Nhưng gây ảnh hưởng

hay là truyền bá tư tưởng

hoàngxuânviệt

Sống
NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

Sống

THUẬT GÂY ẢNH HƯỞNG HAY LÀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Bản quyền © Hoàng Xuân Việt, 2019

Sách được xuất bản và phát hành theo hợp đồng hợp tác xuất bản độc quyền ký kết giữa gia đình tác giả và Công ty Cổ phần Văn hóa Truyền thông Sống.

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Văn hóa Truyền thông Sống.

Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: publication@iamsong.vn
Liên hệ ebooks, hợp tác xuất bản & truyền thông: hoptac@iamsong.vn
Liên hệ dịch vụ tư vấn, đại diện & giao dịch bản quyền: copyright@iamsong.vn

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam

Hoàng Xuân Việt

Thuật gây ảnh hưởng hay là truyền bá tư tưởng / Hoàng Xuân Việt. - Tái bản. - H. : Thanh niên ; Công ty Văn hoá Truyền thông Sống, 2019. - 204tr. ; 21cm. - (Tủ sách Học làm người)

Tên thật tác giả: Nguyễn Tùng Nhân

ISBN 9786049757662

1. Tuyên truyền 2. Truyền bá 3. Bí quyết thành công

303.375 - dc23

TNH0173p-GIP

phương tiện truyền bá tư tưởng gây ảnh hưởng

hay là truyền bá tư tưởng

hoàngxuânviệt

Sống
NHÀ XUẤT BẢN
THANH NIÊN

TRẠM ĐỌC
https://www.facebook.com/tramdocvn
website: http://tramdoc.vn/

Mục lục

Hoàng Xuân Việt - Người thầy đáng kính 7
Tựa 11

PHẦN I
ĐẶT VẤN ĐỀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG,
TUYÊN TRUYỀN

Truyền bá tư tưởng là gì? 20
Tại sao cần truyền bá tư tưởng? 28
Tuyên truyền cái gì? 36
Tuyên truyền cho ai? 48
Tuyên truyền cách nào? 58

PHẦN II
TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG
HAY LÀ TUYÊN TRUYỀN BẰNG CÁCH NÀO?

Sử dụng ba tấc lưỡi 83
Ma lực của báo 118
Thế lực của sách 140

Giáo dục, nghệ thuật và đoàn thể..... 158
Màn bạc - màn nhung - điện báo -
vô tuyến điện - điện thoại và vô tuyến truyền hình 170

Bạt 197
Sách tham khảo.....201
Tia sáng..... 203

Hoàng Xuân Việt – Người thầy đáng kính

Trong đời luôn có những mối nhân duyên không thể nào quên. Với tôi, được biết thầy Hoàng Xuân Việt là một duyên lành mà tôi vô cùng trân quý. Thầy là một trong những người có ảnh hưởng rất lớn để có tôi của ngày hôm nay.

Từ nhỏ tôi đã mơ ước trở thành một người dẫn chương trình nổi tiếng. Nhưng để đi đến thành công là một con đường dài, là cả quá trình không ngừng nỗ lực, kiên trì học tập, trau dồi cả về kiến thức lẫn kỹ năng.

Sau những năm tháng học tập tại Nga, năm 1985 tôi trở về Việt Nam với bầu nhiệt huyết căng tràn, háo hức bắt tay gây dựng sự nghiệp, thực hiện ước mơ thuở nhỏ. Và thật may mắn cho tôi khi vào thời điểm quan trọng nhất đó tôi đã gặp được thầy Hoàng Xuân Việt và tiếp thu những tri thức về kỹ năng giao tiếp, hùng biện, những bài học giá trị để "nên thân với đời". Tôi vẫn

còn nhớ như in, đó là năm 2002, tại một triển lãm ở Công viên Tao Đàn, lần đầu tiên tôi gặp thầy Việt, một người đàn ông tầm thước với vầng trán cao rộng, toát lên khí chất của một vị học giả uyên bác nhưng giản dị và gần gũi vô cùng. Kể từ đó, với tư cách là khách mời, tôi thường xuyên cùng thầy tham gia các chương trình, những buổi giảng dạy, giao lưu mà thầy tổ chức ở trường của thầy – Trường Hán Nôm Học làm người Nguyễn Trãi và nhiều nơi khác. Tuy đến với tư cách là khách mời, nhưng tôi vẫn thích được nhắc đến là một học trò của thầy hơn, bởi quả thực tôi cũng là một trong những học viên tiếp nhận say sưa các kiến thức mà thầy truyền dạy. Khi đã trở thành một nghệ sĩ, một MC được người hâm mộ Việt Nam công nhận, yêu mến, tôi vẫn luôn giữ liên lạc thường xuyên với thầy. Mỗi lúc rảnh rỗi, hay khi trong cuộc sống có điều gì khó gò tôi lại tìm đến gặp và trò chuyện cùng thầy. Thầy luôn đón tiếp vui vẻ, đầy trìu mến và đưa ra nhiều lời khuyên hữu ích, không ngừng truyền động lực sống tốt đẹp cho tôi. Giờ thầy đã đi xa, tôi không còn được lui đến gặp thầy nữa, nhưng tôi luôn giữ trong tim mình hình ảnh người thầy đáng kính. Mỗi năm đến dịp giỗ thầy, tôi và một số người bạn đều là học trò cũ của thầy lại đến tư gia cùng ôn lại những kỷ niệm về quãng thời gian được học tập với thầy.

Tôi kính trọng thầy Việt không chỉ vì thầy là một học giả uyên bác mà còn vì tấm lòng và tâm

huyết mong muốn truyền dạy lại những lề luật, cột trụ để thành người. Ngoài viết sách, thầy dành cả đời mình để mở các khóa dạy, truyền đạt kinh nghiệm sống, các quy chuẩn đạo đức, những cách thức ứng xử sao cho văn minh, lịch thiệp... Đáng quý lắm khi thầy xây dựng nên mô hình "trường học làm người" mở tại tư gia, dạy học viên không phân biệt đối tượng, độ tuổi. Thầy từng nói về việc "học nghề làm người" rằng: "Tất cả cho ta thấy rằng khai trí là một chuyện, đi tu là một chuyện, còn học nghề làm người quả thực là một chuyện khác. Theo các nhà tâm lý học "học nghề làm người" là khoa tâm lý áp dụng vào đời sống được điều khiển. Nó cũng gọi là khoa học của tinh thần vì tinh thần tượng trưng cho con người, là cái làm cho con người hành diện nhất trong các vật thụ tạo". Và học làm người chưa bao giờ là dễ dàng: "Chắc chắn kết quả không như trở bàn tay vì là tâm lý học ứng dụng chứ không phải "ma thuật" hay một thứ phép mầu nào. Tuy nhiên nỗ lực của bạn sẽ an ủi bạn sau một thời gian vì bạn thấy con người bạn thay đổi, tự tri hơn, thành công hơn, thấy yêu đời và tận tụy giúp đời hơn". Thời của chúng tôi, được học những kiến thức đó là điều quý giá lắm. Những bài học mà chúng tôi chưa được học trên ghế nhà trường chính thống, những bài học để chúng tôi hoàn thiện bản thân.

