

CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN, CỔ ĐỘNG VÀ CÔNG TÁC BÁO CÁO VIÊN, TUYÊN TRUYỀN VIÊN

I. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG

1. Khái niệm:

Theo nghĩa rộng là hoạt động có mục đích của một chủ thể nhằm truyền bá những tri thức, giá trị tinh thần, tư tưởng đó thành nhận thức, niềm tin, tình cảm, cổ vũ đối tượng hành động theo những định hướng do chủ thể tuyên truyền đặt ra. Cùng với công tác lý luận, công tác tuyên truyền và công tác cổ động là ba bộ phận hợp thành công tác tư tưởng.

Tuyên truyền, là phổ biến, giải thích một tư tưởng, một học thuyết, một quan điểm nào đó nhằm hình thành, củng cố ở đối tượng tuyên truyền một thế giới quan, nhân sinh quan, một lý tưởng, một lối sống... thông qua đó mà ảnh hưởng tới thái độ và tính tích cực của con người trong thực tiễn xã hội.

Nói theo Chủ tịch Hồ Chí Minh, tuyên truyền là: “đem một việc gì nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm. Nếu không đạt được mục đích đó là tuyên truyền thất bại”.

Công tác tuyên truyền, là hoạt động nhằm truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước và những tinh hoa văn hóa của dân tộc... làm cho chúng trở thành nhân tố giữ vai trò thống trị xã hội trong đời sống tinh thần của xã hội; trên cơ sở đó cổ vũ, động viên tính tích cực, tự giác, sáng tạo của nhân dân trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa.

Cổ động, là thông tin, giải thích tập trung vào một sự kiện, sự việc cụ thể, thiết thực đang diễn ra trong đời sống xã hội nhằm tạo ra ấn tượng trong một nhóm hay số đông người để cổ vũ, động viên họ đi đến hành động.

Nói gọn lại, cổ động chủ yếu là các biện pháp trực quan, tác động trực tiếp vào nhận thức, tư tưởng, tình cảm để lôi cuốn nhân dân hành động theo mục tiêu đã định.

Công tác cổ động, là sự tác động của chủ thể vào tư tưởng, tình cảm của đối tượng thông qua việc giải thích một số việc cụ thể, thiết thực nhằm tạo ra một ấn tượng mạnh ở đối tượng, kích thích và thúc đẩy họ hăng hái hành động thực hiện công việc đó.

2. Vai trò của tuyên truyền, cổ động:

Tuyên truyền, cổ động đều là bộ phận quan trọng của công tác tư tưởng. Trong điều kiện bùng nổ thông tin, công tác tuyên truyền, cổ động càng trở nên quan trọng để định hướng thông tin, làm cho cán bộ, đảng viên, quần chúng tiếp nhận các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước một cách đầy đủ, đúng đắn.

Vai trò quan trọng của công tác tuyên truyền, cổ động thể hiện tập trung ở các khía cạnh sau:

- Là phương tiện quan trọng để phổ biến, truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, những vấn đề thời sự lớn của đất nước và quốc tế, những vấn đề mới đặt ra trong sự nghiệp đổi mới, qua đó nâng cao nhận thức chính trị của cán bộ, đảng viên và quần chúng; động viên mọi người thực hiện tốt các nhiệm vụ chính trị trong mỗi thời kỳ.

- Là công cụ để định hướng tư tưởng, hướng dẫn suy nghĩ và hành động của toàn xã hội.

- Góp phần quan trọng để xây dựng nền văn hóa mới, con người mới xã hội chủ nghĩa.

- Góp phần tăng cường mối quan hệ máu thịt giữa Đảng với nhân dân, xây dựng khối đoàn kết thống nhất trong Đảng, tăng cường sự đồng thuận trong xã hội.

- Là công cụ sắc bén trong đấu tranh bảo vệ chân lý, chống lại mọi âm mưu, thủ đoạn “diễn biến hòa bình” của các thế lực thù địch; phê phán các quan điểm sai trái, lệch lạc nảy sinh trong cán bộ, đảng viên và quần chúng trong quá trình thực hiện đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước.

Qua tuyên truyền, cổ động để phát huy vai trò làm chủ, tính tích cực, sáng tạo của quần chúng, trước hết là ở cơ sở trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh, quốc phòng, đối ngoại.

3. Những hình thức chủ yếu của tuyên truyền, cổ động:

3.1. Tuyên truyền:

Hình thức tuyên truyền rất đa dạng, nhưng tập trung vào mấy loại hình sau đây:

- *Tuyên truyền miệng*. Đây là hình thức tuyên truyền đặc biệt quan trọng, nhất là ở cơ sở, được thực hiện chủ yếu bởi đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên, thông qua các hình thức giao tiếp trực tiếp, như nói chuyện thời sự, tọa đàm, hội thảo, kể chuyện gương người tốt, việc tốt...

- *Tuyên truyền thông qua các ấn phẩm viết*, như sách, báo (báo in, báo điện tử), bản tin, khẩu hiệu, biểu ngữ, truyền đơn, tờ gấp...

