

Những vấn đề đặt ra trong nghiên cứu tư tưởng Hồ Chí Minh nhằm phát triển báo chí, truyền thông Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 09/11/2026 | Ngày phản biện: 12/11/2026 | Ngày xuất bản: 06/03/2026

Tác giả: Lê Thị Thúy Bình (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Hồ Chí Minh là một nhà tư tưởng đã nêu ra nhiều quan điểm thiết thực chỉ đạo sự phát triển của lĩnh vực báo chí, tuyên truyền; đồng thời Người cũng là một nhà báo thực thụ với nhiều trải nghiệm làm báo vô giá mà không phải nhà báo nào cũng được trải qua. Với sự am tường sâu sắc cả về lý luận và thực tiễn đó, Hồ Chí Minh đã để lại di sản trong lĩnh vực báo chí tương đối đồ sộ. Nghiên cứu, vận dụng di sản đó nhằm phát triển nền báo chí - truyền thông hiện đại, nhân văn, cách mạng trong giai đoạn mới là đòi hỏi tất yếu. Tuy nhiên, trong thực tiễn nghiên cứu, vận dụng lại đặt ra một số vấn đề, đòi hỏi chúng ta phải nhận thức thấu đáo để từ đó tìm ra những giải pháp khả thi và hữu dụng.

1. Đặt vấn đề

Bản thân Hồ Chí Minh là một nhà báo cách mạng, một cây bút xuất sắc, người khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam. Với hơn nửa thế kỷ làm báo và hàng trăm bút danh, sự nghiệp báo chí của Người là bài học vô giá, chứa đựng nhiều chỉ dẫn quý báu cho những người làm báo nói riêng và nền báo chí cách mạng Việt Nam nói chung. Vận dụng tư tưởng báo chí Hồ Chí Minh vào phát triển báo chí - truyền thông Việt Nam hiện nay là điều rất cần thiết. Việc nghiên cứu vấn đề này trong thời gian qua đã đạt được khá nhiều thành tựu, góp phần quan trọng vào việc hệ thống hóa tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, lấy đó làm cơ sở nền tảng, định hướng xây dựng đạo đức nghề báo và sự phát triển nền báo chí - truyền thông Việt Nam hiện đại, tiên tiến, chuyên nghiệp trong thời đại mới. Tuy nhiên, có một số vấn đề đặt ra trong nghiên cứu, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí - truyền thông. Việc nhận thức thấu đáo các vấn đề này là cơ sở quan trọng đối với các nhà nghiên cứu để nâng

cao chất lượng vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí - truyền thông thời gian tới, nhất là khi đất nước chuẩn bị tâm thế bước vào kỷ nguyên vươn mình.

2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp cụ thể: phương pháp nghiên cứu tài liệu, phương pháp lịch sử - logic,...

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: được sử dụng để thu thập, phân tích và tổng hợp các bài nói, bài viết, hoạt động thực tiễn chỉ đạo lĩnh vực báo chí, tuyên truyền của Chủ tịch Hồ Chí Minh; phân tích, tổng hợp các công trình nghiên cứu (sách, đề tài, bài báo khoa học...) về chủ đề tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, tuyên truyền và thực trạng phát triển báo chí, truyền thông Việt Nam hiện nay.

Phương pháp lịch sử: được sử dụng để nghiên cứu, tái hiện quá trình làm báo của Hồ Chí Minh từ khi còn ở nước ngoài đến khi về Việt Nam, trở thành Chủ tịch nước, trực tiếp lãnh đạo nền báo chí cách mạng Việt Nam.

Phương pháp logic: được sử dụng để tìm ra bản chất, quy luật, đặc điểm trong sự nghiệp và phong cách làm báo của Hồ Chí Minh; rút ra đặc điểm và những tồn tại trong thực trạng nghiên cứu, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí, truyền thông hiện nay.