Các bài giảng cùng hàng trăm đầu sách dạy làm người của thầy, đều được truyền đạt súc tích, dễ hiểu, không hề khuôn sáo, sách vở hay nặng về lý thuyết. Nhắc đến **Tủ sách học làm người** của thầy Việt, tôi nhớ đến những cái tên quen thuộc như *Thất nhân tâm; Thuật hùng biện; Nên thân với đời; Rèn nhân cách; Đức tự chủ; Thinh lặng cũng là hùng biện; Tâm lý bạn trai; Tâm lý bạn gái...* Sách vở ngày nay vô cùng nhưng tôi dám cả quyết rằng những tác phẩm của thầy Việt vẫn nguyên giá trị giáo dục, giá trị thời sự và chắc chắn sẽ giúp khai trí cho người trẻ, để họ hoàn thiện bản thân, có tương lai vững chắc, xán lạn.

Khi biết Công ty Cổ phần Văn hóa Truyền thông Sống xuất bản lại một số đầu sách của thầy và liên hệ với tôi nhờ viết mấy dòng giới thiệu này, tôi rất vui mừng và cũng lấy làm hân hạnh.

Mong các bạn đọc thời nay đón nhận và tự học được nhiều bài học quý giá từ bộ sách!

— MC THANH BẠCH

Tựa

Lời đầu tiên tôi kính gửi đến bạn là xin bạn đừng hiểu danh từ "tuyên truyền" dùng trong sách này có một ý nghĩa với những mặc cảm xấu mà nhiều người hiện nay có về nó. Chẳng hạn người ta hiểu tuyên truyền... "là nói chính trị, là nặng óc thiên vị phe phái, là dứng hẳn trên một lập trường rồi mạt sát đối phương, là mù quáng bốc thơm mình, là bóp méo sự thật để dụ dỗ quần chúng, là nhồi sọ, là... đủ thứ". Xin bạn hiểu tuyên truyền bàn trong mấy trang sau đây, đơn sơ là truyền bá tư tưởng. Nó đồng nghĩa với mấy tiếng truyền thông, truyền tưởng.

Một điều tôi xin minh xác cùng bạn nữa là cuốn sách này không phải viết với mục đích chính trị, không phải được yêu cầu hay bị chỉ định viết để "tuyên truyền" hiểu theo nghĩa với các mặc cảm nói trên.

Vấn đề truyền bá tư tưởng ở đây tôi mời bạn mổ xẻ dưới góc cạnh tâm lý học và xã hội học vô tư, bình tĩnh để tìm hiểu:

Tuyên truyền là gì?
Tại sao tuyên truyền?
Tuyên truyền cái gì?
Tuyên truyền cho ai?
Tuyên truyền cách nào?

Riêng vấn đề tuyên truyền cách nào, bạn và tôi sẽ xét cái mà người ta gọi là kỹ thuật của tuyên truyền nó gồm các phương tiện truyền tưởng như diễn đàn, mít tinh, báo chí, sách vở, điện ảnh, sân khấu, vô tuyến truyền thanh – truyền hình...

Tại sao tôi đứng trên địa hạt nhân bản và xã hội để cùng bạn thảo luận vấn đề truyền bá tư tưởng? Dưới đây là một số lý do chính yếu:

– Tâm lý học cũng như kinh nghiệm cho ta biết tư tưởng của ta tự bản chất có xu hướng truyền sang kẻ khác. Không tư tưởng nào mà không đòi đi ra, đòi phổ biến. Đối tượng của trí tuệ là chân lý, một hình thức hoàn bị nhất của tư tưởng. Chân lý phải được truyền thông cho mọi người vì nó là món ăn tinh thần, là nguyên tắc sống của con người.

– Xã hội học cũng như kinh nghiệm cho ta thấy người là con vật xã hội. Các cá nhân lập thành cộng đồng vì bản chất cá nhân đòi buộc phải kết đoàn. Trong các hình thức cộng đồng có cộng đồng gia đình, quốc gia, quốc tế quan trọng nhất. Gạch nối và nguồn thông cảm vừa xã hội vừa tuyên truyền.

Hai nhận xét trên có tính cách tổng quát. Nếu nhìn tuyên truyền qua lăng kính cá nhân của bạn, bạn thấy nó tối cần cho bạn mà có lẽ lắm lúc bạn cũng như tôi, ta không dè. Bạn là một triết gia, một tư tưởng gia, nghĩa là bạn có những tư tưởng hay đẹp. muốn phổ biến bạn phải làm sao?

Bạn là một nhà cách mạng, một chính trị gia nhà nghề, một lãnh tụ đảng phái, một nguyên thủ quốc gia, chắc chắn là bạn có ý thức hệ, có chủ nghĩa, có đường lối cứu quốc, hưng dân của bạn và bạn phải thông phát chính sách của bạn ra cho nhân dân chú?

Bạn là một nhà lập giáo, một nhà truyền giáo, bạn có tính quảng bá đạo giáo của mình cho quần chúng không? Bằng cách nào?

Bạn là một thi sĩ, một nhà văn, bạn làm sao cho thiên hạ thưởng thức ý hay lời đẹp của bạn.

Bạn là một nhân viên cao cấp, trong tôn giáo bạn chỉ huy ngành truyền giáo, trong chính trị, quân sự, bạn điều khiển ngành tâm lý chiến, trong văn hóa bạn đảm trách phổ biến nền quốc học, bạn tổ chức các cơ quan tuyên truyền của bạn bằng cách nào? Ngày xưa người ta nói: "Hữu xạ tự nhiên hương". Bạn có tin câu ấy không? Câu ấy có đúng mọi phương diện không? Triết gia nào đó nói nếu bạn làm bẫy chuột mà làm thiện nghệ thì dù ở trong rừng sâu thiên hạ cũng tìm đến mua. Lời ấy là minh triết cho mọi người

phá hoại. Vô tình chính quyền chủ trương hủ bại hóa quốc gia bằng một số người vì nồi cơm manh áo vô tình toa rập, che đậy cho bọn phá hoại thật. Họ vô tình hơn là cố ý vì khi kiểm duyệt họ sợ bỏ sót cái gì đó sẽ khiến cấp trên bị cạo rồi cạo lại họ. Thành ra bất kể công ích, họ cứ kể thân mình mà bảo hoàng hơn vua cho chắc ăn. Khổ nhất là đa số kẻ đề nghị kiểm duyệt bôi xóa lại kém kiến thức, non óc phán đoán. Còn kẻ có quyền thì chỉ biết ký tên. Vì vậy mà không làm sao phân biệt được ai là người xây dựng, ai phá hoại. Người ta cứ coi ai cũng cá mè một lứa. Rút cuộc lại là các tệ đoan xã hội cứ ngày một chồng chất, không ai lên tiếng, cảnh cáo, lớp người non nớt chẳng biết phân biệt vàng thau, lấy dữ làm lành, lấy bậy làm hay. Tổ quốc suy vong bắt nguồn từ đó. Đau đớn nhất là sau cùng không còn ai ý thức trách nhiệm, ai cũng lo thủ thân, thi hành công vụ một cách tắc trách. Muốn chấn chỉnh một tình trạng nguy ngập như vậy trước hết phải có ý thức hệ, lý tưởng. Ý thức này được lập thành chính sách quốc gia. Chính sách quốc gia phải được truyền bá thâm nhiễm từ chính quyền đến nhân dân. Tuyên truyền được yểm trợ bằng đủ phương tiện khoa học trở thành một thứ kỹ thuật chuyên gieo rắc chính nghĩa.