- *Tuyên truyền qua nghe nhìn*, như phát thanh, truyền hình, phim ảnh, triễn lãm, tham quan..., trong đó vai trò của truyền hình ngày càng trở nên quan trọng do tính phổ cập, nhanh chóng và rộng rãi trong toàn xã hội.

- *Tuyên truyền bằng các hoạt động văn hóa, nghệ thuật*, thông qua các hoạt động của ngành văn hóa, nghệ thuật...

- *Tuyên truyền tổng hợp*, kết hợp cổ động, tuyên truyền miệng, phim ảnh, thơ ca, hò, vè... (tuyên truyền lồng ghép)...

3.2. Cổ động:

- Cổ động miệng qua hệ thống loa, phát thanh.

- Bằng pa-nô, áp phích.

- Trên các phương tiện báo chí.

- Tuân hành, mít-tinh...

4. Nguyên tắc cơ bản tuyên truyền, cổ động:

- Tính tư tưởng và tính chiến đấu cao

Tính Đảng là biểu hiện cao nhất của tính tư tưởng và tính chiến đấu cao:

+ Tích cực truyền bá những tư tưởng cách mạng, tiến bộ, tích cực trong xã hội mà nền tảng là hệ tư tưởng vô sản.

+ Tự giác tham gia và nhanh chóng thông tin, giải thích đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước trong nhân dân.

+ Mọi hoạt động phải đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng và chịu sự lãnh đạo của Đảng.

+ Mọi hoạt động phải tuân theo luật pháp, nằm trong khuôn khổ của luật pháp.

+ Tổ chức cơ sở đảng và mỗi đảng viên phải luôn tự giác, phát huy năng lực và sức chiến đấu của mình.

- Tính chân thực và tiêu biểu

+ Nó không chỉ là cơ sở để hình thành, củng cố niềm tin mà còn tạo ra điều kiện để phát huy tính năng động, sáng tạo của nhân dân trong hành động cách mạng. Lênin nói: “Công tác cổ động và tuyên truyền của chúng ta trước hết phải làm cho nhân dân hiểu rõ sự thật”.

Trong quá trình lãnh đạo cách mạng, Đảng ta luôn công khai bày tỏ sự thật, mặc dù có những sự thật nặng nề và cay đắng. Chính vì vậy, kể từ khi thành lập đến nay, Đảng ta liên tục tổ chức, lãnh đạo nhân dân trong các phong trào cách mạng và giành được nhiều thắng lợi, thắng lợi sau bao giờ cũng to lớn hơn thắng lợi trước.

+ Không được mượn cớ tính chân thật mà hạ thấp yêu cầu hoặc chỉ thông tin những sự kiện vụn vặt hoặc không có lợi cho cách mạng.

+ Nội dung cổ động không chỉ mang tính chân thật mà còn đảm bảo tính tiêu biểu.

- Tính kịp thời, thiết thực và cụ thể

+ Vì sao?

→ Nhanh chóng cung cấp thông tin mới cho cán bộ, đảng viên và nhân dân.

→ Đem lại cho nhân dân những nhận thức mới về các sự kiện chính trị mới trong và ngoài nước.

→ Nhanh chóng vạch trần và đập tan mọi âm mưu, thủ đoạn phá hoại sự nghiệp cách mạng của các thế lực thù địch.

+ Phải lựa chọn những sự kiện chủ yếu có ý nghĩa nhất, được xã hội quan tâm nhất để cổ động.

+ Phải cung cấp thông tin thường xuyên, liên tục, không được tạo ra khoảng trống để kẻ thù lợi dụng.

+ Phục vụ trực tiếp cho nhiệm vụ chính trị trước mắt và chỉ rõ trách nhiệm của đối tượng khác nhau đối với những nhiệm vụ chính trị đó.

+ Khi tiến hành cổ động phải tính toán đến chi phí so với kết quả mà mỗi hình thức tác động đem lại sau một chu trình tác động.

- Tính rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với đối tượng

+ Khi sử dụng bất cứ hình thức tuyên truyền, cổ động nào thì bao giờ cũng phù hợp với trình độ nhận thức của đối tượng.

+ Nghiên cứu nắm chắc đặc điểm tâm lý, nhu cầu thông tin của đối tượng.

5. Phương châm của tuyên truyền, cổ động:

- Bám sát nhiệm vụ chính trị của Đảng, phát huy tinh thần cách mạng của nhân dân.

- Phải kịp thời, nhạy bén, nội dung chính xác, có tính chiến đấu cao.

- Kết hợp nâng cao nhận thức với hướng dẫn hành động và cổ vũ phong trào.

+ Kết hợp giữa xây và chống.

+ Phải cụ thể, thiết thực, sinh động.

+ Phối hợp tốt các mặt hoạt động tuyên truyền, cổ động.