- Đối tượng, phạm vi nghiên cứu: tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, tuyên truyền; thực trạng phát triển báo chí, truyền thông hiện nay

3. Kết quả và thảo luận

Vốn là người có tư duy biện chứng nên những tư tưởng về báo chí cách mạng của Hồ Chí Minh là rất phong phú và toàn diện. Tháng 6/1949, trong thư gửi lớp học viết báo Huỳnh Thúc Kháng, Người đã nêu ra những định hướng khái quát như sau:

“1. Nhiệm vụ của tờ báo là tuyên truyền, cổ động, huấn luyện, giáo dục, và tổ chức dân chúng, để đưa dân chúng đến mục đích chung. 2. Mục đích là kháng chiến và kiến quốc. Để đi đến kháng chiến thắng lợi, kiến quốc thành công. 3. Tôn chỉ của tờ báo là đoàn kết toàn dân, thi đua ái quốc. 4. Đối tượng của tờ báo là đại đa số dân

chúng... 5. Nội dung tức là các bài báo phải giản đơn, dễ hiểu, phổ thông, thiết thực, hoạt bát. 6. Hình thức tức là cách sắp đặt các bài, cách in phải sạch sẽ, sáng sủa” (Hồ Chí Minh, 2011, t.6).

Ngoài ra, Người còn chỉ rõ tính chất của báo chí cách mạng là tính Đảng, tính nhân dân, tính chiến đấu và tính trung thực; đồng thời nhấn mạnh vai trò và yêu cầu đối với đội ngũ những người làm báo - những “chiến sĩ văn hoá” với vũ khí sắc bén là cây bút và trang giấy. Điều đặc biệt là tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí còn chứa đựng cả trong đó phương pháp, phong cách làm báo đặc sắc của Người. Hệ thống quan điểm đó đã trở thành nền tảng tư tưởng, kim chỉ nam cho nền báo chí cách mạng Việt Nam ngay từ mới ra đời.

Kế thừa và vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh, trong công cuộc đổi mới và hội nhập quốc tế, cùng với sự phát triển vượt bậc về số lượng các cơ quan báo chí, số lượng nhà báo, báo chí cách mạng Việt Nam tiếp tục giữ vững vai trò là vũ khí sắc bén trên mặt trận tư tưởng, văn hoá, làm cho nhân dân trong và ngoài nước hiểu rõ quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, thành tựu của công cuộc đổi mới, đấu tranh phản bác những thông tin sai trái, xuyên tạc, thù địch, chống phá chế độ, tăng cường khối đại đoàn kết toàn dân tộc, thu hút sự ủng hộ, giúp đỡ của thế giới, tạo lập môi trường hoà bình, ổn định để phát triển. Tuy nhiên, trước những mục tiêu phát triển rất cao cùng sự kì vọng rất lớn của toàn Đảng, toàn quân, toàn dân trong “kỷ nguyên vươn mình”, báo chí, truyền thông cũng phải chuyển mình để thích ứng kịp, và thực tế nghiên cứu, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh vào phát triển báo chí, truyền thông cũng đặt ra một số vấn đề hoặc những lưu ý. Có thể khái quát thành năm vấn đề sau:

Thứ nhất, cần tìm ra tiếng nói chung giữa nhà Hồ Chí Minh học và nhà nghiên cứu báo chí, thậm chí là sự am hiểu cả hai lĩnh vực này trong cùng một chủ thể