Tại vì thấy Tổ quốc đặt trong tình trạng SOS mà tôi đặt rõ cùng bạn vai trò của tuyên truyền trong

chính trị như trên. Song đối tượng quyển sách này không hẳn chỉ là tuyên truyền chính trị mà còn các loại tuyên truyền khác từ văn hóa, xã hội, kinh tế đến tôn giáo. Chắc có lúc bạn nghĩ ngợi, không biết các giáo tổ như Chúa Giêsu, Thích Ca, Mahomet, Luther dùng phương pháp truyền giáo nào mà có trùng từng điệp điệp tín đồ như vậy. Còn các đạo Cao Đài, Hòa Hảo, Bahai[1] bằng cách nào mà có triệu triệu tín đồ. Rồi thuyết hiện sinh nữa? Sao mà bây giờ ở đâu cũng nói hiện sinh hết; hiện sinh trong cuốn *Nausée*[2] của Sartre đến những tiểu thuyết ba xu ở nhiều nước hậu tiến, đến tận phòng trà, vũ trường, tửu điếm?

Bạn tự hỏi về người như vậy mà cũng có lúc bạn tự hỏi về mình: Tôi có nhiều tâm tưởng hay, tôi muốn

---

1. *Baha'* Một tôn giáo có khoảng 5-7 triệu tín đồ. Baha'i, theo cổ ngữ Ả Rập nghĩa là *người noi theo vinh quang* (của Thượng đế), ra đời năm 1863 tại Ba Tư (nay là Iran). Người sáng lập tôn giáo Baha'i là Baha'u'llah (1817-1892).

* *Các chú thích trong sách đều là của người biên tập trong lần xuất bản này.*

2. *Buồn nôn* (1938): Một trong số những tác phẩm giá trị nhất của nền văn học thế kỷ 20, đồng thời cũng là tác phẩm thuộc vào loại khó đọc. Ngoài giá trị về phương diện thẩm mỹ, tác giả còn muốn đưa ta chạm mặt thực sự với một trực giác nguyên thủy, làm trung tâm điểm cho nền hiện sinh vô thần của ông: trực giác về hiện hữu của sự vật.

quảng bá, phải làm sao? Tôi đang điều khiển một số người có trách nhiệm tuyên truyền tôi, tôi phải làm sao cho nhiệm vụ tôi đắc lực. Cuốn sách này thử gửi đến bạn những nghiên cứu về tâm lý cùng kỹ thuật tuyên truyền để giúp giải đáp các câu hỏi trên.

Sài Gòn, ngày 8/10/1965
HOÀNG XUÂN VIỆT

PHẦN NHẤT

ĐẶT VẤN ĐỀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG, TUYÊN TRUYỀN

Truyền bá tư tưởng là gì?

"Anh em hãy đi giáo huấn các dân tộc."

– Đức Giêsu

"Thượng đế không hoang phí kho quan phòng để chữa tật lười biếng của ta."

– Ireland

ĐẠI YẾU

I. Bản chất của tuyên truyền

II. Thứ loại tuyền truyền

III. Phát triển và thế lực của tuyên truyền

I. BẢN CHẤT CỦA TUYÊN TRUYỀN

Bạn hãy tưởng tượng một tập thể. Trong đó người ta sống theo bản tính tự nhiên. Người ta yêu, người ta ghét, người ta tín ngưỡng, người ta làm việc để tự nuôi sống, người ta hưởng nhàn. Những rõ rệt là phần đông thụ động. Bây giờ có một hay nhiều người đứng lên hô hào toàn thể phục vụ tập thể. Một người hô hào thấy yếu thế thì kêu gọi đông người ủng hộ. Số đông này lại dựa vào quần chúng để

mạnh ăn mạnh nói. Họ hành động như vậy, bạn nói là họ tuyên truyền. Họ nêu lên cho tập thể lý tưởng để phục vụ. Họ hành động như vậy, tôi cũng nói là họ tuyên truyền. Xét cho kỹ thì thoạt kỳ thủy[1], tuyên truyền là hô hào phục vụ công ích. Người tuyên truyền là người nhằm công ích. Ngày xưa họ là một nghệ sĩ ở chỗ họ hành động chủ quan với những phương tiện tự túc và mộc mạc nhất là với ba tấc lưỡi càng hùng biện càng thành công. Từ cuối thế kỷ 19 đến bây giờ tuyên truyền trở thành công vụ và người tuyên truyền trở thành nhà kỹ thuật. Bây giờ muốn tuyên truyền không phải làm một Cicéron[2] ra giữa Forum[3] La Mã rồi cao đàm hùng biện mà phải đủ thứ điều kiện. Phải tiền rừng bạc biển. Phải những chuyên viên với những dụng cụ khoa học phức tạp. Tuyên truyền vì nhằm mục đích nắm quần chúng, hướng họ về công ích, uốn nắn tâm tính, ước vọng của họ nên nó mang tính chất nhân bản. Đối tượng của nó, trường hoạt động của nó chính là con người, chính là cộng đồng gồm bởi các cá nhân

---

1. Thoạt tiên, thoạt đầu.

2. Marcus Tullius Cicero (106-43 TCN): Triết gia, nhà hùng biện, chính khách, nhà lý luận chính trị La Mã. Với thành tựu của mình, ông được xem là một trong những nhà hùng biện vĩ đại nhất La Mã.

3. Forum: Trung tâm sinh hoạt công cộng dùng cho nhiều hoạt động như hội họp, mít tinh, diễu hành... ở La Mã thời cổ đại.

cụ thể. Tuyên truyền làm cho cá nhân hoặc tập thể ăn nói thế này, hành động thế kia, chấp thuận hay phủ nhận, xây dựng hay đả phá. Tự bản chất, tuyên truyền có sức mạnh ảnh hưởng phi thường.

Cái ma lực của tuyên truyền là không đàn áp như vũ khí mà vận dụng kỹ thuật ám thị trên quần chúng để khai thác thụ động tính của họ, lay động tâm địa họ, khiến họ hăng say bắt chước.

II. THỨ LOẠI TUYÊN TRUYỀN

Tuyên truyền mang nhiều hình thức. Người ta hay nói tuyên truyền chính trị, tuyên truyền thương mại, tuyên truyền đạo giáo. Tuyên truyền thương mại tức là quảng cáo. Tuyên truyền đạo giáo tức là truyền giáo. Còn tiếng tuyên truyền hình như theo ước lệ được dùng khi truyền bá chính trị. Ở đây chúng tôi hiểu tuyên truyền với nghĩa gốc của nó là truyền bá tư tưởng. Bất cứ thứ tư tưởng nào miễn được đem phổ biến thì gọi là được tuyên truyền. Xin bạn gột tẩy thành kiến hiểu tuyên truyền là phổ biến chính trị, là bóp méo sự thật...