6. Nội dung tuyên truyền, cổ động: Về chính trị, kinh tế, văn hóa, quốc phòng, an ninh, đối ngoại, đấu tranh chống các quan điểm sai trái...

II. TUYÊN TRUYỀN MIỆNG TRONG HOẠT ĐỘNG TUYÊN TRUYỀN: (Nội dung này để tham khảo thêm)

1. Khái niệm tuyên truyền miệng:

Tuyên truyền miệng là dùng ngôn ngữ nói để trực tiếp thông tin, giải thích những chủ trương của Đảng, chính sách cụ thể của Nhà nước; những sự kiện chính trị nổi bật đang diễn ra trong đời sống xã hội... nhằm làm cho nhân dân có nhận thức đúng đắn, thay đổi thái độ, hành vi và hướng dẫn, cổ vũ động viên họ hành động theo mục đích của công tác tuyên truyền.

- Tuyên truyền miệng thực hiện trong giao tiếp trực tiếp của người tuyên truyền và đối tượng tuyên truyền. Đây là điểm khác biệt cơ bản của tuyên truyền miệng so với các phương tiện thông tin đại chúng khác.

- Tuyên truyền miệng chủ yếu được tiến hành bằng lời nói. Ngày nay, người làm tuyên truyền miệng có thể có thêm sự hỗ trợ của máy tính, màn hình, các chương trình trình chiếu..., nhưng phương tiện chủ yếu của họ vẫn là lời nói trực tiếp.

Tuyên truyền viên là lực lượng tuyên truyền miệng được tổ chức ở cấp cơ sở, không có hệ thống dọc từ Trung ương. Phương thức hoạt động chủ yếu là vận động trực tiếp từng người, từng nhóm trong sinh hoạt, lao động, công tác, học tập hàng ngày.

- Ai làm công tác tuyên truyền? Thông báo 71-TB/TW khóa VIII, Chỉ thị 17/TW khóa X quy định: “Toàn Đảng, mọi cán bộ, đảng viên, trước hết là các đồng chí Ủy viên

Trung ương và cấp ủy viên các cấp phải căn cứ vào đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước mà trực tiếp tuyên truyền cho quần chúng...”.

2. Vị trí, vai trò của tuyên truyền miệng:

a) Vị trí: Tuyên truyền miệng qua hoạt động của báo cáo viên, tuyên truyền viên được Đảng ta xác định là công cụ quan trọng hàng đầu nhằm tuyên truyền, giáo dục về đường lối, chính sách, truyền bá những quan điểm của Đảng, đưa tiếng nói của Đảng đến nhân dân.

b) Vai trò:

Ngoài vai trò chung của công tác tuyên truyền thì tuyên truyền miệng có khả năng đưa được những thông tin nội bộ, những thông tin mà về lý do nào đó không thể hoặc không nên đưa trên các phương tiện thông tin đại chúng đến các đối tượng cần tuyên truyền. Trong điều kiện bùng nổ thông tin như hiện nay, tuyên truyền miệng còn góp phần định hướng thông tin, giải thích, phân tích cho quần chúng hiểu rõ đâu là thông tin chính thức, chính thống, trên cơ sở đó định hướng dư luận xã hội, góp phần tạo ra sự thống nhất về chính trị - tư tưởng trong Đảng, sự đồng thuận trong xã hội.

3. Những ưu thế và hạn chế của tuyên truyền miệng:

a) Những ưu thế của tuyên truyền miệng:

- Ưu thế của ngôn ngữ nói:

+ Mang tính phổ biến trong giao tiếp xã hội, hàng ngày có khoảng 2/3 lượng thông tin con người thu nhận được qua giao tiếp bằng lời nói trực tiếp. Bằng ngôn ngữ nói, ta có thể trình bày vấn đề một cách hệ thống; giải thích cặn kẽ, nhắc đi nhắc lại để ghi nhớ... người không biết chữ cũng có thể thu nhận được.

+ Lời nói có thể tác động vào tình cảm của con người, khơi dậy tính tích cực nhận thức của đối tượng, thúc đẩy quá trình hình thành niềm tin và cổ vũ hành động. Lời nói có thể sử dụng trong mọi hoàn cảnh, mọi điều kiện, do đó, tuyên truyền miệng ít tốn kém kinh phí, không cần nhiều đến phương tiện kỹ thuật phức tạp. (*Na-pô-lê-ông khẳng định: “Lời nói có sức mạnh hơn mười vạn khẩu súng”*)

- Ưu thế trong việc sử dụng các yếu tố phi ngôn ngữ:

+ Người tuyên truyền có thể sử dụng các yếu tố phi ngôn ngữ như tư thế, cử chỉ, điệu bộ, diện mạo... làm phương tiện thông tin và sắc thái tình cảm.

+ Tác động vào kênh thị giác của người nghe, tăng cường sự chú ý của họ, do vậy mà thúc đẩy việc tiếp thu thông tin một cách tốt nhất.

