

CHUYÊN ĐỀ I

KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

PGS, TS. Lương Khắc Hiếu

Theo *Từ điển tiếng Việt*, kỹ năng là khả năng vận dụng những kiến thức đã thu nhận được trong một lĩnh vực nào đó vào thực tiễn. Như vậy, kỹ năng tuyên truyền miệng là khả năng vận dụng các kiến thức về lĩnh vực này trong thực tiễn tuyên truyền, thuyết phục người nghe bằng lời nói trực tiếp. Đó là một loạt những kỹ năng liên quan đến quá trình chuẩn bị và thực hiện hoạt động tuyên truyền miệng. Bài viết này đề cập đến việc rèn luyện các kỹ năng cơ bản sau:

- Kỹ năng lựa chọn nội dung tuyên truyền miệng.
- Kỹ năng lựa chọn, nghiên cứu và xử lý tài liệu.
- Kỹ năng xây dựng đề cương tuyên truyền miệng.
- Kỹ năng lựa chọn, sử dụng ngôn ngữ, văn phong.
- Kỹ năng tiến hành phát biểu khi thực hiện đối thoại với người nghe, điều khiển sự chú ý và trả lời câu hỏi.

I. KỸ NĂNG LỰA CHỌN NỘI DUNG TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

Về nguyên tắc, tuyên truyền miệng có thể đề cập đến mọi vấn đề của đời sống xã hội: Những vấn đề kinh tế, chính trị, văn hoá, khoa học - kỹ thuật, an ninh - quốc phòng, đối ngoại; những vấn đề lý luận, quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; các sự kiện đã và đang diễn ra trong đời sống xã hội... Nhưng để đạt mục đích tuyên truyền đặt ra, tạo khả năng thu hút sự chú ý của người nghe, khi lựa chọn nội dung tuyên truyền miệng, cần chú ý đến các đặc trưng sau:

1. Phải mang đến cho người nghe những thông tin mới

Trong lý thuyết giao tiếp, người ta ví quá trình trao đổi thông tin với hình tượng hai bình thông nhau chứa tin. Mỗi một bình chứa tin là một vai giao tiếp. Quá trình giao tiếp, trao đổi thông tin là quá trình mở chiếc van giữa hai bình để tin từ bình này (người nói) chảy sang bình kia (người nghe). Nếu tin của hai bình ngang nhau tức là hết điều để nói, quá trình trao đổi thông tin trên thực tế không diễn ra nữa. Để quá trình giao tiếp, trao đổi thông tin diễn ra liên tục, giữa người nói và người nghe phải có độ chênh lệch về thông tin, về sự hiểu biết xung quanh nội dung đang đề cập đến. Độ chênh lệch về thông tin, về sự hiểu biết đó chính là *cái mới của nội dung tuyên truyền miệng*. Sinh thời, Bác Hồ

Bắt buộc phải nói

Muốn nói - Tự chọn

Nói cái ta cần → Nghe để biết
→ Nghe để làm → N/Ai chịu trách nhiệm

thường căn dặn các nhà báo, các cán bộ tuyên truyền rằng, nếu không có gì để nói, để viết thì chớ nói, chớ viết.

Cái mới của nội dung tuyên truyền tạo khả năng thu hút sự chú ý của người nghe, thuyết phục, cảm hoá họ, khẳng định những quan điểm cần tuyên truyền và phê phán các quan điểm sai trái, phản diện.

Trong tuyên truyền miệng, cái mới không chỉ được hiểu là cái chưa hề được đối tượng biết đến mà có thể là một phương pháp tiếp cận mới, một cách trình bày mới, độc đáo, một nhận định đánh giá mới về cái đã biết. Để tạo ra cái mới cho nội dung tuyên truyền miệng, người cán bộ tuyên truyền cần thường xuyên tích lũy tư liệu mới; tìm tòi, sáng tạo cách trình bày, tiếp cận mới đối với vấn đề; rèn luyện năng lực bình luận, đánh giá thông tin; tích cực nghiên cứu thực tế, lăn lộn trong phong trào cách mạng của quần chúng để phát hiện, nắm bắt cái mới, tổng kết các kinh nghiệm hay từ thực tiễn cách mạng của nhân dân dưới sự lãnh đạo của Đảng.

2. Phải thiết thực, đáp ứng nhu cầu thông tin của một loại đối tượng cụ thể

Nội dung tuyên truyền miệng do mục đích của công tác giáo dục tư tưởng và nhu cầu thoả mãn thông tin của đối tượng quy định. Nhu cầu thông tin của đối tượng lại xuất hiện do nhu cầu của hoạt động nhận thức (nghe để biết), hoặc của hoạt động thực tiễn (nghe để biết và để làm). Chính trong quá trình hoạt động thực tiễn mà ở công chúng xuất hiện nhu cầu thông tin và đòi hỏi được đáp ứng.

Hoạt động thực tiễn của công chúng lại rất đa dạng, do đó nhu cầu thông tin của từng đối tượng công chúng cũng khác nhau. Không thể chọn một nội dung để nói cho các đối tượng khác nhau. Nội dung tuyên truyền miệng bao giờ cũng hướng tới một đối tượng, một nhóm người nghe cụ thể, xác định. Cho nên, phân loại đối tượng, nắm vững mục đích công tác giáo dục tư tưởng và nhu cầu thông tin, sự hứng thú của từng đối tượng đối với nội dung thông tin, kích thích và đáp ứng nhu cầu ấy vừa là yêu cầu, vừa là điều kiện đảm bảo cho sự thành công của công tác tuyên truyền miệng.

Trong trường hợp ở công chúng chưa xuất hiện nhu cầu thông tin về một vấn đề quan trọng nào đó, nhưng vấn đề đó lại được đặt ra do yêu cầu giáo dục tư tưởng thì cần chủ động hướng dẫn, kêu gọi, kích thích sự quan tâm ở họ. Chỉ khi nào ở người nghe xuất hiện nhu cầu thông tin và đòi hỏi được đáp ứng thì khi đó ở họ mới xuất hiện tâm thế, thái độ chủ động sẵn sàng tiếp nhận, chủ động nhằm thoả mãn nhu cầu đó (tìm tài liệu để đọc, đến hội trường nghe nói chuyện và chú ý lắng nghe...).

3. Phải mang tính thời sự, tính cấp thiết, phản ánh những vấn đề nóng bỏng của cuộc sống

Giá trị và sức lôi cuốn người nghe, ý nghĩa giáo dục tư tưởng và chỉ đạo hành động của nội dung tuyên truyền miệng được nâng cao rõ rệt khi chọn đúng thời điểm đưa tin, thời điểm tổ chức buổi nói chuyện. Nếu buổi nói chuyện được tổ chức đúng thời điểm thì sức thu hút của nó đối với người nghe càng lớn, vì đó là một điều kiện giúp con người hành động có hiệu quả. Nếu triển khai kế hoạch tuyên truyền chậm, thông tin thiếu tính thời sự thì hiệu quả tác động kém, sức hấp dẫn bị hạn chế.