Thấy một nhà sư thuyết pháp, một linh mục giảng thuyết bạn cứ nói là các vị ấy tuyên truyền đạo lý.

Thấy đồng hồ Longines được quảng cáo trên màn bạc, tôi cứ nói người ta tuyên truyền tính chất tốt của một thứ hàng hóa.

Bạn viết sách là bạn tuyên truyền chân lý. Bạn làm báo là bạn tuyên truyền sự ngụ trị của chân lý.

Tuyên truyền có thể ở quốc nội hay quốc tế, có thể liên tục, trường kỳ hay gián đoạn, hạn kỳ. Hai hình thức quan trọng của tuyên truyền là giáo dục và thông tin. Khi nói tuyên truyền là giáo dục có người phản đối. Họ nói tuyên truyền là phổ biến một nội dung gồm toàn nhưng dư luận chưa chắc được mọi người chấp nhận. Còn giáo dục là truyền thụ một di sản văn hóa đời này qua đời kia ai cũng công nhận. Điều sau này đúng còn điều trước sai. Sai cũng tại người ta hiểu lầm tuyên truyền. Tại sao hễ tuyên truyền là nhất thiết phải chứa mộ nội dung khả nghi? Người ta có thể tuyên truyền chân lý, toàn là chân lý được chứ. Vả lại giáo dục đôi khi cũng là tuyên truyền những đường lối sai lạc về văn hóa.Bất cứ ở nước nào và thời nào, hễ một chính phủ lên hì người ta sẵn sớm thay đổi chương trình giáo dụcđiều đó có nghĩa gì? Đâu phải hễ nói giáo dục là nói truyền bá chân lý tuyệt đối trong khi giáo dục chỉ là một hình thức tuyên truyền còn nội dung bao giờ cũng tương đối. Một giáo viên dạy đức dục, một giáo sư trunghọc dạy một bài sử địa, một giáo sư đại học dạy một bài triết học hay thần học. Các vị ấy làm gì nếu không phải là tuyên truyền về đạo đức, về văn hóa. Nếu bạn nói tuyên truyền là thông tin thì cũng đúng như bạn nói tuyên truyền là giáo dục vậy. Thông tin là cho

kẻ khác biết tin tức mà họ chưa biết, là phản ảnh dư luận với một mục đích nào đó. Dựa vào định nghĩa đó thì từ bản chất bạn thấy thông tin, không khác tuyên truyền gì hết mà chính là tuyên truyền hay là một phần trong tuyên truyền.

III. PHÁT TRIỂN VÀ THẾ LỰC CỦA TUYÊN TRUYỀN

Tuyên truyền từ hình thức có lẽ của một người thời tiền sử vừa cầm tù và vừa rao tin, của một tên mõ làng chạy rã gối đến hình thức văn minh nhất, đã qua một quá trình đánh dấu bằng bước tiến của khoa học. Các dụng cụ tuyên truyền càng được hoàn thiện bởi tiến bộ khoa học, tuyên truyền càng vững thế lực trên thế giới ngôn luận. Từ đầu thế kỷ đến nay, nhất là khi bạn đọc tôi đây chúng ta sống trong bầu không khí của tuyên truyền. Có thể được là tuyên truyền bao vây chúng ta ngày đêm. Hễ nói tuyên truyền thì người ta cứ nghĩ bộ Thông tin, các tổ chức dân tâm chiến, quân tâm chiến. Tôi chỉ muốn nói những hình thức tuyên truyền trong sinh hoạt thường nhật của người dân. Trên đường Mỹ Tho – Sài Gòn bạn có thấy những tấm bảng gì lớn cắm dưới ruộng không? Từ thuốc Aspirine, bếp điện Luter National đến cả lời Chúa cứu thế trong *Tân ước* cũng đều được trương bảng cho ai nấy biết. Bạn ngồi trong rạp Rex, Eden, tôi đọc nhật báo, tôi và bạn đi xe buýt đâu đâu cũng thấy cái gọi là... quảng cáo.

Buồn cười nhất là nhiều khi chúng ta không còn ý thức rằng ta đang sống giữa thế kỷ của tuyên truyền. Ta vốn tự hào là sống tự do trong bầu không khí dân chủ, lặn lội trong tinh thần khoa học, mà kỳ thực từ Âu sang Á, từ Mỹ sang Phi đâu đâu cũng thấy lưới tuyên truyền mặc nhiều lớp áo khác nhau cung cấp cho ta những món ăn mời mọc mà như bắt buộc, có vẻ khoa học mà rất chủ quan, độc đoán. Cùng một giải thưởng Nobel mà người ca tụng kẻ đả đảo. Món hàng trị giá 100 đô la thì được tô hồng chuốt lục để bán 1.000 đô la. Đời sống ngày càng phức tạp làm cho bạn và tôi không còn thời giờ kiểm soát lại tình trạng mình đang sống. Nếu xét giáo dục trong khía cạnh tuyên truyền, ta còn thấy mình ở trong hoàn cảnh cú chấp nhận hàng lố kiến thức mà phải quấy ít khi ta để ý trừ lúc một chế độ mới lên sửa đổi lại chế độ trước mà mới lưu tâm. Xin bạn hiểu cho là tôi đang nói chuyện ở những nước tự do. Và chắc ông bạn đang kiểm duyệt tôi đây không hiểu lầm tôi vì tôi chưa nói cái khí hậu nặng chình chịch con đẻ của thành trì tuyên truyền trong các nước độc tài. Ở đó ôi thôi. Tuyên truyền là một thứ chua tề, một thứ Tần Thủy Hoàng, một thứ Hitler đầu thai.

Không phải chỉ những dụng cụ tuyên truyền như báo chí, sách vở, xinê, phát thanh làm đầu óc người thời đại đảo điên mà thôi. Ngay nội dung được

tuyên truyền mới dáng khiếp nữa. Tôi thấy điều này đài "Tiếng nói nước Việt Nam" trong tháng 8.1965 thường xác nhận là danh từ cách mạng bị hiểu đủ thứ nghĩa. Phải! Cách mạng có người dám hiểu là nô lệ hay đô hộ nữa. Mà không phải chỉ danh từ cách mạng mới bị méo mó. Bạn tưởng tượng giùm tôi thân phận các tiếng dân chủ, bình đẳng, công bằng, bác ái, từ bi đi. Còn cái nạn ở những nước văn minh, lý tưởng là sống là nói là làm "giống kẻ khác" nữa. Nói cách khác là phải theo thời, là phải đúng thời thượng. Nhiều lối ăn lối mặc, lối sống cá nhân ta không thích mà tại vì ở thời đại ta ai cũng theo nên ta... "thích" theo. Trong những lĩnh vực quan trọng hơn, nhất là chính trị, tôn giáo, trong suốt thời Đệ nhị chiến, tuyên truyền được phát triển đến tột độ và xây thế lực trên hết các quốc gia. Người ta nói Đệ nhị chiến thế giới là chiến tranh ý thức hệ và bởi lý do đó mà tuyên truyền được đất tốt để làm chúa tể dư luận. Chiến tranh nguội hiện thời càng rõ rệt là chiến tranh ý thức hệ hơn nữa, nên tuyên truyền phát triển ngoài sức tưởng tượng của ta. Không nước nào mà không có thế đứng của tuyên truyền. Ngay trong từng nước đều có một bộ riêng dành cho tuyên truyền. Ở những nước không có chiến tranh nóng thì có chiến tranh nguội mà động cơ vẫn là tuyên truyền. Trong cuốn *La Propagande, nouvelle force politique,* do nhà Armand Colin xuất bản, trang

18 Jacques Driencourt nói chí lý mấy lời sau đây mà chúng tôi mượn để kết luận chương này: "Tuyên truyền nắm bá chủ hiện tại là một sự kiện. Đó là một đặc điểm tong hình thức mới của văn minh. Các sử gia tương lai sẽ nói thế kỷ 20 là thế kỷ của tuyên truyền."

