tổ chức chiến dịch truyền thông vừa bảo đảm nguyên tắc tính Đảng, tính nhân dân, tính đại chúng và tính đối tượng; bảo đảm tính mềm dẻo, linh hoạt và phù hợp với tình hình thực tế và nhu cầu của công chúng - nhóm đối tượng; bảo đảm tính tương tác xã hội và đề cao vai trò tham gia tích cực, chủ động của công chúng nhóm đối tượng nhằm hình thành tư tưởng - nhận thức đúng và thực hiện sáng tạo Nghị quyết Đại hội.

Thứ sáu, bảo đảm tính sáng tạo trong nội dung và hình thức truyền thông tuyên truyền Nghị quyết Đại hội; tránh rập khuôn máy

móc, làm chiếu lệ hoặc phô trương hình thức có thể gây phản cảm hay hiệu ứng ngược. Chú trọng thông qua những tấm gương điển hình các cá nhân và đơn vị xuất sắc.

Thứ bảy, bảo đảm tuân thủ các hoạt động kiểm tra, đánh giá, động viên và giám sát chặt chẽ từ các mục tiêu và hoạt động cụ thể cho đến kế hoạch tổng thể và mục tiêu chung; bảo đảm sự lãnh đạo và chỉ đạo tập trung thống nhất từ cơ quan trung ương đến các cấp ủy để có thể tổ chức và thúc đẩy toàn bộ chiến dịch, sự đồn đốc sát sao, kiểm tra, động viên và nhắc nhở thường xuyên; tránh tình trạng “đầu voi, đuôi chuột” hoặc “đánh trống bỏ dùi” Phát hiện kịp thời những sáng kiến trong quá trình xây dựng và tổ chức chiến dịch truyền thông, tổng kết kinh nghiệm và nhân rộng các giá trị thực tiễn.

Tuyên truyền chính trị là hoạt động hết sức cần thiết và cần coi đó là “hệ xương cốt” bảo đảm tính tư tưởng, tính chính trị trong hoạt động của các phương tiện truyền thông. Nhưng đây cũng là công việc khó khăn đòi hỏi không chỉ bản lĩnh chính trị, lòng nhiệt thành với sự nghiệp công tác tư tưởng của Đảng, mà còn đòi hỏi sự tinh tế, sáng tạo, linh hoạt và kiên trì mục tiêu chính trị vì mục tiêu chung của toàn Đảng, toàn dân là “dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng và văn minh”, vì sự phát triển bền vững của đất nước.

Tổ chức chiến dịch truyền thông sâu rộng và hiệu quả góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XI của Đảng là trách nhiệm chính trị xã hội của mỗi người làm công tác tư tưởng, mỗi nhà truyền thông vận động xã hội; đó cũng là cơ hội và thách thức của ngành truyền thông nước ta trong bối cảnh hội nhập toàn cầu và truyền thông công nghệ số hiện nay.