

ĐỔI MỚI VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG VÌ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VÙNG CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ

TS. Phạm Hiệp
Tạp chí Cộng sản

Abstract

In addition to Kinh (Viet) majority, there are 54 ethnic minorities in Vietnam. Ethnic minorities mostly live in the high and remote areas; therefore, they still face many difficulties and challenges of renewal requirements and sustainable development.

During the process of revolution, ethnic issues and national unity are considered as one of the most important strategies in order to make and implement policies, especially the policies for ethnic minorities in remote areas. Through this process, media has been recognized the effective mean to promote the ethnic policies and national unity.

In order to meet new requirements of the sustainable development for ethnic minority and mountainous areas, the role of journalism, media is getting more and more important, especially in the current period that many issues of ethnic and remote areas raised before the requirements of socio-economic development and ensuring national defense and security.

I

1.1. *"Vấn đề dân tộc và đoàn kết các dân tộc là vấn đề chiến lược, cơ bản, lâu dài của sự nghiệp cách mạng nước ta (thậm chí còn là sự tồn vong của quốc gia dân tộc đối với một cộng đồng đa tộc người như Việt Nam). Vì vậy, nó là sự nghiệp của toàn dân tộc, của cả hệ thống chính trị mà hạt nhân lãnh đạo là các tổ chức Đảng... là đường lối chiến lược nhất quán của cách mạng Việt Nam"*¹. Trên đây là những định hướng chủ yếu cho việc hoạch định và thực hiện chính sách trong quá trình xây dựng và phát triển. Tất nhiên, nó đồng thời là định hướng chính trị - tư tưởng cho công tác truyền thông, báo chí trong nhiệm vụ đưa đường lối, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước vào cuộc sống đến với đồng bào các dân tộc thiểu số, vùng miền núi, nhất là ở những vùng đặc biệt khó khăn.

1.2. Quá trình lãnh đạo cách mạng của Đảng, nhiều bài học quý về thực hiện đại đoàn kết dân tộc được tổng kết, đánh giá, trong đó, *sử dụng công cụ báo chí để tuyên truyền về chính sách dân tộc dân tộc và đại đoàn kết dân tộc* là một trong những bài học quan trọng. Báo chí đã làm tốt chức năng "tuyên truyền tập thể, cổ

¹ Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Đại hội X, Sdd, tr.41.

động tập thể” và mang lại hiệu quả tốt. Trước yêu cầu mới của sự phát triển bền vững vùng dân tộc, miền núi, vai trò của báo chí, truyền thông trong việc tuyên truyền và góp phần hoàn thiện và đổi mới chính sách ở vùng các dân tộc thiểu số càng trở nên quan trọng và nặng nề hơn. Đặc biệt, hiện nay, khi mà vấn đề dân tộc (tộc người) đang đặt ra trước yêu cầu phát triển bền vững kinh tế-xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng dân tộc thiểu số, vùng miền núi và biên giới Tổ quốc. Phần lớn đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống ở vùng đồi núi, vùng sâu vùng xa, vùng cao biên giới có nhiều khó khăn về kinh tế, thiếu thốn về văn hoá tinh thần, dân trí thấp nên nhìn chung, họ thường xuyên phải đối diện với nhiều khó khăn, thách thức. Các thế lực thù địch thường hay lợi dụng đặc điểm, tính đặc thù vùng dân tộc để thực hiện âm mưu “diễn biến hoà bình”, tuyên truyền kích động bằng nhiều hình thức với tần suất và thời lượng, dung lượng và loại hình sản phẩm truyền thông xấu độc lớn nhằm chia rẽ khối đại đoàn kết dân tộc, xuyên tạc chống Đảng, Nhà nước ta, âm mưu thủ tiêu Nhà nước CNXH ở Việt Nam.

Trong khi đó, hệ thống chính trị của chúng ta ở một số nơi yếu kém, làm cho chính quyền vì thế mà hoạt động kém hiệu lực. Chúng ta đã rút ra những bài học sâu sắc và khắc phục cơ bản nhưng vẫn còn nhiều bất cập tồn tại.

Một trong những nguyên nhân chủ yếu là do *một số chính sách dân tộc của Đảng chưa được tuyên truyền thấu đáo, cụ thể, dân chưa hiểu được các chính sách và pháp luật nên việc chấp hành, thực hiện chưa tốt. Công tác tuyên truyền về chính sách và kết quả thực hiện chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước ta chưa sát hợp với thực tế, chưa đáp ứng được yêu cầu, nội dung của các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đã ban ra.*

1.3. Ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số hiện là môi trường xã hội lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống quý giá; đồng thời lại là nơi vẫn còn tồn tại không ít hủ tục, thói quen lạc hậu và những bất cập khác mà chính sách ban ra cùng với các chế định của luật pháp vẫn không thể giải quyết triệt để. Chỉ có thể thông qua công tác tuyên truyền, giải thích, lý giải mới có thể cải thiện nó, thay đổi nó bằng một hệ giá trị khác phù hợp hơn.

II

2.1. Sự cần thiết phải đổi mới, hoàn thiện chính sách truyền thông, tuyên truyền trên báo chí còn phải được nhận thức bởi vai trò, chức năng, nhiệm vụ của

báo chí trong lĩnh vực chính trị là *hướng dẫn nhận thức và định hướng hành động cho công chúng* theo những mục đích nhất định. nhằm phục vụ, củng cố và phát huy sức mạnh sự lãnh đạo của Đảng.