Tại sao cần truyền bá tư tưởng?

"Điều tối cần là lý tưởng đừng bị tống cổ toàn vẹn ra khỏi đời sống con người."

– Renan

ĐẠI YẾU

I. Ưu thế của ý tưởng trên ngôn từ và hành động.

II. Tại sao ý tưởng dẫn đạo thế giới?

III. Phải hiểu câu "Hữu xạ tự nhiên hương" làm sao?

IV. Tại sao cứ nghĩ quảng cáo chỉ để cho thương mại?

I. ƯU THẾ CỦA Ý TƯỞNG TRÊN NGÔN TỪ VÀ HÀNH ĐỘNG

Thường ngày, bạn nghe một số người nói đại khái: "Phải có óc thực tế. Đừng mơ mộng. Đừng sách vở. Phải thực hành. Một núi lý thuyết không bằng một năm thực hành". Người nặng về triết lý thì có giọng triết gia: "Cái mà từ Platon, Hégel, đến Kant gọi là ý tưởng đều là những viên gạch xây cái lò duy tâm". Platon hiểu ý tưởng là những thực tế siêu giác, những khuôn mẫu đời đời của vạn vật. Hégel quan niệm ý

tưởng à nguyên tắc phổ quát của biến hóa nằm trong vạn vậ, nó trở thành thiên nhiên và tinh thần. Còn Kant gọi các ý tưởng siêu việt là những ý tưởng của vũ trụ của linh hồn, của Thượng Đế. Đó là chưa nói những Xenophanes[1], Parménide Zénon[2], Berkeley[3]... Tất cả.. tất cả: Họ nói toàn những chuyện trên mây dưới gió. Phải duy thực. Tiếng duy thực được hiểu đơn gản là hành động. Đấy! Đại khái nghe nói đến ý tưởng người ta hay mạt sát nó như vậy. Trong việc công loặc việc tư, người ta còn nói: Phải nhẹ lý thuyết và nặng thực hành. Lý thuyết được hiểu là ý tưởng.

Sự thật ra sao?

Trước hết phải nhận rằng trong đời sống hằng ngày, hường người ta chỉ nhận thức lời nói, việc làm chứ ítkhi lưu ý đến ý tưởng. Người ta khen ngôn từ hoa mỹ, hành vi thanh cao. Còn ý tưởng bị bỏ quên. Ý tưởngvì tự bản chất là siêu việt chất nên không được nhận hức như lời nói, việc làm. Vả lại, phần đông con người ngại khó, không thích chịu cực suy nghĩ. Bằng chứng là ai ưa bàn những vấn đề nát óc ít có

1. Xenohanes (?-475 TCN): Nhà triết học, nhà thơ, nhà phê bình tôn giá và xã hội người Hy Lạp.

2. Parménide Zénon (sinh cuối thế kỷ 6 – mất giữa thế kỷ 5 TCN): Triết gi Hy Lạp, là tác giả của bài thơ nổi tiếng *De la nature*.

3. Geoge Berkeley (1685-1753): Triết gia người Ai-len, là người khởi xướng học thuyết *Chủ nghĩa phi vật chất*.

bạn. Sách nặng về tư tưởng, về triết lý khoa học, bán khó chạy bằng tiểu thuyết, thơ.

Còn một cái bất lợi cho ý tưởng nữa là nhiều nhà trí thức khi lọt vào lờ ý tưởng rồi tạo nó thành cái tháp ngà cách biệt hẳn thực tế. Họ vênh vếnh tự đắc với vốn kiến thức sách vở rồi khinh bỉ thực tế. Có kẻ vì ít đụng chạm với đời, cứ mãi làm con mọt sách nên trong cuộc xử thế trở thành gàn dở.

Vì những lý do căn bản trên, mà ý tưởng bị nhiều người coi nhẹ. Chứ suy xét kỹ bản chất của ngôn từ hành vi, ta thấy không ý tưởng thì hai cái ấy vô nghĩa. Thí dụ bạn khuyên lơn một người ăn mày; giơ tay cho họ mười đồng bạc. Tại sao lời bạn nói, cử chỉ bạn làm có giá trị. Tại, trong đầu óc bạn có ý tưởng vị tha. Chính ý tưởng ấy làm nội dung cho khuyến từ cho việc bố thí. Không ý tưởng bác ái, cả hai đều là hành vi vô hồn. Trừ phi những hành vi vô ý thức, những hành động của người điên, tất cả những gì con người nói và làm mà có giá trị đều nhờ ý tưởng. Bạn có thể phân hạng ý tưởng nào tốt xấu, cũ mới nhưng vấn đề là ý tưởng là linh hồn của hành động. Không thực hành nào mà không phát xuất từ lý thuyết. Chiều nay tôi đến thăm bạn vì tôi có ý tưởng đến thăm bạn. Bạn tổ chức chính trị, quân sự, kinh tế, văn hóa thế nào đó là vì trong óc bạn có những ý tưởng về các vấn đề đó.

II. Ý TƯỞNG DẪN ĐẠO THẾ GIỚI

Ở Âu Mỹ câu "ý tưởng dẫn đạo thế giới" đã trở thành một ngạn ngữ. Người ta ý thức vai trò tối hệ của ý tưởng trong cuộc tiến hóa của nhân loại. Người cổ sơ đem vợ con núp trong hang đá là tại vì có ý tưởng sợ sấm sét, gió mưa, bão tố. Toán binh si khai hỏa ở chiến trường là thực hiện chương trình hành quân của chiến thuật gia hay chiến lược gia ở văn phòng tổng tham mưu. Albert Einstein không ngồi phi cơ quăng bom nguyên tử xuống Hiroshima, Nagasaki song đã gieo những ý tưởng về nguyên tử lực. Trên 600 triệu tín đồ Công giáo hằng ngày làm dấu thánh giá trên mình là tại đâu nếu không tại... cuốn *Thánh kinh*. Nếu điều này đúng thì không phải vô lý khi người ta nói cuốn *Tư bản luận* điều khiển các cuộc cách mạng Cộng sản ở Nga. Người ta cũng không vô lý khi quả quyết năm 1789 của Pháp là con đẻ một phần nào của những lý thuyết gia cách mạng như Jean Jacques Rousseau, Montesquieu, Voltaire.