Nghiên cứu sự vận dụng và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí - truyền thông Việt Nam hiện nay đòi hỏi phải nắm vững cả hai vấn đề: tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí và thực trạng phát triển báo chí - truyền thông Việt Nam hiện nay. Đây đều là hai vấn đề lớn, phạm vi nghiên cứu rộng. Để có đường link, có sự liên kết giữa hai nội dung này bắt buộc các nhà nghiên cứu phải nắm lòng cả hai nội dung, và phải khảo sát, đánh giá thực trạng báo chí - truyền thông hiện nay, đề xuất giải pháp trên

cơ sở lắng kính, lát cắt của phần lý luận (là nội dung tư tưởng Hồ Chí Minh). Tuy nhiên, thực tế cho thấy, nhà nghiên cứu Hồ Chí Minh học thì không quá am hiểu về báo chí, ngược lại, nhà nghiên cứu báo chí thì chưa thực sự đọc và nghiên cứu tường tận về Hồ Chí Minh. Đây là điều dễ hiểu, bởi dành công sức, tâm huyết cả đời để nghiên cứu và tường tận một lĩnh vực đã là điều vô cùng đáng trân trọng rồi - "quý hồ tinh, bất quý hồ đa". Tất nhiên, đó phải là sự nghiên cứu một cách nghiêm cẩn, sự am hiểu một cách sâu sắc, đạt tới tầm chuyên gia.

Để giải quyết vấn đề này, các chuyên gia (thậm chí phải là các chuyên gia đầu ngành) trong hai lĩnh vực này cần thảo luận, trao đổi với nhau trên tinh thần cởi mở, dân chủ, khách quan để từ các quan điểm của Hồ Chí Minh soi chiếu vào thực tiễn phát triển nền báo chí - truyền thông hiện nay. Đồng thời, hệ thống giải pháp được đề xuất cũng phải trên cơ sở kế thừa, vận dụng, phát triển sáng tạo các giải pháp Hồ Chí Minh đã từng áp dụng hoặc chỉ đạo thực hiện.

Thứ hai, trong các nhà nghiên cứu rất ít người đọc trực tiếp các trước tác của Hồ Chí Minh nói chung và về báo chí, xuất bản, tuyên truyền nói riêng mà thường dựa vào các công trình nghiên cứu đã có của các học giả đi trước nên sản phẩm nghiên cứu thường ít tính mới và chưa thực sự sâu sắc

Đây là vấn đề hết sức nan giải. Một bộ sách tập hợp toàn bộ các công trình, bài nói, bài viết của Chủ tịch Hồ Chí Minh công phu nhất tính đến thời điểm hiện nay là bộ Hồ Chí Minh Toàn tập, gồm 15 tập, xuất bản năm 2011 của Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật. Toàn bộ những bài báo của Hồ Chí Minh, từ bài báo đầu tiên năm 1919 đến những trang viết cuối cùng năm 1969, những chỉ đạo của Người tại các Đại hội Hội nhà báo Việt Nam, các lớp học viết báo Huỳnh Thúc Kháng, trả lời phỏng vấn các nhà báo Việt Nam và quốc tế... đều được tập hợp đầy đủ, chi tiết trong đó. Chưa kể trong nhiều bài nói, bài viết của Người mặc dù tên gọi thì không liên quan gì đến báo chí, xuất bản, tuyên truyền nhưng lại nảy ra một ý, một câu nào đó rất hay, rất đắt. Ngoài ra còn bộ Hồ Chí Minh Biên niên tiểu sử gồm 10 tập do Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật xuất bản năm 2016. Đây là một công trình lịch sử được trình bày dưới dạng biên niên, là một cuốn sử với đầy đủ các yếu tố niên đại, nhân vật, sự kiện, hoàn cảnh... được ghi chép lại theo trình tự thời gian diễn ra các sự việc, lời nói, bài viết, hành động, sinh hoạt, giao tiếp... của Hồ Chí Minh đối với thời đại, đất nước, dân

tộc, giai cấp, gia đình, họ hàng, bạn hữu, kẻ thù... Hai bộ sách này đều có dạng CD-ROM, rất tiện lợi cho việc tra cứu. Đọc toàn bộ bộ sách sẽ đem đến cho người đọc cái nhìn toàn diện nhất, khách quan nhất về tư tưởng Hồ Chí Minh nói chung, tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí nói riêng, không chịu sự chi phối bởi công trình nghiên cứu hay tư tưởng của những nhà nghiên cứu trước đó. Để làm được điều này đòi hỏi một sự công phu, nghiêm túc và tinh thần trách nhiệm cao của nhà nghiên cứu. Nhưng để đọc chi tiết, trọn vẹn, toàn bộ hai bộ sách thì có lẽ là con số rất khiêm tốn. Xu thế phổ biến hiện nay là tìm đọc các tác phẩm riêng lẻ, bàn trực tiếp về vấn đề đó của Hồ Chí Minh hoặc đọc các cuốn sách chuyên khảo, tham khảo của các nhà nghiên cứu.