+ Các yếu tố phi ngôn ngữ hỗ trợ cho lời, làm tăng ý nghĩa của lời, biểu hiện xúc cảm, sắc thái tình cảm của người tuyên truyền với vấn đề tuyên truyền, do đó chúng góp phần nâng cao hiệu quả tuyên truyền miệng.

- Các ưu thế của loại hình giao tiếp trực tiếp:

+ Giao tiếp giữa người với người là hoạt động không thể thay thế vì con người mang

bản chất xã hội. (*học sinh vẫn đến trường nghe giáo viên giảng bài*)

+ Tạo cho người nghe cảm giác gần gũi, thân mật, qua đó cán bộ tuyên truyền mang đến cho đối tượng không chỉ nội dung của lời nói mà còn mang đến cho họ tình cảm, niềm tin vào những điều mình nói.

+ Giao tiếp trực tiếp cho phép tác động đến đúng đối tượng, hiểu rõ nhu cầu, tâm trạng người nghe để xác định nội dung và phương pháp tuyên truyền.

+ Người tuyên truyền linh hoạt vận dụng cách nói trong những tình huống khác nhau trong quá trình trình bày bài nói, như điều chỉnh nội dung thông tin, phương pháp tuyên truyền cho phù hợp.

+ Cho phép chuyển từ độc thoại sang đối thoại do vậy làm tăng thêm hiệu quả tuyên truyền.

b) Những hạn chế của tuyên truyền miệng:

- Lời nói chỉ đi một chiều, không quay trở lại. Vì vậy người nói cần thận trọng.

- Không thể nghe lại.

- Phạm vi về không gian có giới hạn.

- Dễ chịu tác động của các yếu tố ngoại cảnh.

III. NỘI DUNG, PHƯƠNG PHÁP CHUẨN BỊ MỘT BUỔI TUYÊN TRUYỀN MIỆNG:

Chuẩn bị tốt cho một buổi tuyên truyền miệng là yếu tố có tính quyết định đến kết quả của hoạt động tuyên truyền. Chuẩn bị một buổi tuyên truyền miệng là một loạt các hoạt động bao gồm: xác định mục đích, yêu cầu, đối tượng, nội dung, phương pháp, thời gian, bối cảnh... của buổi tuyên truyền, trả lời cho các câu hỏi: Nói để làm gì? Nói về vấn đề gì? Nói ở đâu, vào thời gian nào? Nói cho ai nghe? Lấy tài liệu nào, ở đâu để nói? Chuẩn bị bài nói như thế nào?...

1. Mục đích tuyên truyền (Nói để làm gì?)

Mục đích của bài tuyên truyền miệng bao giờ cũng cần đạt được 3 yêu cầu là:

- Cung cấp thông tin, qua đó nâng cao nhận thức.

- Xây dựng, củng cố niềm tin.

- Cổ vũ đi đến hành động.

2. Xác định chủ đề tuyên truyền (Nói vấn đề gì?)

Xác định chủ đề bài tuyên truyền miệng, cần căn cứ vào 3 yếu tố sau:

- Yêu cầu tư tưởng của cấp ủy theo chương trình kế hoạch.

- Yêu cầu của đối tượng tuyên truyền thông qua cơ quan, tổ chức “đặt hàng”.

- Dựa vào kinh nghiệm và hiểu biết của tuyên truyền viên về đặc điểm đối tượng.

3. Tìm hiểu không gian diễn ra buổi tuyên truyền miệng (Nói ở đâu?):

Khi tìm hiểu không gian của buổi tuyên truyền miệng, tuyên truyền viên cần chú ý

để biết trước những trường hợp sau đây để nắm được những thông tin cơ bản:

- **Địa điểm:** trong phòng hay ngoài trời, phòng họp nhỏ hay lớn và số lượng người nghe.

- **Điều kiện với người nghe:** có ghế ngồi, có quạt, có điều hòa nhiệt độ...

- **Điều kiện với người nói:** có bàn, bục, có micro (có dây hoặc không dây), có máy tính, đèn chiếu...

4. Xác định thời gian (Thời gian nào?):

- Tùy trong mỗi hoàn cảnh (sáng, chiều, tối; giờ làm việc hay giờ nghỉ; ngày thường hay ngày lễ...) đòi hỏi người tuyên truyền miệng phải quan tâm đến việc sắp xếp nội dung bài nói và phương pháp trình bày, diễn đạt sinh động, phù hợp để phát huy hoặc khắc phục trạng thái tinh thần, tâm lý của đối tượng.

- Một buổi tuyên truyền miệng không nên kéo quá dài, nếu trên 2 giờ nhất thiết phải cho nghỉ giải lao.

5. Tìm hiểu đối tượng (Nói cho ai nghe?):

Thực chất và chủ yếu là tìm hiểu yêu cầu và đặc điểm người nghe. Nội dung tìm hiểu đối tượng gồm:

- Nghiên cứu, đặc điểm về mặt xã hội của đối tượng, gồm giai cấp, dân tộc, nghề nghiệp, học vấn, giới tính, tuổi tác...