Báo chí để hằng ngày phát đi những thông điệp chính trị nhằm giáo dục ý thức, tư tưởng, thuyết phục quần chúng làm hình thành trong người dân những ý thức mới, những tư tưởng mới.

2.2. Ở nước ta, báo chí là công cụ chính trị của Đảng, Nhà nước, của các tổ chức chính trị - xã hội và là diễn đàn của nhân dân; góp phần thẩm định và phản biện toàn bộ các vấn đề xã hội và con người; thúc đẩy sự nghiệp đổi mới phát triển theo “ý Đảng, lòng dân”, phục vụ nhu cầu, lợi ích của nhân dân, vì sự tiến bộ xã hội.

Có thể khái quát vai trò của báo chí trên những mặt sau:

- Là kênh thông tin tạo lập dư luận, định hướng và hướng dẫn dư luận.
- Cung cấp kiến thức và thông tin về tình hình thời sự trong nước và quốc tế cho dân.
- Công cụ hữu hiệu góp phần quản lý, điều hành và cải cách xã hội.
- Là một bộ phận hữu cơ của đời sống xã hội, và là phương tiện cung cấp thông tin, kiến thức và giải trí cho người dân.

2.3. Những năm qua, Chính phủ đã dành một nguồn tài chính đáng kể để mua sách báo cấp không thu tiền và đầu tư ngân sách sản xuất các chương trình phát thanh, truyền hình, mua thiết bị thu phát sóng cho vùng dân tộc, miền núi theo Quyết định 1637/QĐ-TTg ngày 31-12-2001 và Quyết định 975/QĐ-TTg ngày 20-7-2006 của Thủ tướng Chính phủ. Có khoảng 14 cơ quan báo chí (báo in) gồm hơn 20 ấn phẩm và hệ thống Phát thanh, Truyền hình quốc gia, địa phương vùng dân tộc miền núi đã được lựa chọn tham gia chương trình này. Qua hơn 5 năm thực hiện, công tác này cũng chưa được tổng kết, đánh giá cụ thể để rút ra những mặt được, mặt chưa được nhằm tiếp tục triển khai triển khai nhiệm vụ có hiệu quả hơn.

Có thể nói: “sản phẩm” tuyên truyền là loại “sản phẩm” rất khó “lượng hóa”. Chúng ta chỉ có thể đánh giá được hiệu quả của nó thông qua khảo sát đánh giá mức độ đạt được của đối tượng tuyên truyền mà công tác tuyên truyền tác động, hướng tới. Hiệu quả tuyên truyền còn phụ thuộc nhiều vào chất lượng, nội dung, phương thức chuyển tải sản phẩm báo chí và việc quản lý Nhà nước các sản phẩm báo chí truyền thông cũng như sự tương thích về nhận thức, kiến thức đối ứng của

đôi tượng; phụ thuộc vào hạ tầng kỹ thuật truyền dẫn, thu nhận như trên sóng phát thanh, truyền hình... Nó cũng phụ thuộc vào mức độ đội ngũ cán bộ các cấp các ngành trong hệ thống chính trị có nhận thức đầy đủ về công tác này hay không để vận dụng, sáng tạo chủ trương tuyên truyền và, đưa ra những giải pháp phù hợp tại một địa bàn cụ thể.

2.4. Nghiên cứu, khảo sát ở một số tỉnh vùng dân tộc thiểu số khó khăn qua các sản phẩm truyền thông báo chí và văn hóa mà đồng bào được thụ hưởng (chủ yếu là các tỉnh miền núi phía Bắc và Tây Nguyên), chúng tôi thấy:

Về mặt địa lý tự nhiên, vùng miền núi địa hình chia cắt dữ dội, thời tiết khắc nghiệt, lũ ống lũ quét thường xuyên xảy ra, đã cô lập các tộc người ở vùng này tới mức có nơi trở thành “vùng lõm” trở thành biệt lập. Sự chênh lệch về độ cao giữa miền núi và đồng bằng rất lớn, trong khi đó chênh lệch độ cao giữa đồng bằng và mặt biển rất nhỏ, đã ảnh hưởng rất lớn đến phát triển và giao lưu kinh tế, văn hoá.

Về mặt kinh tế- xã hội, cho đến nay, một số vùng dân tộc thiểu số miền núi và cao nguyên, kinh tế nương rẫy, kinh tế dựa vào tự nhiên vẫn có vai trò quan trọng (thậm chí là chủ yếu), nhiều nơi kỹ thuật canh tác còn thô sơ. Văn hoá Việt Nam truyền thống nằm trong cơ tầng văn hoá Đông Nam Á. Nó vừa phản ánh những đặc trưng văn hoá tộc người (54 tộc người), vừa phản ánh sự thống nhất của cộng đồng các dân tộc trên phạm vi toàn quốc.

Về cơ cấu dân số tự nhiên, các tộc người ở nước ta có số dân rất không đều (người Kinh chiếm tỷ lệ hơn 80% dân số, 53 dân tộc thiểu số còn lại chưa đến 20%); trình độ phát triển không đồng đều nhau (dân tộc đa số sống ở đồng bằng đô thị có trình độ phát triển cao hơn nhiều so với dân tộc thiểu số ở vùng núi, xa xôi hẻo lánh, đặc biệt là cư dân trên rẻo cao). Dân tộc thiểu số cư trú phân tán và xen kẽ, có nhiều khó khăn về đời sống kinh tế, nhưng thuận lợi là *không có cơ sở xã hội cho chủ nghĩa ly khai phát sinh, phát triển*. Các dân tộc thiểu số ở nước ta phân bố trên địa bàn có vị trí quan trọng về kinh tế, chính trị, an ninh- quốc phòng và môi trường sinh thái. Từng dân tộc có bản sắc văn hoá riêng góp phần làm nên sự phong phú, đa dạng của văn hoá Việt Nam.

