

TÀI LIỆU:

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP TUYÊN TRUYỀN, CỔ ĐỘNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS. - NS VÕ CÔNG ANH

*Giám đốc Trung tâm Thông tin Triển lãm
Thành phố Hồ Chí Minh*

Có thể nói trong những năm qua, công tác tuyên truyền cổ động nói chung và đặc biệt là công tác tuyên truyền cổ động trực quan đã tập trung vào việc tuyên truyền cho sự kiện chính trị, xã hội quan trọng và các ngày lễ lớn của dân tộc, góp phần tạo sự phấn khởi, tin tưởng trong toàn Đảng, toàn dân, toàn quân trên cơ sở đó tăng cường củng cố sự đoàn kết thống nhất trong nhận thức và hành động, nhằm tạo nên sức mạnh tổng hợp của toàn xã hội.

Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế - văn hóa lớn của cả nước, một thành phố năng động, sáng tạo và luôn sôi động bắt nhịp với cuộc sống phát triển từng ngày trên con đường hội nhập. Trong bối cảnh xã hội đang bùng nổ thông tin như hiện nay, với nhiều phương tiện, loại hình tiên tiến, có thể nói nhu cầu được thông tin của đại đa số nhân dân thành phố được đáp ứng hết sức đa dạng. Từ đó, **đòi hỏi công tác tuyên truyền, cổ động phải luôn đổi mới, sinh động, hấp dẫn để chuyển tải nội dung tuyên truyền phù hợp thị hiếu của từng đối tượng quần chúng nhân dân.**

* **Tuyên truyền, cổ động trực quan** tại khu vực trung tâm thành phố, từng bước thay dần các pano nhỏ lẻ đặt rải rác tại các giao lộ bằng các cụm pano lớn cố định, xây dựng kiên cố được qui hoạch tại các vị trí trang trọng. Tranh cổ động được in chất liệu mới Hiflex, nội dung được thay đổi theo từng chủ đề của các ngày lễ, sự kiện và các chủ đề trọng tâm của thành phố như tuyên truyền nếp sống văn minh đô thị, an toàn giao thông... Gần đây thành phố cũng đang triển khai một số màn hình LED ở các khu vực phù hợp như sân bay, trung tâm thương mại... phục vụ tuyên truyền các sự kiện chính trị quan trọng của thành phố, vừa đáp ứng nhu cầu quảng cáo sản phẩm của các doanh nghiệp phù hợp với việc phát triển thành phố văn minh, hiện đại. theo sự chỉ đạo hướng dẫn của Sở Văn hóa và Thể thao và Trung tâm Thông tin Triển lãm thành phố, phòng Văn hóa Thông tin và Trung tâm Văn hóa 24 quận - huyện cũng đã hoàn thành việc qui hoạch và triển khai các cụm pano cố định trên địa bàn Thành phố với nhiều hình thức khác nhau như: Hộp đèn, pano cuốn, pano xoay... Hiện nay, mỗi quận - huyện đều có ít nhất từ 05 đến 10 cụm pano cố định, mỗi cụm từ 36 đến 50m². Ngoài ra, một số quận nội thành còn triển khai chọn các tuyến đường chính lắp đặt hệ thống trụ đèn, trụ cờ riêng để cổ động trực quan góp phần tăng vẻ mỹ quan cho thành phố. Vào những ngày lễ hội, ngày kỷ niệm quan trọng, toàn bộ hệ thống cổ động trực quan từ thành phố đến quận - huyện đồng loạt triển khai gây ấn tượng mạnh,

thu hút sự chú ý của quần chúng đã đưa các chủ trương, chính sách và pháp luật của Đảng và Nhà nước đến người dân ngày càng tốt hơn.