- Nghiên cứu các đặc điểm về tư tưởng và tâm lý - xã hội của đối tượng, gồm quan điểm, chính kiến, động cơ, khuôn mẫu tư duy, tâm trạng, trạng thái thể chất...

- Nghiên cứu về nhu cầu, thị hiếu thông tin; thái độ của người nghe đối với nguồn thông tin và nội dung thông tin; con đường, cách thỏa mãn thông tin của đối tượng.

Trong thực tế, rất ít buổi tuyên truyền miệng được dành cho một loại đối tượng thuần nhất, trường hợp đó, tuyên truyền viên phải tìm cho được những điểm chung trong những người nghe để lựa chọn nội dung và phương pháp thích hợp, cần đáp ứng yêu cầu của số đông và ở mức nhận thức “trung bình” trở lên.

6. Chuẩn bị tư liệu, tài liệu cho buổi tuyên truyền miệng (Lấy tài liệu nào, ở đâu để nói?):

a) Chọn tài liệu:

- Các tài liệu lý luận về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các văn kiện của Đảng và Nhà nước để đánh giá, phân tích các sự kiện, hiện tượng được đề cập trong bài nói. Đây là cơ sở lý luận để người tuyên truyền viên lý giải các vấn đề thực tiễn, đặc biệt là những vấn đề liên quan đến các chủ trương, chính sách mới.

- Các loại từ điển, số liệu thống kê chính thức của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, giúp tra cứu các khái niệm, khai thác số liệu liên quan đến các vấn đề trong bài nói.

- Các báo cáo hàng tháng, quý; báo cáo sơ kết, tổng kết của các cấp, các ngành...

- Các tạp chí nghiên cứu, báo chí, sách báo chuyên khảo phù hợp với nội dung tuyên truyền.
- Sổ tay tuyên truyền, sổ tay báo cáo viên.
- Các bản tin nội bộ, tài liệu tham khảo (dùng cho báo cáo viên), thông tin được cung cấp qua hội nghị báo cáo viên định kỳ.
- Ngoài ra có thể sử dụng các băng ghi âm, ghi hình do các cơ quan có trách nhiệm cung cấp; các thông tin thu được nhờ nghiên cứu, tham quan thực tế các điển hình tiên tiến và các di tích lịch sử - văn hóa.

Khi sử dụng các tài liệu nói trên phải theo đúng quan điểm, đường lối của Đảng và chịu trách nhiệm về việc phát ngôn của mình.

b) Nghiên cứu và xử lý tài liệu:

- Đọc tài liệu: đầu tiên đọc lướt; sau đó đọc kỹ phần được lựa chọn, có phân tích, nhận xét, đánh giá. Có thể đọc cả tài liệu phản diện để hiểu, phê phán, nâng cao tính chiến đấu cho bài nói.
- Ghi chép: ghi tóm tắt những điều đã đọc được bằng bản riêng hay bên lề tài liệu, có ý kiến nhận xét, bình luận, bổ sung và cách diễn đạt theo khả năng, thói quen diễn đạt của mình...
- Phân loại: nên có túi hồ sơ phân loại theo vấn đề, theo đối tượng nghiên cứu (như về Nga, Mỹ...). Mỗi khi có thông tin gì về các nội dung đó, cần cắt, dán để vào trong túi, để khi có yêu cầu thì lấy ra đọc lại và xử lý.

Trên cơ sở các tài liệu hiện có được lựa chọn, tuyên truyền viên xây dựng đề cương bài nói.

c) Một số lưu ý khi sử dụng tài liệu:

- Chọn và sắp xếp tư liệu theo trình tự logic và thời gian để hình thành đề cương. Chỉ sử dụng tài liệu rõ ràng, chính xác. Khi sử dụng thông tin nội bộ, tài liệu mật cần xác định rõ vấn đề nào không được nói, hoặc chỉ được nói đến đối tượng nào.

7. Xây dựng đề cương bài nói (Chuẩn bị bài nói như thế nào?):

Đây chính là kế hoạch thực hiện một buổi tuyên truyền, bao gồm mục đích, yêu cầu, những nội dung cơ bản của bài nói...

a) Cấu trúc đề cương bài nói:

Thường gồm 3 phần, mỗi phần có chức năng riêng.

- Phần mở đầu gồm 3 mục tiêu:

- + Giới thiệu và làm quen,
- + Thông báo nội dung trình bày,
- + Thông báo thời gian và phương thức tiến hành.

- Phần chính (nội dung bài nói)

+ Đây là phần quan trọng nhất của bài nói, giải quyết vấn đề mà người báo cáo viên đặt ra theo một trình tự nhất định.

+ Về nguyên tắc bài nói có thể đề cập đến mọi vấn đề của đời sống xã hội, nhưng nói chung một bài nói tổng hợp, được trình bày trong một buổi không nên đề cập đến quá nhiều vấn đề, chỉ nên 3-4 vấn đề và nên có phần chuyển ý để gắn kết với nhau.