2.5. Chính sách dân tộc có những nội dung rất cụ thể: nội dung về chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và an ninh quốc phòng... Đảng ta đã nhấn mạnh quan điểm mới thể hiện nội dung toàn diện cần thực hiện của chính sách dân tộc: "*Phát triển*

toàn diện chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và an ninh quốc phòng trên địa bàn vùng dân tộc và miền núi; gắn tăng trưởng kinh tế với giải quyết các vấn đề xã hội, thực hiện tốt chính sách dân tộc; quan tâm phát triển, bồi dưỡng nguồn nhân lực, chăm lo xây dựng đội ngũ cán bộ DTTS, giữ gìn và phát huy những giá trị, bản sắc văn hoá truyền thống các DTTS trong sự nghiệp phát triển chung của cộng đồng dân tộc Việt Nam thống nhất".

III

Nói đến truyền thông là nói đến *nội dung, phương thức, đối tượng, thời điểm và điều kiện lịch sử cụ thể để tiến hành* công tác tuyên truyền, chuyển tải một nội dung có chủ định tới đối tượng tuyên truyền nhằm đạt những mục đích và tạo ra hiệu quả cao nhất đối với xã hội.

3.1. Nhiệm vụ chủ yếu của tuyên truyền không phải là tạo ra những giá trị mới về tinh thần mà là *phổ biến, vận dụng* những giá trị đó. Nội dung của tuyên truyền với tính cách là một hoạt động đặc biệt, bao gồm: một mặt là xác định *cái cần* tuyên truyền, mặt khác là *tác động* đến thính giả, độc giả bằng lượng thông tin cần được phổ biến. Từ đó hình thành một trạng thái *ý thức*, hình thành *thế giới quan nhân sinh quan*, những *định hướng* có giá trị cho thính giả, độc giả và kích thích họ có những *hành động* phù hợp.

Nghĩa *thứ hai*, tuyên truyền là sự hoạt động nhằm *phổ biến* trong quần chúng hệ tư tưởng và chính sách của các giai cấp, đảng phái và một nhà nước nhất định. Ở đây là nói đến việc tác động đến đối tượng là đồng bào dân tộc thiểu số, trên một vùng đặc thù là miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn trong phát triển.

Nghĩa *thứ ba* của khái niệm tuyên truyền, hẹp hơn, được nêu ra trong phạm vi của công tác tuyên truyền cộng sản chủ nghĩa, khi xem xét đến vấn đề cơ cấu nội tại, về mối tương quan giữa tuyên truyền và cơ động chính trị. Ở đây, tuyên truyền và cơ động thể hiện là những phương thức khác nhau và những hệ thống độc lập tương đối, tác động về chính trị - tư tưởng đến quần chúng.

3.2. Những đặc điểm, tính đặc thù của vùng miền và những yếu tố xã hội, văn hoá khác tác động tới công tác tuyên truyền ở vùng dân tộc thiểu số:

Về ảnh hưởng của các yếu tố địa lý tự nhiên, nước ta là một quốc gia có diện tích đất dốc vào loại lớn nhất trong khu vực. Trong tổng số gần 33 triệu ha đất tự nhiên của cả nước, thì đất đồi núi là trên 26 triệu ha. 49/63 tỉnh thành (có 15 tỉnh với gần 70% số huyện, gồm 50 dân tộc của cả nước hoàn toàn là miền núi). Do đó, nói đến miền núi là nói đến vùng cư trú của đồng bào các dân tộc thiểu số. Ở miền núi phía Bắc độ dốc lớn, nước chảy xiết, lắm thác, nhiều ghềnh. Ở vùng Đông bắc và Tây bắc địa hình chia cắt mạnh bởi suối sâu, rừng rậm, khí hậu môi trường đa dạng, phức tạp, đi lại khó khăn. Ở khu vực Tây Nguyên đất canh tác ít, nắng hạn nhiều, giao thông khó khăn, nên việc phát triển kinh tế hàng hoá gặp nhiều trở ngại. Các tỉnh miền núi, vùng DTTS nước ta đều là những nơi có biên giới với các nước bạn láng giềng, như: Trung Quốc, Lào, Campuchia; vì vậy, việc xử lý các vấn đề về dân tộc, quan hệ dân tộc, vấn đề an ninh biên giới, quốc gia v.v... luôn là vấn đề nhạy cảm, cần được coi trọng.

Tuy nhiên, vùng DTTS, miền núi nước ta có nhiều thuận lợi, thế mạnh về nguồn tài nguyên khoáng sản, tài nguyên nước trên mặt và nước ngầm để phát triển thủy điện; Ở khu vực các vùng rẻo cao, biên giới, Tây Nguyên, có lợi thế trong phát triển các loại cây trồng, cây công nghiệp có giá trị kinh tế cao, chăn nuôi gia súc gia cầm, phát triển các nghề thủ công truyền thống v.v...