Thành phố Hồ Chí Minh cũng mạnh dạn thực hiện tốt phương pháp kết hợp trong việc tuyên truyền, cổ động chính trị và quảng cáo thương mại ngoài trời mà chúng ta thường gọi là xã hội hóa công tác tuyên truyền. Hiện nay, Thành phố Hồ Chí Minh có **hàng trăm công ty quảng cáo thương mại ngoài trời**, hệ thống pano của họ có mặt trên tất cả các tuyến đường, từ đơn giản đến hiện đại. Vào những ngày lễ lớn và các sự kiện chính trị quan trọng Sở Văn hóa và Thể thao, Trung tâm Thông tin Triễn lãm Thành phố có chủ trương vận động phối hợp với các đơn vị quảng cáo thương mại đã dành một khoảng thời gian từ 07 đến 10 ngày để thực hiện nội dung tuyên truyền cổ động. Ngoài ra, trên địa bàn quận - huyện, Phòng Văn hóa Thông tin, Trung tâm Văn hóa cũng phối hợp với các đơn vị quảng cáo dành 30% thời gian, diện tích các pano quảng cáo để thực hiện các nội dung tuyên truyền của địa phương. Việc làm này góp phần cho công tác tuyên truyền, cổ động lan tỏa tạo ấn tượng sinh động và đồng bộ toàn thành phố. Phương thức xã hội hóa đang được thực hiện tốt và mang lại hiệu quả cao trong công tác tuyên truyền cổ động trực quan đồng thời tháo gỡ những **khó khăn về kinh phí để hoàn thành nhiệm vụ tuyên truyền, cổ động. Tuy nhiên, Thành phố Hồ Chí Minh không xã hội hóa tràn lan. Tuyên truyền các sự kiện chính trị về Đảng, về Chủ tịch Hồ Chí Minh, về Quốc hội, Nhà nước Cộng hòa XHCN Việt Nam thì hoàn toàn không có Logo hay các hình thức tài trợ trên các mẫu pano tranh cổ động, khẩu hiệu v.v...**

* **Tuyên truyền lưu động**, với chủ trương hướng về cơ sở, thành phố tập trung hỗ trợ phát triển Đội Tuyên truyền lưu động thuộc Trung tâm Văn hóa 24 quận - huyện để làm nòng cốt chủ động phục vụ tuyên truyền nhân dân tại địa phương và tham gia liên hoan, hội diễn thành phố, toàn quốc. Hiện nay, các Đội Tuyên truyền lưu động phát triển rất đúng hướng. Vừa làm công tác tuyên truyền miệng vận động quần chúng, vừa có khả năng dàn dựng, biểu diễn các chương trình nghệ thuật tổng hợp tuyên truyền lưu động để tuyên truyền theo chủ đề. Các quận - huyện cũng thường xuyên liên kết giao lưu và hỗ trợ nhau trong thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền mỗi địa phương. Sở Văn hóa và Thể thao cũng có chủ trương vận động các Phòng Văn hóa Thông tin, Trung tâm Văn hóa quận nội thành có điều kiện tốt hỗ trợ cho các huyện ngoại thành còn khó khăn để cùng nhau hoàn thành nhiệm vụ. Điều này tạo nên luồng sinh khí mới vui vẻ, đoàn kết, thấu hiểu nhau hơn trong nội bộ ngành. Trong những năm qua, ngoài hàng trăm xuất diễn giao lưu phục vụ nhân dân các xã vùng sâu, vùng xa, ngành văn hóa các quận nội thành còn hỗ trợ trang thiết bị văn hóa, thể thao cho các xã ngoại thành.