Để đáp ứng yêu cầu này, một mặt cần nắm vững chương trình, kế hoạch tuyên truyền của cấp uỷ hoặc cấp trên đề ra; mặt khác, bằng bản tính chính trị, sự nhạy cảm và tính năng động nghề nghiệp, cán bộ tuyên truyền có thể chọn một trong số những vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách nhất, những sự kiện có tiếng vang lớn, đang kích thích sự quan tâm của đông đảo quần chúng làm chủ đề cho nội dung tuyên truyền. Những vấn đề và sự kiện như vậy thường có sức mạnh thông tin, cổ vũ cao, tác động sâu sắc đến ý thức và hành vi của con người.

Hướng vào phản ánh những vấn đề bức xúc trong phong trào cách mạng của quần chúng, các điển hình tiên tiến trong thực hiện đường lối, chính sách của Đảng; phát hiện, giải đáp kịp thời, có sức thuyết phục những vấn đề do thực tiễn cuộc sống sinh động đang đặt ra là một trong những cách thức nâng cao tính cấp thiết, tính thời sự của nội dung tuyên truyền miệng.

4. Phải đảm bảo tính tư tưởng và tính chiến đấu

Bài nói của cán bộ tuyên truyền có mục đích tư tưởng rất rõ rệt. Mục đích tư tưởng này do chức năng của công tác tuyên truyền đặt ra và là đặc trưng cơ bản nhất trong hoạt động nghề nghiệp của cán bộ tuyên truyền. Khi nói trước công chúng cán bộ tuyên truyền thực hiện chức năng của nhà tư tưởng bằng công cụ lời nói, bằng nghệ thuật sử dụng ngôn từ. Nội dung tuyên truyền miệng dù về đề tài gì, trước đối tượng công chúng nào cũng đặt ra không chỉ mục đích thông tin mà quan trọng hơn là mục đích tác động về mặt tư tưởng nhằm hình thành niềm tin và cổ vũ tính tích cực hành động của con người. Cho nên, nội dung tuyên truyền miệng không chỉ đạt tới yêu cầu cung cấp thông tin đa dạng, nhiều chiều, hấp dẫn, mà quan trọng hơn là đạt tới yêu cầu định hướng thông tin. Nội dung tuyên truyền miệng không chỉ nhằm cung cấp thông tin về các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về những sự kiện quan trọng trong nước và trên thế giới mà quan trọng hơn là qua thông tin đó định hướng nhận thức, giáo dục tư tưởng, quán triệt quan điểm và hướng dẫn hành động của quần chúng.

Tính tư tưởng, tính chiến đấu đòi hỏi cán bộ tuyên truyền khi thông tin về những quan điểm khác nhau phải có chính kiến rõ ràng, phân tích theo lập trường, quan điểm của Đảng; khi nêu các hiện tượng tiêu cực, lạc hậu, các tư tưởng xa lạ, đối lập phải tỏ rõ thái độ phê phán kiên quyết, triệt để, tránh gây

Tất cả hướng

bu
nói tiếp
nội dung
Đảng
chính
sách
của Đảng
và Nhà nước

Lý luận

Lý luận

Nội dung

Chỉ minh - ch - 12

→ câu nói quá 4
Lý luận thực tiễn

hoài nghi, hoang mang, làm giảm lòng tin của công chúng bởi cái gọi là “thông tin nhiều chiều” thiếu cơ sở khoa học.

Căn cứ vào kế hoạch, đề tài tuyên truyền của cấp uỷ, những đặc trưng trên, thực tế tình hình tư tưởng xã hội, đặc điểm đối tượng, cán bộ làm công tác tuyên truyền cần lựa chọn nội dung tuyên truyền miệng cho phù hợp.

II. KỸ NĂNG LỰA CHỌN, NGHIÊN CỨU XỬ LÝ TÀI LIỆU

Lựa chọn, thu thập tài liệu là một nhiệm vụ quan trọng vì nó là cơ sở để lựa chọn nội dung tuyên truyền và là yếu tố tạo ra chất lượng cho một buổi nói chuyện.

1. Chọn nguồn tài liệu

Nguồn tài liệu quan trọng nhất mà cán bộ tuyên truyền thường xuyên sử dụng là tác phẩm kinh điển của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các văn kiện của Đảng và Nhà nước. Đây vừa là nội dung, vừa là cơ sở lý luận - tư tưởng của nội dung tuyên truyền. Người làm công tác tuyên truyền miệng phải có kiến thức vững chắc và hệ thống về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng, để trên cơ sở đó đánh giá, phân tích các sự kiện, hiện tượng.

- Các loại từ điển (*Từ điển tiếng Việt, Từ điển triết học. Từ điển kinh tế...*), tài liệu thống kê... là nguồn tài liệu chủ yếu để tra cứu các khái niệm, khai thác số liệu cho bài nói.

- Các sách chuyên khảo phù hợp là nguồn tài liệu rất quan trọng. Qua các tài liệu này có thể thu thập khối lượng lớn kiến thức hệ thống, sâu sắc về nội dung tuyên truyền, đặc biệt là tuyên truyền chuyên đề.

- Các báo, tạp chí chính trị - xã hội, tạp chí chuyên ngành cũng là một nguồn tài liệu. Tạp chí cung cấp những thông tin khái quát, mang tính lý luận, nhưng tính thời sự ít hơn so với báo. Cần chú ý rằng, một tờ báo có thể cung cấp thông tin về những sự việc, sự kiện nhiều người đã biết. Tuy nhiên, cán bộ tuyên truyền cần thông qua các sự việc, sự kiện đó để phân tích, rút ra ý nghĩa chính trị, tư tưởng nằm sâu trong cái diễn ra hàng ngày mà ai cũng biết ấy. Cho nên, cần lưu trữ báo và tạp chí, lên thư mục hoặc cắt ra những bài báo và ghi rõ nguồn gốc xuất xứ của chúng.

- Sổ tay tuyên truyền, sổ tay báo cáo viên là những tài liệu hướng dẫn nội dung, nghiệp vụ tuyên truyền và một số tư liệu chung cần thiết cho cán bộ tuyên truyền rất thiết thực, bổ ích..

- Các bản tin nội bộ, đặc biệt là thông tin được cung cấp thông qua các hội nghị báo cáo viên định kỳ là nguồn thông tin trực tiếp mà dựa vào đó báo cáo viên tuyên truyền viên xây dựng nội dung bài nói.

- Ngoài ra, có thể sử dụng các băng ghi âm, các băng hình phù hợp, các báo cáo tình hình của cơ sở, các ghi chép qua nghiên cứu thực tế tham quan các điển hình tiên tiến, các di tích lịch sử - văn hoá ...