Nhìn quá trình diễn tiến của lịch sử nhân loại ta thấy ý tưởng dẫn đạo thế giới rõ rệt. Thời tiền sử thì các ý tưởng được truyền khẩu, đến khi văn tự phát triển khả quan, các ý tưởng được hệ thống hóa, truyền bá trong sách báo, các ý thức hệ thi đua nhau lèo lái hướng đi của các dân tộc.

Con số triết gia, khoa học gia tuy là thiểu số trong nhân loại, nhưng trên trường kỳ lịch sử nhân loại, họ là những bàn tay chuyền nhau ngọn đuốc thiêng soi đường dẫn lối cho bước tiến của nhân loại.

Thường họ là những cuộc đời hy sinh trọn kiếp. Đọc tiểu sử các danh nhân thế giới, bạn thấy phần đông họ nghèo nàn, gặp đủ thứ gian truân, làm việc bất kể ngày đêm, gần như là không nghĩ gì đến những lạc thú trần gian.

III. PHẢI HIỂU CÂU "HỮU XẠ TỰ NHIÊN HƯƠNG" LÀM SAO?

Con đường của những danh nhân đi là con đường chân lý hay ít ra họ cho là chân lý. Các ý tưởng của họ được nối kết lại thành hệ thống mà người ta gọi là ý thức hệ. Con đường của họ chắc cũng là con đường bạn nhắm vì có thể bạn không nuôi cao vọng làm vĩ nhân nhưng bạn vẫn ước mong truyền bá những tư tưởng của mình. Ai trong chúng ta mà từ lúc trên ghế trung đại học không có lúc ngồi nghĩ khi ra trường sẽ hoạt động văn hóa, xã hội, kinh tế, chính trị hay cứu nhân độ thế cách nào đó. Mộng đó là một trong muôn ngàn mộng đẹp của tuổi xuân. Còn nói cho khi ra trường mà ta gặp ngay một cơ hội nào đó để hoạt động. Nói hoạt động là nói truyền bá ý tưởng bằng ngôn từ, cử chỉ, hành vi. Không cần bạn là một nhà truyền giáo, một nhà chính trị mới rõ rệt là người

truyền bá tư tưởng. Bạn làm chủ một hãng buôn, bạn cũng phải làm công việc này. Đó là quảng cáo. Vẫn biết hữu xạ tự nhiên hương nhưng nhiều khi hàng hóa "hữu xạ" mà không có gió cũng không chắc được ai biết. Ý nhận thức điều đó nên từ cuối thế kỷ 19 đến nay người ta đã đẩy mạnh đến tột độ thế lực của quảng cáo. Ngay trong mọi lĩnh vực đều có quảng cáo. Có khi nó mang tên khác là rao giảng, truyền bá hay tuyên truyền nhưng nội dung vẫn là dẫn dụ dư luận, một cuộc dẫn dụ có tổ chức chu đáo. Hồi xưa một người A Cập muốn bán miếng da cừu thì mang trên vai ra đường rao. Ngày nay muốn bán mạnh bánh xe hơi Micelin người ta cho lên màn bạc. Nhiều nhật báo phải để dành gần hết trang chót để làm công việc của mấy tạp chí có trang đỏ trang xanh là phục vụ "bà chúa" dư luận của hàng hóa.

Ở thời này, làm công việc gì, dù muốn dù không bạn phải chấp nhận vai trò của quảng cáo. Một danh nhân Hoa Kỳ nói chí lý: "Quảng cáo là lực lượng dùng ý tưởng tâm nhập quần chúng". Trong một chương sau, tôi ê bàn với bạn các định luật tâm lý chi phối sự quảng cáo trong quần chúng. Ở đây bạn lưu ý nhất điều này là của dù quý đến đâu, không được cho biết thì không mấy ai biết. Trong thời đại ta câu "hữu xạ tự nhiên hương" của nhà Nho, phải được áp dụng dè dặt. Coi chừng nhiều khi "quân tử Tàu" sái chỗ phải

thất bại. Ai không nhận rằng cuốn *Thánh kinh* chứa toàn những lời vàng. Nhưng bạn thử tưởng tượng nếu không có những nhà truyền giáo qua gần 20 thế kỷ thì cây thánh giá ngày nay có ngự trị được trong lòng 600 triệu người không?

IV. TẠI SAO CỨ NGHĨ QUẢNG CÁO CHỈ ĐỂ CHO THƯƠNG MẠI?

Vì có quan niệm hẹp hòi về đạo đức, một số người ở thế kỷ này cứ nghĩ quảng cáo là cái gì thấp hèn sản phẩm của con buôn. Làm văn hóa hay truyền giáo mà nghe nói đến quảng cáo thì có người bĩu môi cho là "óc thương mại" là "phàm tục hóa" việc thần thánh. Tại sao người ta bị đầu độc bởi quan niệm sai lạc như vậy. Quảng cáo là tuyên truyền đấy chứ gì. Mà tuyên truyền tự bản chất là truyền bá tư tưởng. Trong *Phúc Âm thu* Chúa cứu thế chẳng đã ra lệnh thế này ư: "Anh em hãy loan báo ngoài giữa đường, hãy truyền giảng trên mái nhà các giáo từ của tôi". Có lẽ vấn đề phải đặt ra là có nên tuyên truyền bịp bợm hay không chứ tự bản chất việc tuyên truyền là phương tiện tốt để chân lý được biết, được yêu. Đâu phải tại vì một phương tiện, bị lạm dụng vào những mục tiêu xấu rồi phương tiện ấy xấu. Những chiến sĩ của chân lý còn mắc tội nặng đối với công thiện nếu tự giam mình trong tinh thần lạc hậu, không kịp thời vận dụng các tiện nghi văn minh để canh

tân hóa việc truyền bá chân lý. Nhờ máy vi âm, vô tuyến truyền thanh, vô tuyến truyền hình, chân lý được truyền bá hiệu lục. Bạn nghĩ sao về kẻ có sứ mệnh ban phát chân lý mà cứ khư khư dùng các phương tiện cổ lỗ. Hằng ngày trên thế giới có biết bao nhiêu hình ảnh trên màn bạc, trên báo chương đã làm hoen ố bao nhiêu tâm hồn thanh thiếu niên. Tại sao người không dùng hình ảnh thu hút tuổi trẻ về chân thiện mỹ.

Tóm lại, chính ý tưởng dẫn đạo thế giới. Công chúng sẽ thuộc về ai biết dùng các phương tiện tối tân truyền bá ý tưởng thu hút họ. Công chúng không ở mực tung. Họ hoặc theo chân lý hoặc nô lệ tà thuyết. Trên rặn tuyến cứu vãn các xã hội, cán bộ chân lý, phải tranh giành chụp thanh bảo kiếm quảng cáo, tuyên truyền. Đức Pie X thực thức thời thay trong danh ngôn này: "Phải sử dụng các khí giới mới mà cuộc phát triển văn minh cung cấp" dĩ nhiên là để phụng sự chân lý.

Tuyên truyền cái gì?

"Ở đâu không có chân lý ở đó không có cao cả."