* **Tuyên truyền bằng hình thức triển lãm**, đây cũng là loại hình cổ động trực quan sinh động. Triển lãm ngày nay không chỉ đơn thuần là công cụ tuyên truyền nhiệm vụ chính trị mà nó còn là một kênh thông tin quảng bá tất cả các vấn đề đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội. Do vậy, công tác triển lãm ở Thành phố Hồ Chí Minh cũng phải bắt nhịp với nhu cầu của thành phố ngày một phát triển. Ngoài việc đầu tư kỹ thuật, nâng cao chất lượng hình ảnh, đổi mới hình thức thể hiện để thu hút người xem, từng cuộc triển lãm còn phải tìm hiểu, đáp ứng đúng nhu cầu của từng đối tượng. Hiện nay, trung bình mỗi năm, Trung tâm Thông tin Triển lãm thành phố thực hiện khoảng 40 cuộc triển lãm cấp thành phố, quốc gia và quốc tế, cung cấp nhiều bộ ảnh chuyên đề cho quận - huyện. Những năm gần đây, thành phố không bó hẹp không gian triển lãm ở trong Nhà Triển lãm, Nhà Truyền thống, Bảo tàng... mà mở rộng ra một số công viên trung tâm thành phố như Công viên 23/9, Công viên Chi Lăng, Công viên Thống Nhất và các đường phố trung tâm thành phố. Trung tâm đã sáng tạo có hình thức thiết kế mới phù hợp không gian ngoại cảnh, chú trọng tính nghệ thuật của tác phẩm và mỹ thuật phối cảnh phù hợp với phong cách dân gian Nam Bộ, đồng thời kết hợp hài hòa với ánh sáng trang trí cả ban ngày, ban đêm cho khu vực triển lãm ở các công viên, triển lãm lưu động... Từ đó các đợt triển lãm của Ngành gần như đảm nhận cho tất cả các cuộc triển lãm lớn của thành phố, của các ban ngành, đoàn thể, triển lãm có quảng bá thương mại, dịch vụ, có tài trợ v.v... thu hút được nhiều người quan tâm, nhất là du khách nước ngoài. Ngoài ra, công tác triển lãm được Thành phố chỉ đạo hàng năm tham gia triển lãm quảng bá xúc tiến tại nhiều nước và kiêu bào về những thành tựu kinh tế, văn hóa, xã hội của Thành phố đã cho thấy công tác triển lãm thực sự là mũi nhọn trong công tác tuyên truyền, trong công tác đối ngoại.

* **Các hình thức tuyên truyền khác:** Ngoài các phương thức tuyên truyền mà ngành Văn hóa chúng ta sử dụng như trên, Thành phố Hồ Chí Minh còn có một kênh thông tin tuyên truyền rất tích cực và hiệu quả ở cơ sở đó là bài phát thanh, tài liệu hỏi – đáp, tờ rơi, áp phích, băng đĩa... và Bản tin của các quận - huyện đã góp phần không nhỏ vào công tác tuyên truyền ở địa phương. Hiện nay, thành phố còn giữ lại Đài Truyền thanh thuộc các huyện ngoại thành. 24 quận – huyện có Bản tin, có bộ máy tổ chức Ban Biên tập, đội ngũ phóng viên và đủ trang thiết bị kỹ thuật để hoạt động. Bản tin phân lớn trực thuộc Trung tâm Văn hóa, chịu sự chỉ đạo nội dung của Ban Tuyên giáo Quận, Huyện ủy, được Sở Thông tin và Truyền thông Thành phố cấp phép hoạt động và Sở Văn hóa và Thể thao Thành phố quản lý chuyên môn nghiệp vụ. Đây là kênh tuyên truyền hữu hiệu, xác thực với tình hình của địa phương, đáp ứng nhu cầu thông tin thiết thực, cụ thể trong đời sống tại địa bàn dân cư. Bản tin quận – huyện ngày càng phát triển cả nội dung và hình thức mang tính báo chí chuyên nghiệp và đối tượng phục vụ mở rộng đến các

Tô dân phố. Bản tin phát hành 1kỳ/ tháng, số lượng từ 1.000 đến 2.000 tờ/ kỳ/ quận – huyện. Có Quận phát hành định kỳ tuần. Mỗi năm, ngân sách địa phương cấp cho Bản tin hoạt động từ 500 đến 800 triệu đồng (Bản tin phục vụ miễn phí, không thực hiện quảng cáo).