- Các tác phẩm văn học để khai thác hình tượng văn học, câu nói, câu thơ liên quan, làm nổi bật ý của bài nói chuyện.

Muốn có nguồn tài liệu phong phú, cần tuân theo chỉ dẫn sau đây của Bác Hồ:

“Muốn có tài liệu thì phải tìm, tức là:

1. Nghe: Lắng nghe các cán bộ, nghe các chiến sĩ, nghe đồng bào để lấy tài liệu mà viết.

2. Hỏi: Hỏi những người đi xa về, hỏi nhân dân, hỏi bộ đội những việc, những tình hình khắp nơi.

3. Thấy: Mình phải đi đến xem xét mà thấy.

4. Xem: Xem báo chí, sách vở. Xem báo chí trong nước, xem báo chí nước ngoài.

5. Ghi: Những cái gì đã nghe, đã thấy, đã hỏi được, đã học được thì chép lấy để dùng và viết. Có khi xem mấy tờ báo chỉ được một tài liệu thôi. Tìm tài liệu cũng như những công tác khác phải *chịu khó*.

Có khi xem tờ báo này có vấn đề này, xem tờ báo khác có vấn đề khác, rồi gộp hai ba vấn đề, hai ba con số làm thành một tài liệu mà viết.

Muốn có nhiều tài liệu thì phải xem cho rộng”.¹

2. Đọc và nghiên cứu tài liệu

Đọc tài liệu: thoạt đầu nên đọc lướt qua mục lục, lời chú giải (nếu có) của từng tài liệu cũng như của tất cả các tài liệu đã thu nhận được để trên cơ sở đó hình thành quan niệm về nội dung, kết cấu bài nói. Sau đó đọc kỹ, tìm cái mới có phân tích, suy nghĩ, lựa chọn. Có thể đọc cả tài liệu phản diện để hiểu nội dung và cách xuyên tạc của các thế lực xấu, xây dựng lập luận phê phán sát với nội dung, có hiệu quả; nâng cao tính chiến đấu của bài phát biểu, tuyên truyền miệng.

Ghi chép: Tùy kinh nghiệm của một người để ghi chép sao cho đạt được mục tiêu: Hệ thống, dễ đọc, dễ tìm..., ghi tóm tắt những điều đã đọc được, có thể ghi thêm lời bình luận ra lề, hoặc bổ sung thêm những số liệu, ý kiến nhận xét khác... khi tài liệu cô đọng hoặc trừu tượng.

¹ Hồ Chí Minh: Về công tác tư tưởng, Nxb, Sự Thật, Hà Nội, 1985, trang 189.

Khi cần giữ lại ý kiến của tác giả một cách hoàn chỉnh, có thể trích nguyên văn từng câu, từng đoạn và chú giải xuất xứ của đoạn trích (ghi rõ tên tác giả, tác phẩm, nơi xuất bản, năm xuất bản, lần xuất bản, số trang). Đoạn trích phải lấy từ tài liệu gốc hoặc tra cứu lại từ tài liệu gốc, không trích dẫn từ tài liệu của người khác.

Trong lúc đọc tài liệu, có thể ghi được rất nhiều nhưng nói chung chỉ nên ghi lại những chỗ hay nhất, những khái niệm, những tư liệu chính xác, cần thiết nhất, tư liệu mới có liên quan đến chủ đề tuyên truyền.

Có thể ghi vào sổ tay hoặc ghi trên phích. Khi ghi nên ghi trên một mặt giấy, hoặc trang ghi chưa lờ rộng để lấy chỗ ghi thêm những vấn đề mới, thông tin mới hoặc ý kiến bình luận của mình.

Phích được làm bằng giấy cứng, kích thước thông thường khoảng 8 x 12,5cm, đựng vào hộp hoặc phong bì. Việc ghi phích có nhiều ưu điểm. Nó giúp cho khảo cứu dễ dàng, thuận tiện nhờ việc phân loại chúng theo hệ thống các vấn đề.

Có rất nhiều phương pháp nghiên cứu tài liệu. Lựa chọn phương pháp nào phụ thuộc vào thói quen, kinh nghiệm cá nhân:

3. Một vài chú ý khi sử dụng tài liệu

- Sau khi đọc, ghi chép, tiến hành lựa chọn những tư liệu mới nhất, có giá trị nhất, dự kiến có khả năng thu hút người nghe nhất đưa vào đề cương bài nói.

- Chọn và sắp xếp tư liệu theo trình tự logic để hình thành đề cương.

- Chỉ sử dụng những tư liệu rõ ràng, chính xác. Không dùng những tư liệu chưa rõ về quan điểm tư tưởng, thiếu chính xác về mặt khoa học. Cần tuân thủ nguyên tắc về chất lượng thông tin trong giao tiếp: Không nói điều mà mình chưa tin là đúng và những điều không đủ bằng chứng.

Trước khi sử dụng bất kỳ tư liệu nào đều phải xem xét nó bằng “lăng kính” của người cán bộ tư tưởng. Đó là sở nhạy cảm về tư tưởng, là bản lĩnh chính trị, là trách nhiệm người cán bộ trước Đảng, trách nhiệm công dân. Không được để lộ bí mật của Nhà nước. Khi sử dụng các tài liệu mật, thông tin nội bộ cần xác định rõ vấn đề nào không được nói, hoặc chỉ được nói đến đối tượng nào. Trong điều kiện bùng nổ thông tin hiện nay, cần thiết phải định hướng thông tin theo quan điểm của Đảng.

Sử dụng tài liệu là một kỹ năng, phụ thuộc vào năng lực, kinh nghiệm nghề nghiệp của cán bộ tuyên truyền. Cùng một lượng tài liệu như nhau, ai dày công và sáng tạo hơn sẽ có bài nói chuyện chất lượng cao hơn.

III. KỸ NĂNG XÂY DỰNG ĐỀ CƯƠNG TUYÊN TRUYỀN MIỆNG

Đề cương tuyên truyền miệng là văn bản mà dựa vào đó người tuyên truyền tiến hành buổi nói chuyện trước công chúng. Đề cương tuyên truyền miệng cần đạt tới các yêu cầu sau:

Phải thể hiện mục đích tuyên truyền. Đề cương là sự cụ thể hoá, quán triệt mục đích tuyên truyền trong các phần, các mục, các luận điểm, luận cứ, luận chứng của bài nói.

- Phải chứa đựng, bao hàm nội dung tuyên truyền một cách lôgic.

Cần xây dựng nhiều phương án của đề cương, từ đó chọn phương án tối ưu. Phương án tối ưu là phương án đạt mục đích tuyên truyền và phù hợp với một đối tượng công chúng cụ thể, xác định.

Quá trình xây dựng đề cương có thể thay đổi, bổ sung, hoàn thiện dần từ thấp lên cao, từ đề cương sơ bộ đến đề cương chi tiết. Đối với những vấn đề quan trọng, phát biểu trước những đối tượng có trình độ cao, có sự hiểu biết và giàu kinh nghiệm thực tiễn, đề cương cần được chuẩn bị với các số liệu thật chính xác, có giá trị cao. Càng chi tiết càng tốt.