- *Phần kết luận*: đây là phần tổng kết bài nói, củng cố nhận thức người nghe và cổ vũ hành động. Phải tóm tắt ngắn gọn nội dung, nhấn mạnh trọng tâm, trọng điểm, cổ vũ hành động và tạo mối giao lưu, tình cảm giữa người nói và người nghe. Cần ngắn gọn, tránh dài dòng.

b) Yêu cầu và phương pháp chuẩn bị đề cương bài nói:

Phần mở đầu:

- Cần tự nhiên, ngắn gọn, hấp dẫn. Có 2 cách:

+ Vào đề trực tiếp: giới thiệu trực tiếp chủ đề nội dung bài nói. Thường dùng với đối tượng đã quen hoặc thời gian buổi nói chuyện không dài.

+ Vào đề gián tiếp: là đưa ra một luận đề, một câu chuyện nào đó gắn với chủ đề bài nói rồi dẫn dắt người nghe đến vấn đề tuyên truyền viên định nói. Cách này có tác dụng kích thích và làm tăng dần sự chú ý của người nghe, nhưng phải tránh sa đà, lạc nội dung.

Phần chính (chuẩn bị nội dung bài nói):

- Một là cung cấp cho người nghe những thông tin mới.

+ Giữa người nói và người nghe phải có độ chênh lệch về thông tin, về sự hiểu biết đó chính là cái mới của nội dung bài nói.

+ Tạo khả năng thu hút sự chú ý của người nghe, gây được lòng tin, thuyết phục người có quan điểm khác hoặc trái với quan điểm cần thuyết phục.

+ Cách trình bày mới, độc đáo, một nhận định, đánh giá mới về cái đã biết. Cái mới cũng có thể là một kinh nghiệm được tích lũy, một sự kiện, một hiện tượng mới phát sinh xung quanh những vấn đề đã được thông tin trước đây cho người nghe.

+ Để tạo ra cái mới, tuyên truyền viên cần thường xuyên tích lũy tư liệu, tài liệu; tìm tòi, sáng tạo cách trình bày, tiếp cận mới đối với vấn đề; rèn luyện năng lực phân tích, giải thích, bình luận, đánh giá, truyền tải thông tin; tích cực nghiên cứu thực tế...

- Hai là đáp ứng một cách cao nhất yêu cầu thông tin của một loại đối tượng cụ thể.

+ Không thể chọn một nội dung nói cho nhiều đối tượng khác nhau, nội dung bao giờ cũng hướng tới một đối tượng, một nhóm người nghe cụ thể.

+ Cần chủ động hướng dẫn, khơi gợi, kích thích sự quan tâm để xuất hiện nhu cầu thông tin ở người nghe khi đó họ mới có tâm thế chủ động, thái độ sẵn sàng tiếp nhận thông tin.

- Ba là bài nói phải mang tính thời sự, phản ánh những vấn đề đang xảy ra.

+ Khi được tuyên truyền đúng thời điểm thì sức thu hút người nghe càng lớn và ngược lại thì hiệu quả của công tác tuyên truyền kém tác dụng.

+ Để đáp ứng yêu cầu này, một mặt, người tuyên truyền phải nắm vững chương trình, kế hoạch của cấp ủy hoặc của cấp trên đề ra. Mặt khác, phải luôn luôn cập nhật thông tin.

- Bốn là bài nói phải đảm bảo tính tư tưởng và tính chiến đấu.

+ Bài nói phải có mục đích tư tưởng rõ rệt. Tuyên truyền miệng ngoài mục đích thông tin thì quan trọng hơn là mục đích tác động về mặt tư tưởng.

+ Tính tư tưởng, tính chiến đấu đòi hỏi tuyên truyền viên khi thông tin về những quan điểm khác nhau phải có định hướng, phân tích theo lập trường, quan điểm của Đảng. Khi nêu các hiện tượng tiêu cực, lạc hậu... phải tỏ rõ thái độ phê phán kiên quyết, đúng mức, tránh gây hoài nghi, hoang mang, làm giảm lòng tin của công chúng.

- Năm là chuẩn bị phương pháp trình bày phù hợp, phương pháp thường sử dụng là “quy nạp” và “diễn dịch”, chú ý phối hợp hài hòa hai phương pháp này.

+ Quy nạp trong bài nói là chứng minh từng luận điểm để đi tới chứng minh những vấn đề lớn được đặt ra trong bài nói. Cụ thể: chứng minh cái gì? (luận đề), chứng minh bằng cái gì? (luận cứ, luận chứng), chứng minh như thế nào? (phương thức chứng minh).

+ Diễn dịch là sự giải thích các luận điểm được nêu ra bằng sự phân tích tính khoa học, hợp lý của nó.