– G. E. Lessing

ĐẠI YẾU

I. Một số bài học lịch sử.

II. Chân lý và ý thức hệ đối với tuyên truyền.

I. MỘT SỐ BÀI HỌC LỊCH SỬ

Trong một chương trên, ta đã phủ nhận thành kiến cho rằng hễ tuyên truyền thì nhất thiết là bịp bợm, là dùng cường quyền để nhồi nhét các lý thuyết chính trị. Chúng ta xác định nội dung của tuyên truyền là truyền bá tư tưởng trong các lĩnh vực hoạt động của con người. Tuyên truyền được định nghĩa như vậy nếu muốn được hấp dẫn nhất định phải lấy chân lý làm tiêu chuẩn. Các chân lý phải được hệ thống hóa thành những ý lực để nhồi nhét vào tâm địa quần chúng. Trước khi bàn kỹ về các vấn đề chân lý và ý thức hệ, chúng ta thử nhìn qua các giai đoạn

lịch sử để rút tỉa những bài học cần thiết về thành bại của tuyên truyền. Kiểm điểm lịch sử các dân tộc, ta thấy dân tộc nào qua các thời đại đều được dẫn dắt bởi một ý thức hệ.

Thời cổ La Mã, ý lực chi phối dân chúng La Mã là thống nhất sơn hà. Sau thời đế quốc La Mã thịnh cường thì từ đế quốc La Mã đến các chư hầu, ý thức hệ phong kiến thay thế ý thức hệ thống nhất lãnh thổ chi phối mọi người. Đến thời trung cổ thì ý thức hệ thần quyền được đề cao bằng ý thức hệ tôn kính giáo hoàng. Ý thức hệ này dần dần bị ý thức hệ quân chủ lấn át rồi sau cùng là sự chiến thắng của ý thức hệ dân chủ.

Qua các thời dại, những ý thức hệ được coi như những huyền thoại, những lý tưởng được đúc kết trong các công thức mà thần tuyên truyền đã làm cho quần chúng say mê với những phương tiện thay đổi từng thời.

Càng phân tích kỹ lịch sử các nền văn minh, bạn càng thấy ma lực của những thần thoại được coi như ý thức hệ tác động mãnh liệt trên não tưởng tượng của các dân tộc. Bạn thấy các nhà lãnh đạo các dân tộc đã dùng tuyên truyền khai thác tận gốc rễ các tình cảm, các bản năng thanh cao hay đốn mạt của quần chúng bằng sức ám thị.

Ở nhiều nơi, tôn giáo trở thành thành trì của đế quyền. Nhà vua được coi như hiện thân của trời. Ở La Mã và Trung Hoa xưa chẳng hạn. Các đế vương muốn đập mạnh vào cân não của thần dân thì cho xây những đền đài, lăng tẩm nguy nga tráng lệ với những lối kiến trúc tượng trưng uy quyền bá chủ của nhà vua. Trên các tảng đá công phu khắc tạc hình ảnh, chiến công của những vua, chúa anh hùng cốt để muôn đời hậu thế thờ lạy họ trong tâm khảm.

Các áng văn chương cũng góp công vào việc tuyên truyền thế lực của nhà cầm quyền. Hiền triết Solon đã đặt ra một bản danh ngôn về sau trở thành luật pháp. Để chống thế lực các dân mọi rợ xâm lăng, các cuốn *Iliad, Odyssée* đã gieo tận đáy lòng nam phụ lão ấu người đồng thời của Homère những ý tưởng thần thoại, anh hùng cứu quốc, nó làm nền tảng cho lòng ái quốc của dân cổ Hy Lạp. Trong cuốn *Thuật hùng biện,* tôi cố thuật cùng bạn tiểu sử của Démosthène. Chắc bạn đã nhớ hùng biện đã đóng vai trò thế nào trong việc tuyên truyền chính trị. Kinh đô của hùng biện thời đó là Athènes, nơi đấu khẩu của bao nhiêu người lăn vào cuộc đời phục vụ cái mà người La Mã gọi là Res Publica. Thế lực của tuyên truyền ở đế đô La Mã còn cuồng bạo gấp mấy lần Athènes nữa. Tinh thần đấu tranh chính trị của

dân La Mã cao hơn dân Hy Lạp. Các cuộc vận động bầu cử diễn ra ở Forum rần rộ những tường thành của Pompée còn để lại cho ta vết tích tuyên truyền ở thời đó. Hệ thống giao liên tin tức mỗi ngày làm việc đắc lực. Những việc quan trọng được chép vào các biên niên sử (annales). Đặc biệt nhất là thời César nhờ những cây viết như Suétone[1], Sempronius Asellio[2] mới ra đời một thứ nhật báo tên là *Acta Diurna*. Các báo này có tính cách bích chương dán ở các cổng các vách tường loan tin cho dân chúng. Chính quyền La Mã thời bấy giờ tận dụng thế lực của tuyên truyền độc quyền về nó và trừng phạt độc ác bất cứ ai tuyên truyền phản động. Thời Néron[3], tuyên truyền được dùng để thúc đẩy tôn thờ cá nhân bạo chúa. Nhiều người Thiên Chúa giáo bị đổ máu tại bất tuân các chỉ thị được truyền bá trong nhân dân. Nếu biết dùng tuyên truyền phải chỗ, nó sẽ làm cho quần chúng củng cố chính quyền. Bằng chứng

---

1. Suétone (tên đầy đủ là Gaius Suetonius Tranquillius, ?-126): Nhà sử học người La Mã, tác giả của chuỗi tiểu sử có tên *Tiểu sử 12 hoàng đế*.

2. Sempronius Asellio: Nhà sử học người La Mã và là một trong những nhà văn đầu tiên có tác phẩm lịch sử viết bằng tiếng Latinh.

3. Néron (37-68): Tên khai sinh là Lucius Domitius Ahenobarbus, còn được gọi là Nero Claudius Caesar Germanicus, là vị hoàng đế thứ 5 và cũng là cuối cùng của triều đại Julius-Claudius, trị vì từ năm 54 tới năm 68.

là dưới triều đại Auguste, La Mã nhờ tuyên truyền mà tập trung được nhiều nhân tài, trở thành đế đô văn vật. Các văn gia, thi sĩ, nghệ sĩ, được khuyến khích, ủng hộ nên phục vụ đắc lực triều đình. Ai từng đọc thơ của Virgile chắc đã biết nhiều lần ông thú nhận là viết theo lệnh hoàng đế. Đề tài các cuốn *Enéide, Bucoliques, Géorgiques* của thi hào Virgile đều nhắm vào chỗ làm cho đế quốc La Mã huy hoàng. Các thi gia, sử gia như Horace viết *Odes*, Tite-Live trong các bộ sử cũng viết mộ chiều tuyên truyền cho đế chế La Mã.