Tuyên truyền miệng có nhiều thể loại: Bài nói chuyện thời sự, báo cáo chuyên đề, báo cáo nhanh hoặc giới thiệu về nghị quyết của các cấp uỷ đảng, kể chuyện người tốt việc tốt, gương anh hùng, chiến sĩ thi đua, diễn văn đọc trong các cuộc mít tinh... Mỗi thể loại trên đều có kết cấu đề cương riêng. Nhưng khái quát lại, đề cương được kết cấu bởi ba phần: Phần mở đầu, phần chính và phần kết luận. Mỗi phần có chức năng riêng, yêu cầu riêng, phương pháp xây dựng và thể hiện riêng.

1. Phần mở đầu

Phần mở đầu có các chức năng như:

+ Làm phần nhập đề cho chủ đề tuyên truyền. Đồng thời là phương tiện giao tiếp với người nghe nhằm kích thích sự hứng thú của người nghe với nội dung tuyên truyền.

Phần này tuy ngắn, nhưng rất quan trọng đối với các nội dung tuyên truyền có tính trừu tượng, đối với đối tượng mới tiếp xúc lần đầu, với đối tượng là thanh niên, sinh viên.

Yêu cầu đối với lời mở đầu:

+ Phải tự nhiên và gắn với các phần khác trong bố cục toàn bài cả về nội dung và phong cách ngôn ngữ.

+ Ngắn gọn, độc đáo và hấp dẫn đối với người nghe.

Các cách mở đầu và cấu trúc phần mở đầu:

Cách mở đầu rất đa dạng, phong phú nhưng có thể khái quát thành hai cách mở đầu chủ yếu: Mở đầu trực tiếp và mở đầu gián tiếp:

Mở đầu trực tiếp là cách mở đầu bằng việc giới thiệu thẳng với người nghe vấn đề sẽ trình bày để người nghe tiếp cận ngay. Cách mở đầu này ngắn gọn, tự nhiên, dễ tiếp nhận và thích hợp với những bài phát biểu ngắn. với đối tượng đã tương đối quen thuộc... Mở đầu trực tiếp được cấu trúc bởi hai phần: Nêu vấn đề và giới hạn phạm vi vấn đề (hay chuyển vấn đề).

+ *Nêu vấn đề* là trình bày một ý tưởng, một quan niệm tổng quát có liên quan trực tiếp đến chủ đề tuyên truyền để dọn đường cho việc trình bày phần chính tiếp theo.

+ *Giới hạn phạm vi vấn đề* là thông báo cho người nghe biết trong bài nói có mấy phần, bàn đến những vấn đề gì.

Mở đầu gián tiếp là cách mở đầu không đi thẳng ngay vào vấn đề mà chỉ nêu vấn đề sau khi đã dẫn ra một ý kiến khác có liên quan, gần gũi với vấn đề ấy nhằm chuẩn bị bối cảnh, dọn đường cho vấn đề xuất hiện. Cách mở đầu này dễ tạo cho bài nói sự sinh động hấp dẫn đối với người nghe, làm cho người nghe nhanh chóng thay đổi quan điểm vốn có, chấp nhận quan điểm của người tuyên truyền.

- Mở đầu gián tiếp được cấu trúc bởi ba phần: Dẫn dắt vấn đề, nêu vấn đề và giới hạn phạm vi vấn đề. Tùy theo cách dẫn dắt vấn đề, hay là cách chuyển từ phần dẫn dắt vấn đề sang phần nêu vấn đề mà hình thành.

Các phương pháp mở đầu gián tiếp sau:

+ Nếu dẫn dắt vấn đề được bắt đầu từ một cái riêng để đi đến nêu vấn đề là một cái chung ta có *phương pháp quy nạp*.

+ Nếu dẫn dắt vấn đề bắt đầu từ một cái chung để đi đến nêu vấn đề là một cái riêng ta có *phương pháp diễn dịch*.

+ Nếu dẫn dắt vấn đề bằng cách lấy một ý khác tương tự để làm rõ hơn cho việc nêu vấn đề ở phần tiếp theo ta có *phương pháp tương đồng*.

+ Nếu dẫn dắt vấn đề bằng cách lấy một ý khác trái ngược để đối chiếu, so sánh với vấn đề sẽ nêu ra ta có *phương pháp tương phản*.

Trong thực tế công tác tuyên truyền miệng, ngoài các cách mở đầu có tính "kinh điển" trên, người ta còn sử dụng hàng loạt các phương pháp mở đầu khác, tự do hơn, miễn là chúng đáp ứng được các yêu cầu như đã nêu trên.

Ngoài ra trong phần mở đầu dù trực tiếp hay gián tiếp, nên có thêm phần giới thiệu thời gian nói chuyện (đến mấy giờ), phương thức tiến hành (có nghi

giải lao hay không, nghỉ mấy lần, có trả lời các câu hỏi và tổ đối thoại hay không...).

2. Phần chính của bài nói

Đây là phần dài nhất, quan trọng nhất, quy định chất lượng của bài nói, là phần thể hiện và phát triển nội dung tuyên truyền một cách toàn diện, theo yêu cầu đặt ra. Nếu như chức năng, đặc trưng của phần mở đầu là thu hút sự chú ý của người nghe ngay từ đầu thì chức năng đặc trưng của phần chính là lôi cuốn người nghe, kích thích sự hứng thú, định hướng tư tưởng, phát triển tư duy của họ bằng chính sự phát triển phong phú của nội dung và lôgic của sự trình bày. Khi chuẩn bị phần chính của bài nói cần đạt tới các yêu cầu:

- Bố cục chặt chẽ, được trình bày, lập luận theo những quy tắc, phương pháp nhất định. Phần chính được bố cục thành các luận điểm hay các mục (mục lớn tương ứng với luận điểm cấp một, mục nhỏ tương ứng với luận điểm cấp hai). Các luận điểm phải được làm sáng tỏ bởi các luận cứ. Giữa các luận điểm hay các phần, các mục phải có đoạn chuyển tiếp làm cho bài nói có tính liên tục và giúp người nghe chủ động chuyển sang tiếp thu những mục, những luận điểm tiếp theo. Tư liệu, cứ liệu dùng để chứng minh, làm sáng tỏ luận điểm cần được sắp xếp một cách lôgic theo phương pháp quy nạp, phương pháp diễn dịch, phương pháp loại suy hoặc phương pháp nêu vấn đề. Mỗi luận điểm, mỗi phần, mỗi mục có thể trình bày theo một trong các phương pháp trên. Việc chọn phương pháp trình bày, sắp xếp tư liệu nào là do nội dung bài nói, đặc điểm người nghe và hoàn cảnh cụ thể của buổi tuyên truyền miệng quy định.