Về các yếu tố kinh tế - xã hội, trước hết, đó là sự tồn tại phổ biến của các loại hình kinh tế truyền thống, mang nặng tính chất tự nhiên, tự cung, tự cấp trong các vùng khiến cho việc tạo lập một môi trường xã hội tốt còn gặp nhiều khó khăn.

Nhìn chung, "kinh tế ở nhiều vùng này phát triển chậm và bị tụt hậu nhiều mặt so với các vùng của cả nước; đến nay vùng trung du, vùng miền núi phía Bắc vẫn là vùng nghèo nhất của cả nước (chiếm 13% dân số cả nước, nhưng chỉ chiếm 6% GDP), thu nhập bình quân đầu người chỉ bằng 1/2 mức bình quân chung của cả nước, có xã số hộ nghèo chiếm 40 - 50%, và các thôn bản thì tới 70 - 80% hộ nghèo"².

² Phát biểu của Nguyên Thủ tướng Phan Văn Khải, ngày 3/2/2006 tại *Hội nghị phát triển kinh tế - xã hội của vùng núi trung du phía Bắc*.

Ở vùng miền núi phía Bắc, có trên 30 dân tộc sinh sống, thuộc 7 trong 8 nhóm ngôn ngữ, 2 trong số 3 ngữ hệ có ở Việt Nam³. Cơ cấu dân cư của từng dân tộc, trong mỗi xã, huyện, tỉnh ở vùng miền núi phía Bắc cũng rất khác nhau.

Ở Tây Nguyên có sự biến đổi nhanh về cơ cấu lao động, dân cư, giai tầng xã hội. Nguồn nhân lực ở khu vực này chưa được khai thác, lại phân bố chưa hợp lý, do đó ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng lao động⁴.

Về các yếu tố văn hoá truyền thống, phong tục tập quán, tôn giáo, tín ngưỡng hình thành trong quá trình lịch sử văn hoá tộc người với những hình thức tôn giáo, tín ngưỡng với những đặc điểm nổi trội vừa đa dạng mang đậm *tính hỗn dung* và *tích hợp*. Thực tế này, *một mặt* tạo ra sự đa dạng văn hoá, sự khoan dung, hoà hợp, chấp nhận lẫn nhau ; *mặt khác*, cũng dễ gây ra những ngăn cách, mặc cảm nhất định trong tiềm thức, ý thức con người.

Ảnh hưởng của tàn dư thiết chế xã hội truyền thống các *thiết chế xã hội truyền thống* mang đậm dấu ấn văn hoá, tâm lý tộc người như: chế độ *thổ ty* của người Tày, chế độ *nhà lang* của người Mường, chế độ *phìa tạo* của người Thái v.v... ở miền núi phía Bắc hay như chế độ mẫu hệ trong xã hội cổ truyền ở Tây Nguyên, con người bị ràng buộc nặng nề bởi các Luật tục, luật lệ. Yếu tố truyền thống này tạo nên trên thực tế, ý thức cộng đồng bao giờ cũng là "*tính trội*" so với ý thức sống và làm việc theo pháp luật⁵.

Tác động của công cuộc đổi mới đất nước đã xoá bỏ dần tính khép kín tương đối của xã hội cổ truyền mà tàn dư quan hệ kiểu công xã nông thôn và công xã gia đình. Ý thức cục bộ nhỏ hẹp và lối sống nặng tính tự túc, tự cấp trong từng bản làng, buôn sóc... đã bước đầu được cởi bỏ. Sự đổi thay đó, tạo môi trường xã hội thuận lợi cho việc tuyên truyền giáo dục và tổ chức thực hiện đường lối, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước.

³ Ngữ hệ Hán - Tạng và Nam Á.

⁴ Cho đến nay, gần 70% lao động xã hội trong vùng được phân bố ở địa bàn nông thôn, chủ yếu sống nhờ nông nghiệp. Giá trị sản xuất nông - lâm - thủy sản của các tỉnh trong vùng vẫn còn chiếm từ 40 - 50% GDP; năng suất lao động thấp hơn so với ở các tỉnh phía Nam 2 - 3 lần. Và, cũng thấp hơn năng suất lao động ở các tỉnh phía Bắc (Xem: Nguyễn thế Huệ, "*Thực trạng cơ cấu xã hội ở miền núi phía Bắc Việt Nam*", Tạp chí Dân tộc học, số 1/2001, tr.13.

⁵ GS,TS. Lê Hữu Nghĩa (chủ biên): *Một số vấn đề về xây dựng đội ngũ cán bộ lãnh đạo chủ chốt cấp huyện người các dân tộc ở Tây Nguyên*, Nxb CTQG, Hà Nội, 2001, tr.54.