Thứ ba, địa hạt nghiên cứu về thực tiễn làm báo của Hồ Chí Minh còn khoảng trống rất lớn

Không chỉ nêu ra tư tưởng về báo chí, bản thân Hồ Chí Minh cũng là một nhà báo với văn phong báo chí và phong cách làm báo rất đặc trưng, độc đáo. Do vậy, người nghiên cứu không chỉ cần tìm đọc các bài nói, bài viết mà còn phải hiểu biết cả thực tiễn làm báo của Người, từ khi còn ở nước ngoài, đến lúc trở thành Chủ tịch nước, chỉ đạo trực tiếp sự phát triển của nền báo chí cách mạng Việt Nam. Thực tiễn và phong cách làm báo đó có nhiều điểm đặc biệt:

Một là, người học viết báo không qua đào tạo trường lớp bài bản mà chủ yếu bằng con đường tự học và thông qua thực tiễn hoạt động cách mạng; do đó, địa bàn hoạt động báo chí của Hồ Chí Minh không chỉ ở trong nước mà còn ở nước ngoài, thậm chí là người viết báo ở nước ngoài, trước tiên là nước Pháp, trước khi về Việt Nam.

Hai là, Người coi báo chí là công cụ để tuyên truyền, hoạt động cách mạng chứ không lấy việc trở thành nhà báo là mục đích cuối cùng. Mặc dù là người khai sinh ra nền báo chí cách mạng Việt Nam nhưng Hồ Chí Minh chỉ khiêm tốn coi mình là "người có nhiều duyên nợ với báo chí" (Hồ Chí Minh, 2011, t.12), tuyệt nhiên chưa bao giờ nhận mình là một nhà báo;

Ba là, Người tham gia vào mọi quá trình cho ra đời một tờ báo (từ thu thập thông tin, xử lý thông tin, viết bài, biên tập, thậm chí Người còn kiêm cả bán báo, giữ quỹ tờ báo, vẽ tranh ký họa), Người làm tất cả các công việc báo chí (từ phóng viên, biên tập viên, chủ bút, quản trị đến phát hành báo), chứ không chỉ chuyên trách một phần việc trong

đó;

Bốn là, Người làm báo trong hoàn cảnh hết sức khó khăn về tài chính, hạn chế về cơ sở vật chất, ở nước ngoài thì thường xuyên bị mật thám theo dõi, tìm cách phá hoại, về trong nước thì phải hoạt động bí mật, kẻ địch truy bắt gắt gao. Không có một tấm lòng yêu nước thương dân sâu sắc, một nghị lực phi thường, chắc chắn Người không thể vượt qua những trở ngại trăm bề đó.

Năm là, đặc trưng nổi bật trong phong cách làm báo Hồ Chí Minh là phong cách thực tiễn, thiết thực. Mỗi bài nói, bài viết của nhà báo Hồ Chí Minh đều bắt nguồn từ thực tế cuộc sống với những con số, sự kiện đã được xem xét, kiểm tra, chọn lọc. Người thường dùng những tư liệu "sống" trong các chuyến đi thực tế để viết báo: biểu dương những điều tốt, nêu các vấn đề còn tồn tại, chỉ ra cách giải quyết...; đồng thời luôn nhắc nhở cán bộ, phóng viên phải bám sát thực tiễn cuộc sống để phản ánh đúng thực tiễn, phải "đi tận nơi, xem tận chỗ" (Hồ Chí Minh, 2011, t.5), "cứ ngồi trong phòng giấy mà viết thì không thể viết thiết thực" (Hồ Chí Minh, 2011, t.6).