Như vậy, với các phương thức tuyên truyền mà ngành Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh đang thực hiện thì tất cả nội dung tuyên truyền trong năm đều được chuyển tải đầy đủ đến nhân dân, hoàn thành nhiệm vụ “*cầu nối*” giữa dân với Đảng và chính quyền.

*** Giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng hoạt động:**

Công tác tuyên truyền cổ động trực quan trong những năm qua bên cạnh những thuận lợi cũng còn một số tồn tại, vướng mắc như sau:

- Cơ sở pháp lý cho công tác quản lý và hoạt động tuyên truyền cổ động trực quan về hệ thống văn bản quy phạm pháp luật còn thiếu, chưa đáp ứng kịp thời với sự phát triển của xã hội.

- Trong quá trình thực hiện công tác tuyên truyền, một số Cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương, ban, ngành chưa thực sự quan tâm đúng mức, nên tiến độ chưa được đồng đều, một số mặt công tác hiệu quả chưa cao, chất lượng chưa tương xứng với số lượng.

- Cơ sở vật chất, trang thiết bị chuyên dùng trong công tác tuyên truyền vẫn chưa được quan tâm đầu tư đúng mức còn thiếu, cũ kỹ, lạc hậu, kinh phí cấp hỗ trợ còn nhiều hạn chế chưa đáp ứng được so với yêu cầu tình hình hiện nay.

- Công tác xã hội hóa hoạt động tuyên truyền tuy được quan tâm nhưng chưa đầu tư thỏa đáng, chưa có sự kết hợp hài hòa giữa công tác tuyên truyền với các hoạt động kinh doanh sinh lời nhằm đẩy mạnh công tác xã hội hóa hoạt động tuyên truyền.

* Trước yêu cầu đổi mới và nâng cao chất lượng về công tác quản lý và quy định các hoạt động tuyên truyền cổ động trong thời gian tới cần tập trung một số **giải pháp cụ thể** như sau:

- Tăng cường công tác quản lý Nhà nước về công tác tuyên truyền, xây dựng hệ thống văn bản quy phạm pháp luật đối với quản lý tuyên truyền cổ động trực quan tập trung một số nội dung: Quy định về cách treo Quốc kỳ, Quốc huy ở nơi công cộng, hội trường, nơi công cộng, đường phố, nhà dân, khu dân cư... đúng nghi thức nhất là các ngày Lễ, các sự kiện trọng đại của đất nước, của dân tộc; Quy định chuẩn về vị trí, hình thức, kích thước của banderole, phướn, pano, màu nền, phong, chữ; Quy định về độ cao, cách treo... có quy định cụ thể về hình thức tuyên truyền mang tính xã hội hóa có yếu tố quảng cáo thương mại.

- Quy định về bản quyền sáng tác tranh cổ động, đồng thời xây dựng tiêu chí, chuẩn mực quy định của Nhà nước để đánh giá hiệu quả, định hướng lâu dài cho công tác tuyên truyền.

- Nhà nước cần đầu tư về kinh phí hoạt động và trang thiết bị chuyên dùng cho hoạt động tuyên truyền cổ động trực quan. Có như vậy mới triển khai được chất lượng yêu cầu công tác tuyên truyền cổ động trực quan phục vụ nhiệm vụ chính trị.

Trong điều kiện còn có những khó khăn nhất định và bắt nhịp vào tình hình mới, ngành Văn hóa và Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh đã tích cực chủ động xã hội hóa các hoạt động cổ động chính trị kết hợp quảng cáo thương mại, triển lãm... Từ đó, trong nhiều năm qua, đã liên kết, phối hợp với nhiều đơn vị tổ chức, cá nhân tổ chức thành công nhiều hoạt động đã góp phần nâng cao chất lượng trong công tác tuyên truyền cổ động tại Thành phố và cơ sở đồng hành cùng đất nước, trong công cuộc đổi mới, đóng góp vào phục vụ đồng bào quần chúng nhân dân mở rộng quan hệ giao lưu trong nước và quốc tế./.

Tháng 9 năm 2016