Xu thế toàn cầu hoá thông tin, truyền thông đem đến những thời cơ và thách thức mới đối với quốc gia đang phát triển như Việt Nam⁶. Toàn cầu hoá thông tin góp phần dân chủ hoá về tri thức và kinh nghiệm, chia sẻ thông tin, kích thích sự tìm tòi, học hỏi, trao đổi kỹ năng, kinh nghiệm trong sản xuất và quản lý xã hội, mở rộng tầm nhìn toàn cầu, tăng cường nguồn lực tri thức và văn hoá cho cá nhân, cộng đồng ở tất cả các dân tộc, các quốc gia. Tuy nhiên, toàn cầu hoá truyền thông hiện nay đang diễn ra trong quỹ đạo chi phối của các cường quốc về truyền thông. Tính áp đảo đó cùng với sự phát triển độc quyền và tăng trưởng bất bình đẳng về truyền thông, đã tạo nên sự phân hoá sâu sắc giữa các nước phát triển và đang phát triển. Chủ trương của Đảng và Nhà nước ta là đưa thông tin về cơ sở, trong đó chú trọng vùng DTTS, miền núi với các chương trình, mục tiêu: "*Đưa truyền hình về vùng núi, vùng cao biên giới, hải đảo*" và Chương trình: "*Phủ sóng truyền hình vùng lõm...*" của Đài truyền hình Việt Nam, đã góp phần tạo nên sự biến đổi căn bản trên lĩnh vực truyền thông, thông tin ở vùng DTTS, miền núi nước ta.

IV

Như vậy, để phát triển bền vững cho vùng dân tộc thiểu số, vùng miền núi đặc biệt khó khăn, cùng lúc chúng ta phải tập trung giải quyết khá nhiều mục tiêu. Trên lộ trình đó, Đảng, Nhà nước phải có cơ chế chính sách phù hợp để huy động nguồn lực tốt nhất. Báo chí tuyên thông phải tiếp cận và thấu hiểu sâu sắc các quan điểm, chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước; xây dựng các tiêu chí trên cơ sở khoa học và thực tiễn đối với vùng dân tộc thiểu số để hoàn thiện cơ chế, chính sách và bước đi cụ thể, đề ra những giải pháp phù hợp. Công tác tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng phải đi trước một bước.

Thứ nhất, về nhận thức. Tuyên truyền là bước triển khai trước tiên để tác động làm chuyển đổi nhận thức cho toàn xã hội. Công tác tuyên truyền, vận động đồng bào

⁶ Thống kê của UNESCO và CNUCED (Ủy ban của Liên Hợp quốc về thương mại và phát triển) cho thấy, thương mại toàn cầu về các sản phẩm truyền thông là một trong những ngành năng động nhất trong thương mại thế giới. Trong 20 năm qua, trao đổi các sản phẩm truyền thông và văn hoá (điện ảnh, phát thanh, truyền hình, nghệ thuật...) đã tăng trưởng nhanh chóng, liên tục, năm 1980 mới chỉ đạt 500 triệu USD, năm 1988 đã lên tới 380 tỷ USD (*Báo cáo toàn cầu về phát triển con người* của Ủy ban phát triển Liên Hợp quốc, năm 2004). Một số chuyên gia cho rằng, ngành công nghiệp văn hoá đóng góp khoảng 7% GDP toàn cầu và 3% ở các nước đang phát triển.

DTTS, miền núi, cần *tiếp tục chuyển đổi nhận thức một cách sâu sắc hơn nữa*. Nó là *bước khởi đầu của việc đưa chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước vào cuộc sống*. Nhận thức và phân biệt đúng về hệ thống *chính sách xã hội, chính sách đặc thù* đối với đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi...trong chiến lược phát triển bền vững. Cơ sở để xác định nội dung và sự cần thiết có tính then chốt, cốt yếu để chuyển đổi nhận thức về tuyên truyền chính sách dân tộc là:

Vùng các dân tộc thiểu số là những nơi có vị trí chiến lược quan trọng về kinh tế - xã hội và an ninh, quốc phòng. Thực hiện tốt chính sách dân tộc trên địa bàn miền núi và vùng dân tộc thiểu số chính là tăng cường sức mạnh *bảo vệ Tổ quốc* Việt Nam xã hội chủ nghĩa của chúng ta.

Tuyên truyền chính sách dân tộc hiện nay vừa là việc làm cấp bách của các cơ quan báo chí, truyền thông; đồng thời, cũng là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của công tác tư tưởng của Đảng trong cả hệ thống chính trị.

Thứ hai, về hành động. Để thực hiện tốt chính sách dân tộc, phải coi việc tăng cường hoạt động báo chí là công tác vận động quần chúng, liên quan đến quan hệ tộc người, phát triển toàn diện các vùng DTTS và miền núi. Công tác tuyên truyền phải được coi là một bộ phận của công tác dân tộc vùng DTTS. Báo chí là kênh thông tin quan trọng để Đảng và Nhà nước dựa vào đó hoạch định đường lối, chính sách dân tộc; đường lối, chính sách dân tộc càng sát hợp lòng dân càng có tác dụng to lớn cổ vũ đồng bào các dân tộc trong sự nghiệp xây dựng và phát triển vùng miền núi giàu mạnh.

Về xây dựng nội dung, báo chí truyền thông phải lựa chọn nội dung tuyên truyền và hình thức tuyên truyền phù hợp. Trong đó, chú trọng nguyên tắc: *tuyên truyền cái gì? cho ai? ở đâu, bằng cách nào?* như tinh thần chỉ dẫn của Chủ tịch Hồ Chí Minh về báo chí và tuyên truyền:

1. Tập trung tuyên truyền nâng cao trách nhiệm của toàn Đảng, toàn dân trong thực hiện chính sách dân tộc.

Đồng bào các DTTS thường sinh sống ở những vùng núi cao, rừng sâu, biên giới, hải đảo, nơi có vô vàn khó khăn nhưng lại là nơi có vị trí chiến lược rất quan trọng về kinh tế, chính trị, quốc phòng, an ninh, đối ngoại. Đồng bào thường "đi trước, về sau". Đất nước lúc thanh bình cũng như khi binh biến, đồng bào là phen dậu che đỡ, bao bọc phần biên cương của Tổ quốc, là vùng căn cứ địa cách mạng. Cho nên, thực hiện chính

sách dân tộc không chỉ đơn thuần tuyên truyền về mặt đạo lý "uống nước nhớ nguồn" mà quan trọng hơn là làm rõ chiến lược phát triển xã hội của Đảng và Nhà nước ta.