Sáu là, để có thông tin, tư liệu, nhà báo Hồ Chí Minh đọc rất nhiều, đọc ở mọi nơi, trong mọi hoàn cảnh, đọc rất nhiều thể loại: từ các báo trung ương, địa phương, các báo ngành và đoàn thể cho đến các bản tin và báo nước ngoài. Đặc biệt, nhờ lợi thế giỏi ngoại ngữ, Người có thể đọc được nhiều loại báo bằng nhiều thứ tiếng khác nhau. Cách đọc báo của Người cũng rất khoa học và hiệu quả: Khi phát hiện vấn đề cần chú ý, cần ghi nhớ số liệu hay thông tin cần xử lý, Người dừng tay ghi chép hoặc đánh dấu ngay trên tờ báo bằng ký hiệu riêng để không mất thời gian đọc lại. Khi cần ghi chép để lưu trữ lâu hơn, Người ghi tóm tắt thông tin vào một cuốn sổ nhỏ, hoặc cho cắt dán để làm tư liệu. Nhờ vậy, Người nắm bắt thông tin hàng ngày rất kịp thời cả trong nước và quốc tế, ở các địa phương và ở mọi ngành, lĩnh vực, từ đó, có những chỉ đạo kịp thời và phù hợp với thực tiễn cả trong đối nội và đối ngoại.

Nhờ những đặc điểm trên trong hoạt động báo chí mà Hồ Chí Minh có vốn sống, vốn thực tiễn, vốn tư liệu viết báo vô cùng phong phú. Hiện nay, các công trình nghiên cứu tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, xuất bản, tuyên truyền thì khá nhiều nhưng mảng nghiên cứu thực tiễn làm báo của Người vẫn còn rất ít ỏi, đặc biệt là quãng thời gian Người làm báo ở nước ngoài (Pháp, Trung Quốc, Thái Lan) - đây vẫn còn là một

khoảng trống lớn cần phải đầu tư nghiên cứu.

Thứ tư, trong nghiên cứu, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, tuyên truyền hiện nay cần phải đảm bảo tính khách quan, chân thực, tránh hiện đại hóa tư tưởng Hồ Chí Minh

Để có thể vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh vào phát triển báo chí – truyền thông trong giai đoạn hiện nay cần phải hiểu và phân biệt rõ hai khái niệm “tuyên truyền” và “truyền thông”, tránh hiện đại hóa tư tưởng Hồ Chí Minh bằng cách sử dụng thuật ngữ “tư tưởng Hồ Chí Minh về truyền thông”. Cần lưu ý, tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí là báo chí cách mạng, và Người có đề cập đến vai trò tuyên truyền của báo chí, chứ Người chưa sử dụng thuật ngữ “truyền thông”. Tuyên truyền và truyền thông có nhiều điểm giống nhưng cũng có nhiều điểm khác.

Hồ Chí Minh từng định nghĩa: “Tuyên truyền là đem một việc gì nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm” (Hồ Chí Minh, 2011, t.5). Ở Việt Nam, công tác tuyên truyền là một bộ phận trong công tác tư tưởng của Đảng. Đó là hoạt động lãnh đạo, chỉ đạo và thực thi việc truyền bá chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước để xây dựng niềm tin, cổ vũ hành động tích cực, tự giác của cán bộ, đảng viên và nhân dân trong quá trình xây dựng, bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa. Nếu tuyên truyền là làm cho dân hiểu, tin và làm theo đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, thì truyền thông lại huy động sự tham gia của người dân vào quá trình soạn thảo, ban hành và thực thi đường lối, chính sách đó, thực hiện mục tiêu dân chủ hóa đời sống chính trị của đất nước và tạo sự đồng thuận xã hội. Phương pháp cơ bản của tuyên truyền là giải thích, thuyết phục, nêu gương... Phương pháp cơ bản của truyền thông là lắng nghe, chia sẻ, đối thoại, phát huy vai trò chủ thể của người dân.