- Sáu là đề cương bài nói cần bố cục rõ ràng, kết cấu chặt chẽ, logic, có trọng tâm, trọng điểm phù hợp với quá trình nhận thức. Mỗi bài nói chỉ nên có từ 3 đến 5 phần, mỗi phần có từ 3 đến 5 mục lớn. Tương tự như vậy, mỗi mục lớn có 3 - 5 mục nhỏ và mỗi mục nhỏ có 3 - 5 ý là vừa. Nếu một nội dung dài, nhiều ý nên phân đoạn thành 2, 3 mục. Bố cục như trên làm cho người nghe dễ ghi nhớ hơn.

- Bảy là đề cương bài nói phải thể hiện được hai yêu cầu: nêu luận điểm và các thông tin, tư liệu làm ví dụ chứng minh luận điểm đó. Trong mỗi phần cần nêu lên các luận điểm (nhận định) chủ yếu. Sau luận điểm, nhận định phải đưa ra được một số ví dụ, số liệu để chứng minh.

- Tám là đề cương cần dự kiến tình huống có các câu hỏi người nghe đặt ra. Người tuyên truyền phải chủ động để trả lời, đối thoại, tạo nên không khí dân chủ trong tuyên truyền miệng.

Phân kết luận:

- Tuyên truyền viên chuẩn bị nội dung, cách thức kết luận những vấn đề nêu lên trong bài nói theo yêu cầu chung.

- Cần chuẩn bị xử lý các tình huống có thể xảy ra, ví dụ thời gian nói đã gần hết hay còn nhiều để chủ động được thời gian.

Đề cương bài nói nên viết trên giấy một mặt, nên để lề rộng để bổ sung. Đọc, và

kiểm tra kỹ đề cương.

Chuẩn bị tốt đề cương bài nói đã đảm bảo một nửa sự thành công của buổi tuyên truyền miệng.

8. Phương pháp thực hiện buổi tuyên truyền miệng:

a) Trước khi nói:

- Xác định lại một lần nữa về nội dung. Cần hình dung lại cấu trúc bài nói, phác họa nhanh cách trình bày, nhất là với đối tượng mới, đề cương mới.

- Quan sát nhanh hội trường và người nghe để bổ sung cho những chuẩn bị của mình về đối tượng, về không gian, thời gian buổi tuyên truyền miệng.

- Điều chỉnh lại nội dung nếu như thực tiễn của buổi nói chuyện khác với những gì người tuyên truyền viên đã chuẩn bị hoặc theo giới thiệu của người mời.

- Chuẩn bị về tâm lý cá nhân để tránh hồi hộp.

b) Mở đầu buổi tuyên truyền miệng:

- Thông thường không nên vội vàng bắt đầu nói ngay mà cần tạo sự chú ý ban đầu. Khi bước lên bục, cần làm nhiệm vụ “tổ chức người nghe”, tập trung sự chú ý của họ.

- Trong giai đoạn bắt đầu nói thường xảy ra một số tình huống, ta cần chủ động dự báo và có cách xử lý phù hợp:

+ Người nói bị hồi hộp, thực hiện theo 4 cách sau:

Một là, hít thật sâu và thở ra từ từ vài lần.

Hai là, thay đổi trạng thái bằng cách bình tĩnh thay đổi các đồ vật hiện có trên bàn... hoặc làm một hành động hợp lý nào đó, như lau kính...

Ba là, nhìn xuống khán giả, tìm ánh mắt đồng cảm của những người có tâm thế chủ động và tâm thế khẳng định để tìm sự thông cảm, giúp đỡ.

Bốn là, nói thẳng với người nghe là tôi hồi hộp quá để tìm sự ủng hộ.

+ Người nghe ồn ào, không tập trung, ta cần bình tĩnh, lấy lại sự ổn định và sự tập trung chú ý bằng cách nói to, nói chậm từng chữ, có thể lặp lại một hai lần câu đã nói để thu hút sự chú ý của số đông, dẫn tới trật tự trong hội trường.

+ Người nghe ồn ào, tỏ thái độ phản ứng thì ta cần bình tĩnh, tìm hiểu nguyên nhân và tỏ thái độ đồng tình, nhân nhượng bước đầu với số đông để tìm sự thiện cảm của người nghe, sau đó tìm cách làm chủ diễn đàn, bắt đầu trình bày, giải thích lý do thay đổi... Tuyệt đối không tranh luận với số đông khi mới bắt đầu.

- Thái độ trân trọng người nghe phải thể hiện ở ngay câu nói đầu tiên.