Hiện vẫn còn nhận thức sai lệch, coi ban hành chính sách dân tộc là ban phát, là gánh nặng, là một chiều từ phía Đảng, Nhà nước xuống đồng bào. Lại có quan niệm ngược lại, trông chờ vào chính sách của Đảng và Nhà nước, thiếu tự tin chủ động vươn lên trong đồng bào DTTS. Báo chí cần tác động mạnh mẽ làm thay đổi những nhận thức quan niệm như vậy. Vì đó là nguyên nhân không nhỏ cản trở việc thực hiện chính sách dân tộc. Chừng nào còn những người "đứng ngoài cuộc", còn coi đây là việc làm thêm, là sự ban phát, thụ động... thì việc thực hiện chính sách dân tộc sẽ còn mang tính hình thức, thiếu hiệu quả, không vững chắc.

2. Báo chí tuyên truyền thực hiện chính sách dân tộc là làm công tác chính trị, tư tưởng, góp phần xây dựng hệ thống chính trị ở cơ sở, thực hiện dân chủ, phát huy quyền làm chủ của nhân dân. Báo chí phải đi vào những vấn đề cụ thể của đời sống con người, có thời gian, không gian, địa chỉ cụ thể mới có tác động lớn lao.

3. Xác định một số chính sách có tính đột phá nhưng rất cơ bản, tạo sự biến đổi vững chắc đời sống kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS. Đây là nhiệm vụ rất căn cốt của báo chí trong tuyên truyền. Trong điều kiện hiện nay, để đồng bào các DTTS nước ta phát triển, cần khắc phục cách làm dàn trải, "mưa khắp" vừa lãng phí, vừa không có hiệu quả. Báo chí có thể nêu bật *những vấn đề thiết yếu về kinh tế - xã hội của đồng bào DTTS* như: Xây dựng cơ sở hạ tầng, trước hết là đường giao thông, điện, nguồn nước cho sản xuất, sinh hoạt, nhà ở, trường học, bệnh viện, trung tâm văn hoá cộng đồng. Xoá đói giảm nghèo bằng cách giúp đồng bào vốn, cách làm ăn, khắc phục kinh tế tự cấp tự túc, du canh du cư, ổn định sản xuất đời sống, phát triển kinh tế hàng hoá. Chăm lo giáo dục, y tế, văn hoá, nâng cao dân trí. Xây dựng hệ thống chính trị ở cơ sở, đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ là người DTTS ở địa phương.

Tuyên truyền tốt kết hợp với nâng cấp cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc, nối liền các trung tâm kinh tế, văn hoá, chính trị, xã hội của cả nước và củng cố hệ thống chính trị là hạt nhân lãnh đạo đủ mạnh thì mới đủ sức chủ động giải quyết những vấn đề của cuộc sống đồng bào đặt ra.

Công tác tuyên truyền đối với đồng bào DTTS, miền núi thực chất là tác động đến một số đối tượng khá đặc biệt nên không chỉ dừng lại ở nhiệm vụ hành chính

hoặc những tác nghiệp chuyên môn nghiệp vụ mà thực sự nó còn là kỹ năng tổng hợp của sự vận động, tập hợp quần chúng, sâu sát, gắn bó mật thiết với quần chúng, đi đúng đường lối quần chúng của Đảng, phù hợp với tâm lý, tình cảm dân tộc.

Các cơ quan Đảng, chính quyền, Mặt trận, các đoàn thể trên địa bàn các tỉnh miền núi, nhất là ở các xã, huyện thuộc diện đặc biệt khó khăn phải nắm chắc công cụ, nội dung tuyên truyền, phải biết khai thác thế mạnh của tuyên truyền. Phải coi đầu tư cho thông tin tuyên truyền là đầu tư cho phát triển, cần có một lực lượng tổng hợp trên địa bàn tham gia.

Về phương pháp tuyên truyền ở vùng đồng bào DTTS cũng không nên rập khuôn, máy móc. Mỗi dân tộc, mỗi địa bàn khác nhau cần có nội dung, hình thức tuyên truyền khác nhau; phải biết khai thác sức mạnh về ngôn ngữ, chữ viết, tâm lý, tập quán văn hóa dân tộc. Phải kết hợp việc tuyên truyền qua sách báo, truyền thanh, truyền hình, tuyên truyền trực quan... với việc sử dụng các hình thức sinh hoạt văn hoá, văn nghệ dân gian của cộng đồng đồng bào trong các dịp tập trung của như chợ phiên, lễ hội, các dịp hiếu, hỷ, sinh hoạt văn hoá - văn nghệ quần chúng... để vừa thu hút sự chú ý lắng nghe, vừa tạo được ấn tượng dễ nhớ, dễ hiểu và dễ vận dụng, phù hợp với trình độ của đồng bào.