Truyền thông giống tuyên truyền ở chỗ đều là hoạt động truyền bá thông tin, tri thức chính trị và giữa chúng có mối quan hệ biện chứng, đan xen, chuyển hóa lẫn nhau. Điểm khác biệt cơ bản giữa tuyên truyền và truyền thông, đặc biệt là truyền thông chính sách là ở chỗ, tuyên truyền là việc truyền bá những chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước đã ban hành, trong khi đó, truyền thông chính sách được thực hiện từ khi chính sách chưa ra đời.

Nói cách khác, tuyên truyền là hoạt động truyền tải thông tin một chiều từ trên xuống dưới, là đem các nội dung có sẵn (hệ tư tưởng, cương lĩnh, nghị quyết, chỉ thị, pháp luật, chính sách) của Đảng và Nhà nước phổ biến rộng rãi đến quần chúng làm cho họ hiểu, tin và sẵn sàng hành động hiện thực hóa các nội dung đó; còn truyền thông là cả hai chiều, nhất là nhấn mạnh chiều từ dưới lên trên, bởi đó là quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin giữa các cơ quan truyền thông nhà nước với đông đảo quần chúng trong chu trình chính sách, bao gồm: nhận diện vấn đề chính sách, hoạch định chính sách, thực thi chính sách và đánh giá chính sách nhằm thúc đẩy sự phát triển và đồng thuận xã hội.

Chúng ta phải rất tường minh trong việc nghiên cứu vấn đề này, vì rất có thể đây sẽ là cái cớ để các thế lực thù địch, phản động đẩy mạnh hoạt động chống phá nền tảng tư tưởng của Đảng với luận điệu cho rằng: Hồ Chí Minh chỉ sử dụng báo chí nhằm mục đích tuyên truyền, áp đặt đường lối, chính sách vào nhân dân; hay các quan điểm coi nhẹ, kỳ thị, bôi nhọ công tác tuyên truyền của Đảng.

Hồ Chí Minh chưa dùng thuật ngữ “truyền thông” không có nghĩa là Người chưa thấy được tầm quan trọng của việc huy động sự tham gia của nhân dân vào quá trình chính sách của Đảng và Nhà nước. Vì Hồ Chí Minh là nhà lãnh đạo thể hiện đậm nét dấu ấn dân chủ, luôn coi nhân dân là chủ thể cao nhất, là mục tiêu phát triển của xã hội, luôn tôn trọng và lắng nghe ý kiến của nhân dân, coi phục vụ nhân dân là lợi ích tối cao. Người đã nhiều lần nêu ra hoặc nhắc lại những luận điểm có tính chất chân lý: “Dễ mười lần không dân cũng chịu/ Khó trăm lần dân liệu cũng xong” (Hồ Chí Minh, 2011, t.15), “Gốc có vững, cây mới bền,/ Xây lâu thắng lợi trên nền nhân dân” (Hồ Chí Minh, 2011, t.5).

Và thực tế cho thấy, mặc dù Hồ Chí Minh chưa sử dụng thuật ngữ “truyền thông” nhưng trong tư tưởng, đặc biệt là hành động thực tiễn của Người thể hiện rõ sự trân trọng, phát huy quyền làm chủ của nhân dân: từ giải quyết những vấn đề thường nhật như cơm ăn, áo mặc đến phát huy dân chủ, nâng cao dân trí, xây dựng đời sống mới, khuyến khích nhân dân tham gia xây dựng chính quyền... Trên cương vị của một người lãnh đạo, Người rất trân trọng và thường xuyên thu thập ý kiến của cấp dưới, lấy đó làm thước đo đánh giá tính hợp lý, hiệu quả của các quan điểm cá nhân do nhà lãnh đạo nêu ra. Điều đó chứng tỏ, hoạt động của báo chí cách mạng trong quan điểm

của Hồ Chí Minh không phải mang tính áp đặt, một chiều, mà xét cho đến cùng là để thực hiện thắng lợi các mục tiêu cách mạng, mà mục tiêu cao nhất là độc lập, tự do và hạnh phúc cho nhân dân.