- Tính xác định, tính nhất quán và tính có luận chứng: Nhìn chung, quá trình trong ý thức của mỗi cá nhân trong xã hội đã hình thành những mối quan hệ lôgic nhất định. Nếu lôgic bài nói phù hợp với lôgic trong tư duy, ý thức người nghe thì bài nói sẽ trở nên dễ hiểu, dễ thuyết phục. Chính vì vậy, khi thiết lập đề cương bài nói, hình thành các luận điểm, các phần, các mục phải vận dụng các quy luật lôgic (quy luật đồng nhất, quy luật mâu thuẫn, quy luật loại trừ cái thứ ba, quy luật có lý do đầy đủ). Việc vận dụng các quy luật này trong khi lập luận, trình bày, kết cấu đề cương sẽ đảm bảo cho bài nói có tính rõ ràng, chính xác (tính xác định), tính nhất quán và tính có luận chứng.

- Tính tâm lý, tính sư phạm. Khi xây dựng phần chính của bài nói và trình bày, lập luận nội dung, ngoài việc vận dụng các quy luật của lôgic hình thức cần vận dụng các quy luật của tâm lý học tuyên truyền như: Quy luật hình thành và biến đổi của tâm thế, quy luật đồng hoá và tương phản của ý thức, quy luật đứng đầu trong niềm tin, quy luật về sự tác động của cái mới...

Chẳng hạn, có thể vận dụng *quy luật đứng đầu trong niềm tin* do nhà bác học Hêvlânđơ tìm ra năm 1926 để sắp xếp thứ tự trình bày các vấn đề có ý nghĩa

quan trọng đối với việc hình thành tâm thế, niềm tin của đối tượng. Nội dung của quy luật này có thể tóm tắt lại là: Những tác động đầu và cuối của hiện thực khách quan đến con người thường để lại những dấu ấn sâu sắc. Cho nên, khi xây dựng đề cương phần chính bài nói, các vấn đề quan trọng của nội dung cần kết cấu phần đầu hoặc phần cuối của bài.

Đề cương phần chính bài nói còn được sắp xếp theo yêu cầu của phương pháp sư phạm: Trình bày từ cái đơn giản, đã biết đến cái phức tạp, cái chưa biết và nêu bật được những luận điểm quan trọng nhất của bài.

3. Phần kết luận

- Kết luận là phần không thể thiếu của cấu trúc một bài nói, nó có các *chức năng* đặc trưng sau:

- + Tổng kết những vấn đề đã nói.
- + Củng cố và làm tăng ấn tượng về nội dung tuyên truyền.
- + Đặt ra trước người nghe những nhiệm vụ nhất định và kêu gọi họ đi đến hành động. Kết luận phải ngắn gọn, giàu cảm xúc nhưng tự nhiên, không giả tạo và được sử dụng để kết thúc bài nói.

- Những cách *kết luận chủ yếu* và *cấu trúc* của nó là:

Giống như mở đầu, kết luận có nhiều phương pháp khác nhau. Đó là các phương pháp: Mở rộng, ứng dụng, phê phán, tương ứng... Dù phương pháp nào thì kết luận cũng được cấu trúc bởi hai phần:

+ Phần đầu gọi là phần tóm tắt, hay toát yếu, tóm lược các vấn đề trình bày trong phần chính. Phần này giống nhau cho mọi phương pháp.

+ Phần hai là phần mở rộng và mang đặc trưng của phương pháp. Nếu phần hai mang ý nghĩa mở rộng vấn đề ta có kết luận kiểu mở rộng, nếu mang ý nghĩa phê phán ta có kết luận kiểu phê phán, nếu mang ý nghĩa vận dụng ta có kết luận kiểu ứng dụng, v.v..

Có thể còn nhiều loại kết luận khác. Tuy nhiên, nếu buổi nói chuyện đã đầy đủ và thấy rằng không cần phải tổng kết, thời gian nói chuyện đã hết thì tốt nhất nên nói: Đến đây cho phép tôi kết thúc bài phát biểu, xin cảm ơn các đồng chí.

Vào đề và kết luận cho buổi nói chuyện là một kỹ xảo, một thủ thuật - thủ thuật gây hấp dẫn, lôi cuốn, gây ấn tượng đối với người nghe. Việc tìm tòi các thủ thuật này là yêu cầu sáng tạo của mỗi cán bộ tuyên truyền.

IV. KỸ NĂNG LỰA CHỌN, SỬ DỤNG NGÔN NGỮ, VĂN PHONG

Ngôn ngữ là công cụ quan trọng đảm bảo cho cán bộ tuyên truyền thực hiện mục đích của hoạt động tuyên truyền miệng. Bằng ngôn ngữ, cán bộ tuyên

truyền chuyển tải thông tin, thúc đẩy sự chú ý và sự suy nghĩ của người nghe, điều khiển, điều chỉnh hoạt động nhận thức của đối tượng và cổ vũ họ đi tới những hành động tích cực. Ngôn ngữ tuyên truyền miệng có các đặc trưng sau:

1. Tính hội thoại

- Tuyên truyền miệng có đặc trưng là sự giao tiếp trực tiếp giữa người nói và người nghe thể hiện cả trong độc thoại và đối thoại. Cho nên, một đặc điểm văn phong quan trọng của tuyên truyền miệng là tính hội thoại, tính sinh động, phong phú của lời nói. Những biểu hiện của tính hội thoại là sử dụng từ vựng và câu cú hội thoại, sự đơn giản của cấu trúc câu và không tuân theo những quy tắc ngữ pháp nghiêm ngặt như văn viết.

Biểu hiện đầu tiên của tính hội thoại trong văn phong tuyên truyền miệng là việc sử dụng câu ngắn, câu không phức tạp (câu đơn). Do đặc điểm tâm, sinh lý của việc tri giác thông tin bằng thính giác, một mệnh đề càng dài thì càng khó ghi nhớ. Sử dụng câu ngắn, câu đơn sẽ làm cho người nghe dễ nhớ, dễ hiểu vấn đề và không ảnh hưởng đến việc thở lấy hơi của người nói.

Ngoài ra, việc sử dụng câu ngắn, câu nhiều mệnh đề kế tiếp nhau có thể trở thành phương tiện văn phong làm cho bài nói sôi nổi, có kịch tính, trên cơ sở đó thu hút sự chú ý của người nghe.

Khi đặt câu, những thông tin quan trọng không nên đặt ở đầu câu và cuối câu. Do đặc điểm của sự chú ý, nếu đặt những thông tin quan trọng ngay ở đầu câu, thì khi bắt đầu nói người nghe có thể chưa chú ý, thông tin bị thất lạc, cho nên chỉ đưa thông tin vào câu sau 3 - 4 từ đầu tiên. Cũng không nên đặt thông tin quan trọng ở cuối câu vì nghe đến cuối câu, thính giả có thể đã giảm thiểu sự chú ý, thông tin cũng có thể bị thất lạc. Cũng do điều này, mà khi đặt câu, không bắt đầu bằng một mệnh đề phụ quá dài.