Thứ ba, tiếp tục tăng cường giáo dục truyền thống đoàn kết giữa các dân tộc và nội bộ từng dân tộc trên cơ sở thực hiện nguyên tắc bình đẳng, tôn trọng, đoàn kết, giúp đỡ nhau cùng phát triển thông qua việc thực hiện có hiệu quả các chương trình, dự án, các chính sách phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc, miền núi; tuyên truyền gương người tốt việc tốt, các mô hình điển hình tiên tiến đi đôi với phản ánh những mặt chưa tốt, những tập quán hủ tục lạc hậu, những vi phạm để phê phán, khắc phục và loại bỏ. *Chính sách dân tộc* của Đảng và Nhà nước ta là chính sách tổng hợp, có nội dung toàn diện, đa ngành; Do đó, có nội dung và cách thức thực hiện linh hoạt, phải xuất phát từ những điều kiện cụ thể của vùng, đặc biệt từ những yếu kém, hạn chế mà nội dung cũng như lộ trình, cách thức có điểm riêng, không giống với các vùng khác trong nước. Đây là một thực tế mà báo chí truyền thông không thể không xem xét khi tiến hành các hoạt động tuyên truyền... Chẳng hạn về *nội dung văn hoá* trong chính sách dân tộc liên quan đến một loạt các chính sách, như:

- Chính sách phát triển ngôn ngữ, tiếng nói, chữ viết; - Chính sách phát triển văn hoá, giáo dục; - Chính sách xây dựng đời sống văn hoá cơ sở, xây dựng làng bản văn hoá, gia đình văn hoá mang đặc trưng văn hoá dân tộc (tộc người) phù hợp điều kiện phát triển của nền kinh tế và thiết chế văn hoá của địa phương; - Xây dựng chính sách thông tin cho vùng núi, vùng sâu, vùng xa; nâng cao điều kiện sống cho đồng bào, bài trừ các hủ tục, chống tệ nạn xã hội...

Thứ tư, tiếp tục cải tiến đổi mới nội dung, hình thức tuyên truyền đảm bảo tính phong phú, đa dạng của các loại hình đối với từng vùng, từng dân tộc song phải quán triệt yêu cầu: cụ thể, dễ hiểu, thiết thực, chính xác và đúng định hướng chính trị và phải được đặt trong tổng thể của phát triển toàn diện vùng gắn với việc bảo vệ quốc phòng an ninh.

Việc in ấn, xuất bản, phát tin, phát hình khi tuyên truyền của mỗi cơ quan báo chí, đều phải tính đến những điểm đặc thù địa phương và tính đến những thế mạnh và điểm hạn chế của mỗi loại hình báo chí.

Thứ năm, về công tác cán bộ, đối với địa bàn vùng DTTS, miền núi, nhất là ở những xã đặc biệt khó khăn, tính chủ động và trình độ thạo việc của cán bộ tuyên truyền ở cơ sở có ý nghĩa rất quyết định. Vì vậy, để nâng cao hiệu quả tuyên truyền chính sách dân tộc ở địa bàn vùng DTTS, miền núi, trước hết, cán bộ cần biết phối kết hợp giữa các lực lượng làm công tác tuyên truyền với nhau, trong đó chú trọng đến trình độ, năng lực, sự nhiệt tình của đội ngũ tuyên truyền viên, báo cáo viên ở cơ sở, nhất là khi chính họ lại là con em các dân tộc, người DTTS địa phương đã qua rèn luyện, thử thách, được đồng bào các dân tộc tin yêu.

Phải có chính sách thu hút đầu tư hợp lý trong việc đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng đội ngũ phóng viên, biên tập viên và xây dựng bộ máy, tổ chức cơ quan báo chí đủ mạnh, ngang tầm nhiệm vụ. Đào tạo, bồi dưỡng phát triển đội ngũ cán bộ gắn với thực hiện chính sách ưu tiên, ưu đãi trong sử dụng thông qua chính sách hỗ trợ về lương, phụ cấp cho phóng viên, biên tập viên ở các cơ quan báo chí.

Các cơ quan làm công tác tuyên truyền từ Trung ương đến địa phương, cơ sở phải xác lập cơ chế phối hợp, tránh tình trạng chồng chéo hoặc buông lỏng, tùy tiện gây ra tác động không tốt trong đời sống nên cần tăng cường sự chỉ đạo, phối hợp quản lý giữa các cơ quan làm công tác tư tưởng văn hoá, các bộ ngành, cơ quan chủ quan các báo, tạp chí, nhà xuất bản, phát hành.

Về trách nhiệm: Công tác thông tin, tuyên truyền, công tác tư tưởng phải bám sát việc xây dựng và thực hiện các chương trình, dự án, kế hoạch phải xuất phát từ điều kiện thực tế cụ thể của từng vùng. Đặc biệt, coi trọng kết quả trên thực tế, để đồng bào được tận mắt nhìn thấy, tận tay "sờ thấy", nhận thấy được. Vừa cải tiến nội dung, hình thức tuyên truyền, vừa gia tăng loại hình các ấn phẩm, chương trình phù hợp, chú trọng sử dụng tiếng dân tộc. Chủ động xây dựng kế hoạch, chương trình mục tiêu thông qua các dự án cụ thể từ nay đến 2015 và các năm tiếp theo.