Thứ năm, nghiên cứu, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí, truyền thông hiện nay cần phải đảm bảo tính phù hợp với từng địa phương, từng đối tượng khác nhau

Bản thân Hồ Chí Minh khi bàn về đối tượng phản ánh và phục vụ của báo chí, ngoài tính nhân dân, tính đại chúng, Người cũng chú trọng đến tính đặc thù của từng tờ báo để đạt hiệu quả tối đa trong việc tuyên truyền, bởi viết cho trí thức phải khác viết cho công nông, viết cho người lớn phải khác viết cho thiếu niên nhi đồng, viết cho người ở trong nước phải khác viết cho kiều bào, viết cho đảng viên phải khác người ngoài Đảng, viết cho đồng bào miền núi phải khác miền xuôi...

Năm 1922, chứng kiến cuộc sống khốn cùng của người dân nô lệ ở các nước thuộc địa cũng như tình cảnh bị bóc lột dã man của giai cấp vô sản ở các nước tư bản và thấy được sự cần thiết phải liên kết hai lực lượng này lại, Người tham gia sáng lập báo Người cùng khổ (Le Paria) tại Paris, cơ quan ngôn luận của Hội liên hiệp các dân tộc thuộc địa – là tờ báo đấu tranh cho những người cùng khổ khắp năm châu, “dẫn dắt mọi người bị bóc lột thuộc mọi màu da đoàn kết lại dưới lá cờ đỏ búa liềm để trong một phong trào cách mạng quốc tế rộng lớn quét sạch mọi kẻ bóc lột” (Hồ Chí Minh, 2011, t.1). Năm 1924, sau khi sang Liên Xô dự Đại hội lần thứ nhất của Quốc tế nông dân và được bầu vào Hội đồng quốc tế nông dân, Người tham gia thành lập báo Quốc tế nông dân, hướng tới đối tượng là giai cấp nông dân trên toàn thế giới. Đây là giai cấp giữ vai trò bạn đồng minh tự nhiên của giai cấp công nhân, và ở những nước nông nghiệp như Việt Nam thì là giai cấp chiếm đại đa số trong dân chúng. Tiếp đến năm 1925, tờ Thanh niên ra đời, chủ trương hướng về tương lai thế hệ trẻ của nước Việt Nam còn đang sống trong vòng nô lệ. Việc tờ báo cách mạng đầu tiên ra đời được mang tên Thanh niên đã chứng minh cho niềm tin và sự kỳ vọng lớn lao Người đặt vào thế hệ trẻ – lực lượng nòng cốt có thể đưa cách mạng Việt Nam tới thành công, xóa bỏ gông xiềng áp bức, bóc lột của thực dân Pháp.