- Sử dụng cấu trúc liên kết. Nhờ việc sử dụng cấu trúc này mà diễn giả có thể làm nổi bật, nhấn mạnh một vấn đề nào đó, thực hiện sự ngắt hơi hoặc xuống giọng để tạo ra cảm giác thoải mái, ngẫu hứng. Sự liên kết thường được sử dụng với liên từ: “và”, “còn”, “nhưng”, “song”, “hơn nữa” và các trợ từ: “mặc dù”, “chẳng lẽ”, “thậm chí”!, “thật vậy”,...

2. Tính chính xác

Tính chính xác của ngôn ngữ là sự phù hợp giữa tư tưởng muốn trình bày và từ ngữ, thuật ngữ được chọn để diễn đạt tư tưởng đó. Tính chính xác đảm bảo cho lời nói truyền đạt chính xác nội dung khách quan của vấn đề, sự việc, sự kiện được đề cập trong bài phát biểu, tuyên truyền miệng. Tính chính xác của lời nói trong tuyên truyền miệng bao gồm:

- Sự chính xác về phát âm (không phát âm sai, lẫn lộn giữa l và n, giữa ch và tr, giữa r và gi...)

- Sự chính xác về từ, các từ được dùng phải rõ nghĩa, đơn nghĩa, tránh dùng từ đa nghĩa, diễn đạt mập mờ, nước đôi, không rõ ràng.

- Sự chính xác về câu bao hàm cả sự chính xác về ngữ pháp (đặt câu đúng) và chính xác về ngữ nghĩa, tránh đặt những câu tối nghĩa.

- Sự chính xác của lời nói còn được biểu hiện ở việc chọn từ ngữ phù hợp với đề tài, với trình độ người nghe và bối cảnh giao tiếp.

3. Tính phổ thông

Tính phổ thông của lời nói trong tuyên truyền miệng thể hiện ở việc chọn từ, cách diễn đạt rõ ràng, đơn giản, dễ hiểu, phù hợp với trình độ chung, phổ biến của một nhóm đối tượng công chúng, là biết "phiên dịch" ngôn ngữ hàn lâm, ngôn ngữ chuyên gia sang ngôn ngữ của công chúng rộng rãi.

Tính phổ thông của lời nói đảm bảo cho thính giả hiểu được, tiếp thu được những vấn đề phức tạp, thu hút người nghe hướng vào tiếp nhận những tư tưởng mới của người tuyên truyền.

Tính phổ thông, sự đơn giản, dễ hiểu của lời nói, của cách trình bày không có nghĩa là dung tục hoá các khái niệm khoa học, là làm nghèo nàn nội dung bài nói. Sự đơn giản của diễn ngôn, sự dễ hiểu của cách trình bày và sự phong phú, tính khoa học của nội dung không mâu thuẫn với nhau. Trong vấn đề này việc cụ thể hoá các khái niệm trừu tượng, việc lấy các thí dụ minh hoạ, sử dụng đoạn miêu tả rất có hiệu quả.

Tính phổ thông của lời nói đòi hỏi cán bộ tuyên truyền hạn chế việc sử dụng các thổ ngữ, từ địa phương, các thuật ngữ có tính nghề nghiệp, chuyên dụng. Không lạm dụng từ nước ngoài, mặc dù sự hiện diện của một số từ nước ngoài trong ngôn ngữ của một dân tộc là một thực tế khách quan do những quy luật của quá trình phát triển ngôn ngữ và giao lưu văn hoá.

Trong những điều kiện cần thiết chúng ta có thể sử dụng các từ nước ngoài nhất là các từ Hán - Việt, để biểu đạt chính xác nội dung tư tưởng, nhưng không lạm dụng và tốt nhất vẫn là chọn dùng những từ có trong vốn từ vựng của người nghe. Sử dụng tục ngữ, thành ngữ, ca dao, dân ca, vốn gần gũi với đông đảo nhân dân để trình bày, diễn đạt, giải thích các khái niệm mới, trừu tượng cũng là cách phổ thông hoá lời nói của bài phát biểu, tuyên truyền miệng.

4. Tính truyền cảm

Tính truyền cảm là đặc trưng riêng có của ngôn ngữ nói. Việc khai thác, vận dụng đặc trưng này sẽ đem lại thành công cho bài nói. Một bài nói có chất

lượng là bài nói vận dụng tốt các phương tiện logic và phương tiện cảm xúc - thẩm mỹ. Nhờ yếu tố truyền cảm của lời nói mà người nghe bỏ qua những thông tin nhiễu khác như tiếng ồn, các tác động của môi trường, sự nóng nực, tập trung chú ý để tiếp thu những từ thức mới, tích cực, chủ động nâng cao nhận thức của mình về những điều tưởng như đã biết, thích thú trong việc tiếp nhận thông tin. Chính vì vậy mà V.I. Lê nin đã nói: Không có sự xúc cảm của con người thì xưa nay không có, và không thể có sự tìm tòi chân lý.

Để tạo ra tính truyền cảm cho bài nói, có thể sử dụng các biện pháp tu từ từ ngữ âm: Các ẩn dụ, so sánh, các từ láy điệp ngữ,... và các biện pháp tu từ cú pháp: Câu ẩn chủ ngữ, câu hỏi tu từ, câu đối chọi, câu có bỏ ngữ đứng ở trước, câu đảo đối, câu có thành phần giải thích... Đồng thời có thể sử dụng các yếu tố cận ngôn ngữ như ngữ điệu, trường độ, cao độ của tiếng nói, sự ngừng giọng... và kết hợp chúng với các yếu tố phi ngôn ngữ như cử chỉ, điệu bộ, nét mặt...

V. KỸ NĂNG TIẾN HÀNH PHÁT BIỂU, ĐIỀU KHIỂN SỰ CHÚ Ý VÀ TRẢ LỜI CÂU HỎI

1. Kỹ năng tiến hành phát biểu

Trong quá trình phát biểu, cán bộ tuyên truyền thực hiện sự tác động đến người nghe chủ yếu thông qua hai kênh: Kênh ngôn ngữ và kênh phi ngôn ngữ. Mối quan hệ ngược người nghe - cán bộ tuyên truyền cũng được thực hiện bằng hai kênh này.

- *Kênh ngôn ngữ* (có tài liệu gọi là cận ngôn ngữ, tức là những yếu tố đi liền với ngôn ngữ). Thuộc về kênh này có thể sử dụng các yếu tố như ngữ điệu, cường độ, âm lượng, nhịp độ lời nói và sự ngừng giọng... để tạo nên sự hấp dẫn cho bài nói.

+ Ngữ điệu của lời nói phải phong phú biến hoá, có sự vận động của âm thanh, tránh cách nói đều đều, đơn điệu, buồn tẻ.