Đối với các cấp uỷ Đảng, chính quyền, đoàn thể: Tăng cường chỉ đạo và tạo mọi điều kiện cho các hoạt động tuyên truyền trên địa bàn, đảm bảo việc thường xuyên, sâu rộng trong mọi tầng lớp nhân dân. Đồng thời, quản lý tốt các thiết chế văn hoá cơ sở, phát huy hiệu quả việc thông tin tuyên truyền qua hệ thống thông tin đại chúng, thông tin trên sách, báo, tạp chí, tuyên truyền miệng...

Về chỉ đạo ở cấp Trung ương: Các Bộ, ngành liên quan, như: Uỷ ban Dân tộc, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Văn hoá - Thể thao và Du lịch, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Bộ Tư pháp, Bộ Quốc phòng (Tổng cục Chính trị, Bộ Tư lệnh Bộ đội Biên phòng), các đoàn thể chính trị, như: Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Hội Cựu chiến binh... và các cơ quan xuất bản (sách, báo, tạp chí, băng hình, băng tiếng...); xây dựng hệ thống làm công tác thông tin, tuyên truyền phục vụ đồng bào DTTS, làm tốt công tác định hướng thông tin, quản lý và chỉ đạo thực hiện các kênh thông tin, hình thức thông tin, kiểm tra, giám sát thường xuyên công tác thông tin, tuyên truyền. Tăng cường công tác phối hợp giữa các Bộ, Ban, ngành để triển khai thực hiện các đề án, dự án, chương trình hành động có liên quan đến lĩnh vực tuyên truyền.

Ở cấp địa phương phải thiết lập được hệ thống tuyên truyền tại chỗ; tổ chức tốt việc đưa thông tin về cơ sở dưới nhiều hình thức khác nhau. Kết quả khảo sát bước đầu cho thấy, khi tuyên truyền viên cơ sở *kết hợp* việc *tuyên truyền miệng* với tuyên truyền bằng ấn phẩm (báo chí in - báo in), nhất là báo ảnh, thì đều mang lại hiệu quả tuyên truyền cao, sức tác động của tuyên truyền lớn. Bởi, trong quá trình được tuyên truyền, phổ biến, cán bộ và nhân dân - đồng bào các DTTS đều được *tận mắt thấy* (qua bài và ảnh) các nhân tố mới, các điển hình mới... hoặc vấn đề quan tâm đều ở ngay trước mắt, có địa chỉ rõ ràng, cụ thể; người muốn học, muốn làm có thể làm theo.

Chỉ đạo và thực hiện chế độ thông tin 2 chiều, thường xuyên phản ánh về tình hình, thực trạng công tác tuyên truyền chính sách dân tộc của Đảng ở địa phương và đề xuất, kiến nghị với Nhà nước về các chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước để kịp thời định hướng, điều chỉnh nội dung và biện pháp phù hợp.

Đầu tư xây dựng và phát triển các thiết chế văn hoá cơ sở. Hệ thống thiết chế văn hoá cơ sở có vai trò rất quan trọng. Do vậy, phải tăng cường đầu tư xây dựng và phát triển hệ thống thiết chế văn hoá cơ sở trên các địa bàn, dân cư vùng DTTS, phấn đấu đạt mục tiêu đã xác định đến 2010 - 2015 và những năm tiếp theo trên tinh thần thực hiện Chỉ thị số 39/1998/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Tăng cường sự đầu tư từ ngân sách Nhà nước nhằm hỗ trợ cho các mục tiêu về: xuất bản các ấn phẩm văn hoá, chuyên đề DTTS, miền núi, ấn phẩm bằng tiếng dân tộc. Tăng số lượng và mở rộng diện phát hành đối với một số báo, tạp chí theo Quyết định 1637/2001/QĐ-TTg và Quyết định 975/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ; Đầu tư, hỗ trợ cho các cơ quan, đơn vị có chức năng sản xuất phim (từ 18 - 25 chương trình/năm). Các đội chiếu bóng lưu động, đội thông tin lưu động ở cấp tỉnh, huyện, tổ, đội tuyên truyền văn hoá (Bộ đội Biên phòng); Đầu tư, hỗ trợ cho hoạt động và phát triển mạng lưới phát thanh, truyền thanh, truyền hình; Trợ cước, trợ giá để vận chuyển các loại ấn phẩm văn hoá; Hỗ trợ xây dựng hệ thống thiết chế văn hoá từ Trung ương đến cơ sở (điểm bưu điện văn hoá xã, thư viện, phòng đọc, nhà văn hoá, trung tâm văn hoá, trạm thu, phát sóng truyền thanh, truyền hình...); Hỗ trợ công tác đào tạo, bồi dưỡng, phát triển đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên truyền, đào tạo dài hạn, chính qui, đào tạo bồi dưỡng qua các lớp tập huấn nghiệp vụ, tham quan, tìm hiểu thực tế; mở lớp học tiếng dân tộc cho các phóng viên, biên tập viên, cán bộ quản lý, báo cáo viên, tuyên truyền viên. Khen thưởng các cơ quan, đơn vị, cá nhân có thành tích tiêu biểu trong công tác tuyên truyền phục vụ đồng bào DTTS; Dành ngân sách để triển khai, tổ chức thực hiện các dự án, chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển đời sống văn hoá - xã hội, phát triển công tác tuyên truyền ở vùng DTTS, miền núi... bằng nhiều biện pháp, vừa dành ngân sách Nhà nước, vừa đẩy mạnh công tác xã hội hoá, huy động các nguồn lực trong nhân dân, trong xã hội để nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền

đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đối với vùng đồng bào DTTS, miền núi.