Sau đó, tháng 12/1926, Người sáng lập báo Công nông, hướng tới đối tượng là hai giai cấp giữ vai trò là "chủ", là "gốc", là động lực của cách mạng Việt Nam. Trong mọi giai đoạn, từ cách mạng giải phóng dân tộc đến cách mạng xã hội chủ nghĩa sau này, Hồ Chí Minh luôn đánh giá rất cao vai trò của hai giai cấp này. Trong suốt hành trình làm báo, việc Hồ Chí Minh lựa chọn tên gọi các tờ báo thể hiện rõ mục tiêu và đối tượng phục vụ của tờ báo: Báo Lính khách mệnh (tiền thân của báo Quân đội nhân dân ngày nay) ra đời tháng 2/1927 là dành cho đội ngũ chiến sĩ cách mạng; báo Thân Ái hướng tới đối tượng người Việt Nam đang sinh sống và làm việc ở Thái Lan (được đổi tên từ báo Đồng Thanh, khi Người sang Thái Lan năm 1928); tạp chí Đỏ, ra đời năm 1930, gắn với sự kiện Đảng Cộng sản Việt Nam ra đời, hướng tới đối tượng là đội ngũ cán bộ, đảng viên. Đầu năm 1941, sau khi về nước trực tiếp lãnh đạo cách mạng, Người chỉ đạo thành lập Mặt trận Việt Minh và sáng lập báo Việt Nam độc lập ở căn cứ địa Việt Bắc. Sau cách mạng Tháng Tám, báo Việt Nam độc lập trở thành tiếng nói của Đảng bộ Việt Minh Cao Bằng, rồi thành tiếng nói cơ quan Việt Minh Liên Việt Cao - Bắc - Lạng. Đến năm 1956, tờ báo trở thành tiếng nói của Đảng Lao động Việt Nam khu tự trị Việt Bắc. Có thể thấy, gắn với những thời điểm khác nhau, yêu cầu cách mạng khác nhau, đối tượng khác nhau, Hồ Chí Minh luôn linh hoạt trong việc sáng lập các tờ báo với những tên gọi, nội dung và phương pháp tuyên truyền phù hợp.

Vì vậy, trong thực tiễn vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh vào phát triển báo chí – truyền thông hiện nay, muốn đạt hiệu quả tối đa, phải tính đến tính đặc thù của từng đối tượng, từng địa phương với những đặc điểm riêng biệt về điều kiện tự nhiên, trình độ phát triển kinh tế – xã hội, trình độ dân trí, chủ trương, chính sách của chính quyền địa phương về phát triển báo chí, xuất bản, truyền thông... Không thể áp dụng máy móc sự vận dụng hay kinh nghiệm của địa phương, đối tượng này vào địa phương, đối tượng khác. Để làm được điều này đòi hỏi chủ thể nghiên cứu, vận dụng phải hết sức sáng tạo, linh hoạt và luôn bám sát vào điều kiện thực tiễn.

4. Kết luận

Những di sản quý báu của Hồ Chí Minh có ý nghĩa đặc biệt quan trọng với sự nghiệp phát triển nền báo chí – truyền thông tiên tiến, khoa học hiện nay. Việc đẩy mạnh nghiên cứu, vận dụng tư tưởng đó góp phần khẳng định giá trị nền tảng tư tưởng và sức sống lâu bền của tư tưởng Hồ Chí Minh trong thực tiễn đổi mới và hội nhập của

đất nước. Có nhiều vấn đề đặt ra trong việc nghiên cứu tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí - truyền thông Việt Nam thời kỳ đổi mới và việc nhận diện các vấn đề này là cơ sở quan trọng để chúng ta tìm ra giải pháp nâng cao hiệu quả vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong phát triển báo chí - truyền thông. Nhìn chung, mỗi vấn đề đều có những giải pháp riêng, nhưng có một giải pháp bao trùm lên tất cả là phải nghiêm túc, cẩn thận, trung thực trong quá trình nghiên cứu để hiểu được chiều sâu, giá trị cốt lõi trong tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí cách mạng; từ đó mới rút ra được ý nghĩa hiện thời và vận dụng một cách hiệu quả./.

Tài liệu tham khảo

1. Hồ Chí Minh. (2011). Toàn tập, tập 1, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.496.
2. Hồ Chí Minh. (2011). Toàn tập, tập 5, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.191, 502.
3. Hồ Chí Minh. (2011). Toàn tập, tập 6, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.102, 103.
4. Hồ Chí Minh. (2011). Toàn tập, tập 12, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.164.
5. Hồ Chí Minh. (2011). Toàn tập, tập 15, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.280.