+ *Cường độ* của lời nói to hay nhỏ cần phù hợp với khuôn khổ kích thước hội trường, số lượng và đặc điểm người nghe. Cần điều chỉnh cường độ lời nói đủ để người ngồi xa nhất có thể nghe được.

+ *Nhịp độ lời nói*, nói nhanh hay nói chậm do nội dung bài nói, tình huống và không gian giao tiếp, khả năng hoạt động của tư duy và sự chú ý của người nghe quy định. Việc tăng nhịp độ lời nói làm cho quá trình tiếp thu thông tin diễn ra nhanh, nhưng nếu tăng đến một giới hạn nào đó, lượng thông tin cung cấp trong một đơn vị thời gian sẽ cao hơn khả năng của trí nhớ, khả năng tri giác thông tin của não giảm xuống. Cho nên, nhịp độ lời nói cần vừa phải. Thông thường, khi trình bày bài nói, nhịp độ chậm hơn đọc khoảng 1/5 lần.

Ngừng giọng cũng là một yếu tố của kỹ năng sử dụng kênh ngôn ngữ trong tuyên truyền miệng. Việc sử dụng kỹ năng ngừng giọng là để nhấn mạnh tầm quan trọng, tạo ra sự tập trung chú ý của người nghe đối với một vấn đề nào đó. Chính vì vậy mà thời điểm ngừng giọng được chọn là ở những chỗ có ý quan trọng, còn độ dài ngừng giọng phụ thuộc vào cảm xúc của người nói và ý muốn tạo ra sự chú ý ở người nghe.

- *Kênh phi ngôn ngữ* (có tài liệu gọi là kênh tiếp xúc cơ học hay các yếu tố về hành vi). Thuộc về kênh này có các yếu tố như tư thế sự vận động và cử chỉ, nét mặt, và nụ cười. Chúng là những yếu tố được quy định bởi phong cách và thói quen cá nhân. Hình thành kỹ năng này đòi hỏi phải có sự tập luyện công phu và kiên trì.

- Đứng trước công chúng phải tự nhiên linh hoạt. Trong suốt buổi nói chuyện nên có vài lần thay đổi tư thế để người nghe không cảm thấy mệt mỏi nhưng cũng không nên thay đổi tư thế quá nhiều.

Cử chỉ và diện mạo phải phù hợp với ngữ điệu của lời nói và cảm xúc, với sự vận động của tư duy và tình cảm. Nét mặt, nụ cười, ánh mắt có thể truyền đạt hàng loạt các cảm xúc, niềm vui hay nỗi buồn, sự kiên quyết hay nhân nhượng, sự khẳng định hay nghi vấn... mà nhờ nó người nói thể hiện được thái độ tình cảm của mình về vấn đề đang nói và qua đó tạo được lòng tin và sự lôi cuốn người nghe.

Các yếu tố trên đây tác động lên thị giác của người nghe và có tác dụng nâng cao hiệu quả tri giác thông tin của họ. Chúng còn được kết hợp phù hợp với tính chất, nội dung thông tin và với các yếu tố ngôn ngữ để nâng cao chất lượng tuyên truyền miệng.

2. Một số kỹ năng thu hút sự chú ý và gây ấn tượng đối với người nghe khi thực hiện tuyên truyền miệng

Một bài phát biểu tuyên truyền miệng có nội dung mới, thiết thực, mang tính thời sự, được trình bày theo logic chặt chẽ, ngôn ngữ chính xác, phổ thông và có tính biểu cảm. Trong quá trình trình bày, có thể sử dụng các kỹ năng, các thủ thuật sau để tạo sự chú ý và gây ấn tượng ở người nghe đối với nội dung bài nói:

- Tăng hàm lượng thông tin bằng cách xử lý tốt lượng dư thừa của ngôn ngữ diễn đạt.

- Tăng sức hấp dẫn của thông tin bằng cách sử dụng yếu tố bất ngờ, cách trình bày độc đáo.

- Sử dụng một số biện pháp ngôn ngữ như: Dùng từ láy, ẩn dụ, câu đảo đối, câu đối chọi... và các biện pháp tu từ ngữ âm như: Biện pháp hòa đối thanh điệu, biện pháp lặp số lượng âm tiết, lặp vần, biện pháp tạo nhịp điệu...

- Trình bày cái cụ thể xen kẽ cái trừu tượng, trình bày sự kiện xen kẽ các khái niệm, phạm trù quy luật.

- Nắm vững nghệ thuật sử dụng các con số. Có thể sử dụng kỹ năng để làm cho một số nhỏ thành số lớn hoặc ngược lại làm cho một số lớn thành số nhỏ; hoặc so sánh số đó với số khác để làm bật ý nghĩa chính trị, tư tưởng, xã hội của con số đang sử dụng.

- Phát biểu theo kiểu ngẫu hứng, thoát ly đề cương.

- Nêu dồn dập các sự kiện.

- Thu hút bằng cử chỉ, điệu bộ và sự nhiệt tình.

3. Kỹ năng khôi phục và tăng cường sự chú ý

Trong quá trình trình bày, do những nguyên nhân nào đó, sự chú ý của người nghe có thể bị giảm. Trong trường hợp đó, cán bộ tuyên truyền phải biết phát hiện nhờ việc quan sát thái độ và cử chỉ của người nghe và chủ động tìm cách khắc phục.

Dựa trên những quy luật tâm sinh lý, người ta đưa ra một số kỹ xảo, thủ thuật sau mà người tuyên truyền có thể áp dụng để khôi phục và tăng cường sự chú ý:

- Cử chỉ, vận động và sự kết hợp chúng với các thủ thuật khác. Chẳng hạn, có thể rời bục giảng tiến gần về phía người nghe hoặc đi vào giữa hội trường tiếp tục nói.

- Thủ thuật âm thanh: Nói to lên hoặc ngược lại, nói nhỏ đi, gần như nói thầm.

- Sử dụng các phương tiện trực quan như sơ đồ, bản đồ, biểu bảng, băng ghi hình... và kết hợp sử dụng các phương tiện đó với phương tiện ngôn ngữ.

Thay đổi trạng thái giao tiếp từ độc thoại sang đối thoại bằng cách đặt câu hỏi và đề nghị người nghe trả lời.

- Hài hước: Chuyển sang nói bằng giọng hài hước, sử dụng biện pháp gây cười như: Chơi chữ, nói lái, kỹ thuật tương phản hoặc kể một câu chuyện cười phù hợp để giảm bớt sự căng thẳng, khôi phục trở lại sự chú ý.

Nhà sư phạm Nga Usinxki có nói: Chú ý là cánh cửa mà qua đó tất cả những gì của thế giới bên ngoài đi vào tâm hồn con người. Cho nên, trong quá trình phát biểu, cán bộ tuyên truyền phải có kỹ năng tạo ra sự chú ý ở người nghe và duy trì, giữ gìn sự bền vững của nó trong suốt thời gian buổi nói chuyện.