- Giới thiệu ngắn gọn, nói rõ bài nói có mấy phần, thời gian bao lâu, có nghĩa giải lao không, có đối thoại không, kết thúc lúc mấy giờ... để người nghe chủ động theo dõi là rất cần thiết.

c) Trình bày bài nói:

Trình bày nội dung bài nói:

- Bám sát đề cương đã chuẩn bị, trình bày từng phần, từng ý theo đề cương.
- Khi nêu một luận điểm, một nhận định nên đưa ra một, hai ví dụ làm luận chứng để chứng minh luận điểm đó.
- Sau khi phân tích một nội dung lý luận, cần lấy ngay một, hai ví dụ thực tiễn để minh họa, làm giảm nhẹ sự căng thẳng của bài nói và tăng khả năng tiếp thu của người nghe. (gọi là phương pháp “nâng lên, thả xuống”)
- Sau mỗi phần của bài nói cần có vài câu tóm tắt để nhấn mạnh, đồng thời có đoạn chuyển ngữ để tránh sự đứt quãng của câu chuyện.
- Khi trình bày một vấn đề, cần thực hiện thứ tự theo yêu cầu:
 - + Từ đơn giản đến phức tạp, từ cái đã biết đến cái chưa biết.
 - + Làm rõ những điểm quan trọng nhất.
 - + Đi vào thực chất vấn đề, tránh nói chung chung.
- Về hình thức tiến hành, cần thực hiện tính cân đối và nhất quán trong diễn giảng:
 - + Tránh đứt quãng và không ăn khớp.
 - + Thống nhất, không mâu thuẫn.
 - + Phát hiện ra những điều không có căn cứ logic và những kết luận có tính chất giả tạo của đối phương.

Phương pháp sử dụng ngôn ngữ trong trình bày bài nói:

Tuyên truyền viên thực hiện bài nói qua hai kênh: ngôn ngữ và phi ngôn ngữ:

- Khi sử dụng ngôn ngữ cần chú đến các yếu tố ngữ âm, ngữ điệu, nhịp độ và ngừng giọng.
 - + Ngữ âm là cường độ của âm thanh, nói to, nói nhỏ phù hợp với hội trường. Khi cần nhấn mạnh không nên dùng cường độ âm thanh mà nên dùng ngữ điệu.
 - + Ngữ điệu thể hiện sự lên giọng cần thiết để nhấn mạnh nội dung nào đó. Tránh hiện tượng nuốt âm khi xuống giọng ở cuối câu.
 - + Nhịp độ thể hiện nói nhanh hay chậm. Không nói quá nhanh và cũng không nói chậm quá.
 - + Ngừng giọng hoặc lặp lại những cụm từ chủ yếu để tạo ấn tượng, tập trung sự chú ý có vai trò quan trọng để nhấn mạnh những ý cần nhấn mạnh và làm tăng sự chú ý.
- Kênh phi ngôn ngữ thể hiện chủ yếu bằng những hành vi như tư thế, các hành động, cử chỉ, điệu bộ, ánh mắt, nụ cười. Phải hết sức linh hoạt, phù hợp, ăn khớp với nội dung.

Bao quát và quản lý các hoạt động trong hội trường:

Khi trình bày, ta phải thường xuyên bao quát hội trường, theo dõi người nghe tiếp thu

bài nói của mình đến đâu để chủ động điều chỉnh nội dung và phương pháp trình bày.

Người nghe có thể mệt mỏi do tác động khách quan, khi đó ta cần sự dụng một số thủ thuật để thay đổi không khí, tạo sự chú ý của người nghe như: thay đổi âm điệu, ngữ điệu, kể chuyện vui, tạo không khí sôi nổi... cũng có thể cho nghỉ giải lao.

Tiến hành đối thoại khi tuyên truyền:

- Cần khêu gợi và hướng người nghe nêu câu hỏi tập trung vào nội dung và chủ đề tuyên truyền.

- Luôn có thái độ cầu thị, tôn trọng, chú ý lắng nghe câu hỏi của người nghe để trả lời rõ ràng, đúng và trúng yêu cầu câu hỏi. Không trả lời những vấn đề chưa nắm vững, vấn đề chưa thể trả lời thì khéo léo đề nghị trả lời riêng hoặc xin lui vào dịp khác.

- Trong tập thể đông, có câu hỏi không đại diện cho số đông, nên đề nghị được trả lời riêng.

- Ta cần bình tĩnh, ứng xử nhanh, do vậy phải tích lũy kinh nghiệm và rèn luyện kỹ năng trả lời bằng sự hiểu biết rộng và sâu, cả về thực tiễn và kiến thức toàn diện trên các lĩnh vực.

d) Kết thúc bài nói:

Yêu cầu phải để lại “ dư âm, ấn tượng” của bài nói. Có thể kết thúc bằng nhiều cách: hệ thống toàn bộ bài nói một cách ngắn gọn, khái quát hoặc chốt lại những vấn đề cơ bản nhất của nội dung tuyên truyền. Từ đó rút ra kết luận định hướng tư tưởng, kêu gọi, cổ vũ hành động.

Cần kết thúc bài nói chuyện sớm hơn thời gian ấn định khoảng 5-7 phút, tuyệt đối không kéo dài quá giờ.

Trước khi rời diễn đàn, ta cần cảm ơn người nghe đã theo dõi, cổ vũ; xin lỗi những sơ suất (nếu có), chúc sức khỏe, tạm biệt và hẹn gặp lại người nghe trong các nội dung tuyên truyền mới.

Báo cáo viên: **NGÔ THANH SƠN**
Trưởng phòng Tuyên truyền
Ban Tuyên giáo Thành ủy TP. Hồ Chí Minh