4. Kỹ năng trả lời câu hỏi khi thực hiện đối thoại

Trong tuyên truyền miệng chúng ta không chỉ thực hiện các phương pháp độc thoại, mà còn thực hiện các phương pháp đối thoại như toạ đàm, trao đổi, thảo luận, hỏi - đáp. Trong các phương pháp đối thoại thì hỏi - đáp (người nghe hỏi và cán bộ, tuyên truyền trả lời) là phương pháp được sử dụng nhiều hơn cả. Do đó, việc trả lời các câu hỏi của người nghe là công việc bình thường của cán bộ tuyên truyền, nhất là trong điều kiện dân chủ hoá và tăng cường các phương pháp đối thoại với quần chúng. Cán bộ tuyên truyền cần thiết phải trả lời câu hỏi của quần chúng và tạo điều kiện, giành thời gian trong mỗi lần nói chuyện để họ được hỏi về những vấn đề mà họ quan tâm nhưng chưa được giải thích hoặc giải thích chưa rõ.

Quá trình trả lời câu hỏi của người nghe cần chú ý một số đặc điểm sau:

- Quan hệ giao tiếp thay đổi từ độc thoại (nói một mình) sang đối thoại (trao đổi giữa hai hay nhiều người với nhau), hơn nữa, người tuyên truyền đang đối thoại không phải với một người mà là đại diện của cả tập thể người nghe, do đó phải tuyệt đối tôn trọng và chú ý lắng nghe ý kiến của người hỏi.

- Có nhiều câu hỏi khó, bất ngờ nhưng yêu cầu phải trả lời ngay. Nếu trả lời đúng, chính xác, đáp ứng nhu cầu của công chúng thì rất tốt, uy tín của cán bộ tuyên truyền được đề cao; nhưng ngược lại, nếu trả lời sai, nhất là sai kiến thức cơ bản, phổ thông thì rất nguy hại. Vì vậy, nên thận trọng khi trả lời. Nếu cần, có thể đề nghị người hỏi nhắc lại câu hỏi để có thêm thời gian chuẩn bị phương án trả lời trong đầu.

- Khi trả lời, không chỉ riêng người hỏi nghe mà tất cả mọi người cùng nghe. Do đó, trả lời cũng có yêu cầu cao về nội dung, về cách lập luận, về kỹ năng và phong cách sử dụng ngôn ngữ...

Các kỹ năng cần thiết khi trả lời câu hỏi:

- Trả lời rõ ràng, đúng, trúng yêu cầu của câu hỏi.

- Lập luận có cơ sở khoa học, có căn cứ xác đáng, trên cơ sở các quy luật lôgic và phương pháp chứng minh, lời nói nhã nhặn, khiêm tốn, phù hợp với vị trí của mình trong quan hệ giao tiếp.

- Có thể đặt tiếp những câu hỏi gợi ý để người nghe tự trả lời câu hỏi của mình thông qua việc trả lời câu hỏi gợi ý của cán bộ tuyên truyền.

- Có thể trả lời ngay hoặc hẹn vào một thời điểm khác (cuối giờ, cuối buổi, hoặc sang ngày khác nếu còn tiếp tục nói chuyện) để có thêm thời gian chuẩn bị trả lời. Nếu xét thấy khó trả lời thì tìm cách nói để người hỏi thoải mái, thông cảm. Không nên trả lời những vấn đề mà thấy mình chưa nắm vững.

- Nếu người nghe đưa ra nhiều câu hỏi quá thì có thể tìm cách hạn chế bớt phạm vi vấn đề của các câu hỏi.

Đối với ít số người (có người nước ngoài) có thái độ châm chọc, đặt những câu hỏi thiếu tế nhị, vu cáo, thăm dò... thì tùy trường hợp mà chọn cách trả lời thích hợp.

Nếu do họ thiếu hiểu biết về vấn đề của chúng ta thì cần trả lời, giải thích về vấn đề đó, tuyên truyền để họ hiểu về chúng ta hơn.

Nếu họ hỏi với thái độ châm chọc, khiêu khích, thiếu tế nhị... thì cần lập luận để bác bỏ, đồng thời tiếp tục giải thích để họ và mọi người hiểu đúng về vấn đề. Dù thế nào thì trên diễn đàn phải giữ thái độ điềm tĩnh, có văn hoá, tuyệt đối tránh bị kích động. Thái độ bình tĩnh, lịch sự, tôn trọng tập thể sẽ được sự ủng hộ, đồng tình của số đông trong hội trường.

- Đối với những câu hỏi liên quan đến các lợi ích quốc gia, nếu không có trách nhiệm trả lời thì có thể từ chối hoặc chỉ dẫn người hỏi tìm gặp những người có trách nhiệm để nhận sự trả lời, không tự ý trả lời tùy tiện những vấn đề này.

Trả lời câu hỏi trong đối thoại trực tiếp là việc khó, nhưng có hiệu quả cao. Do đó, người cán bộ, tuyên truyền phải thường xuyên tích lũy kinh nghiệm, rèn luyện kỹ năng, vươn tới sự hiểu biết đa ngành, sâu sắc về văn hóa chung, có trình độ cao về văn hoá đối thoại.

Trên đây là những kỹ năng cơ bản nhất trong công tác tuyên truyền miệng. Ngoài những kỹ năng này, trong công tác tuyên truyền miệng còn có các kỹ năng khác, như kỹ năng nắm bắt nhanh chóng đặc điểm đối tượng, kỹ năng làm chủ lời nói trong phát biểu, các kỹ năng bắt đầu và kết thúc bài nói chuyện, kỹ năng nắm bắt thông tin phản hồi, kỹ năng thảo luận, tranh luận...

Trong công tác tư tưởng, mỗi lĩnh vực hoạt động, mỗi chức trách, nhiệm vụ đều có một trình độ kỹ năng tương ứng. Kỹ năng tuyên truyền miệng là một trong số nhiều kỹ năng của người cán bộ tư tưởng.

Kỹ năng tuyên truyền miệng cùng với kiến thức và kỹ xảo là ba yếu tố hình thành sự thành thạo về chuyên môn nghiệp vụ của cán bộ tuyên truyền. Kiến thức, kỹ năng, kỹ xảo tuyên truyền miệng có quan hệ với nhau. Nắm vững nội dung kiến thức là tiền đề, điều kiện để hình thành kỹ năng, kỹ xảo. Kỹ năng, kỹ xảo phát triển đến trình độ cao sẽ góp phần củng cố kiến thức, đặt ra yêu cầu nâng cao kiến thức. Thiếu một trong ba yếu tố nói trên hoặc thiếu sự kết hợp giữa chúng trong rèn luyện thì không thể đạt tới sự tinh thông về nghiệp vụ tuyên truyền miệng.