Bước qua thời trung cổ, thời phong trào chính trị tôn giáo nhờ các hình thức tuyên truyền *Kinh thánh* vào dân chúng như điêu khắc, kiến trúc, lễ giáo, thi ca, âm nhạc. Người ta càng thấy tuyên truyền phục vụ đời và đạo sôi nổi hơn nữa. Nhưng bản năng của quần chúng không lúc nào bị lích thích đến cao độ bằng những trận giao chiến (les Croisades). Tuyên truyền là bà chúa trong các vụ động đổ máu kinh hồn này. Ai mà quên được tên tuổi các giảng thuyết gia, trong đó có Pierre L'Ermie[1], được Giáo hoàng Urbain II phái đi đã từng phát động quần chúng bằng những bài thuyết giáo nảy lửa. Nước Pháp thời

---

1. Pierre L'Ermite (1050-1115): Linh mục người Pháp và là nhân vật chủ chốt trong cuộc Thập tự chinh lần tiên.

bấy giờ là trung tâm ánh sáng được các biện pháp tuyên truyền làm cho nổi bật trên các quốc gia phong kiến. Các lâu đài, tánh đường nguy nga được dựng lên. Sách báo, nhà là tiểu thuyết được truyền bá ra ngoại quốc. Tư tưởng của nước Pháp thời đó làm món ăn tinh thần của thế giới.

Nghề in thế kỷ 15 được phát minh đã tiếp tay cho các cuộc ổ vũ tuyên truyền khác, đã đưa tư tưởng phong kin của thời trung cổ lên đến cực điểm. Bạn cũng nên ghi nhận phong trào cải tân Thiên Chúa giáo, phát động bởi Luther. Các cuộc bút chiến về giáo lý diễn ra sôi nổi. Các buổi thuyết giáo rầm rộ lôi cuốn giáo dân. Thế lực của tuyên truyền lại được củng cố mạnh.

Từ năm 1572 trở đi, Giáo hoàng Grégoire XIII tổ chức những ủy ban, những phái đoàn ra ngoại quốc cổ vũ đức tin. Sách giáo lý được trước tác và dịch sang ngoại ngữ. Tuyên truyền trong giai đoạn này là lợi khí sắc bén của Công giáo. Nó trở thành phương tiện truyền giáo tràng tinh thần công tác tông đồ (apostolat). Ai đọc Công giáo sử tất nhớ chính thánh bộ truyền giáo đã ra đời do sắc dụ *Inscrutabili Divinae* ngày 22.6.1622 của Giáo hoàng Clément VII. Đến 1650 nó mới được cải tổ chu đáo đến bây giờ. Trong thời kỳ này đa số người biết đọc, biết viết và thông thái

là giáo dân, là giáo sĩ. Cũng chính nhờ tuyên truyền dưới mọi hình thức mà giáo hội Công giáo nắm vững vai trò khai hóa nhiều dân tộc lúc ấy.

Nền thương mại thịnh hành tại Đức và Ý nhờ đó các ấn loát phẩm của Công giáo hội được truyền bá sâu rộng ở hai quốc gia này. Các loại báo bắt đầu thịnh hành trong nhiều nước nhất là bên Pháp. Richelieu[1] đẩy tuyên truyền đến chỗ đàn áp, kiểm duyệt và độc quyền. Hoàng đế Louis XIV nổi danh là ông vua của quảng cáo và cũng là nhà bảo trợ của các văn thi sĩ, nghệ sĩ lừng danh đương thời.

Người Anh cũng dùng tuyên truyền để xây thế lực trên Tân thế giới. Song tại Mỹ, lợi khí tuyên truyền được vận dụng đắc lực hơn vào việc củng cố độc lập. Đáng kể là công trình của Samuel Adams[2] trong tuần báo *The Boston Gazette or Country Journal*, của Thomas Paine[3] trong cuốn *Common Sense*.

---

1. Armand Jean du Plessis de Richelieu, Cardinal-Duc de Richelieu (gọi ngắn gọn là Hồng y Richelieu (1585-1642): Một vị hồng y Công giáo Rôma, quý tộc và chính khách người Pháp.

2. Samuel Adams (1722-1803): Chính khách người Mỹ, nhà triết học chính trị, nổi tiếng với tư tưởng quyền tự do trang bị vũ trang của công dân Hoa Kỳ.

3. Thomas Paine (1737-1809): Nhà triết học, nhà cách mạng, người theo trường phái chủ nghĩa tự do cổ điển, một nhân vật nổi bật trong phong trào Khai sáng.

Ở Pháp thế kỷ 17 là thế kỷ huy hoàng của tuyên truyền trong các công trình văn nghệ. Nhưng ảnh hưởng của tuyên truyền có vẻ sóng gió, người ta thấy ở thế kỷ 18 Montesquieu, rồi Rousseau, rồi Voltaire vừa mở chiến dịch tấn công giáo quyền vừa rao giảng một thứ *Phúc âm* mới về xã hội. Người ta không quên ảnh hưởng của hội Bách khoa mà nổi bật là Montalembert, Diderot và những Helvétius, Helbach. Thế kỷ 18 nhờ những phong trào bùng lên đòi cải tổ xã hội, quả thực là thế kỷ tuyên truyền ý thức hệ xã hội. Nó được đánh dấu bởi năm 1789 vĩ đại mà ai cũng phải nhận tuyên truyền đóng vai bá chủ. Tuyên truyền bắt đầu mang màu sắc từ thời dọn đường cho thời kỳ rực rỡ nhất của thời đại ta. Sau ngày Đại Cách mạng Pháp, chẳng những ý thức hệ chính trị thịnh hành mà tôn giáo mặc dù bị đả phá không ít; đã được chấn hưng và người ta xoay quanh các đề tài về con người, về định mệnh của nó để bàn luận, trước tác rần rộ.

Napoleon tự coi như người thừa hưởng xứng đáng di sản cách mạng, cũng đã khéo tận dụng tuyên truyền để củng cố ngai vàng của mình. Ông đã sáng lập các tờ *Le Courrier de l'Armée d'Italie, Moniteur*. Vừa là nhà tướng, là đế vương Napoleon vừa là nhà báo. Ông biết để cổ xúy đường lối thống trị của ông. Tờ *Moniteur* trở thành công báo, nói đúng hơn là trở thành cơ quan tuyên truyền cá nhân của Napoleon.

Biết vận dụng đúng mức sách vở báo chí, nên ảnh hưởng của Napoleon, ngoài nguyên nhân chiến công, nhờ tuyên truyền đã lan rộng khắp Âu châu. Metternich[1] nói: "Đối với Napoleon báo chí trị giá bằng đạo binh 300.000 người."

Bên Đức, Bismarck[2] cũng là một lãnh tụ cao tay ấn trong việc dùng tuyên truyền để phát động chính trị. Ảnh hưởng của Literarisches Biireau và của Nerddeutsche Allgemeine Zeitung đã lan rộng khắp Âu châu chứ không riêng tại Đức.

Qua hai trận thế chiến, tuyên truyền được khai thác triệt để trong công tác tâm lý, chiến chẳng hạn trong C.P.I (Committee of Public Information) mà Tổng thống Wilson thiết lập ngày 14/4/1917 hay Wellington House mà Masterman điều khiển. Vô tuyến điện và các loại máy móc tối tân về tuyên truyền đã được hai phe Đồng minh và phe Trục khai thác để bênh vực ý thức hệ của nhau.

---

1. Hoàng thân Klemens Wenzel von Metternich (1773-1859): Chính trị gia xứ Rhineland và là một trong những nhà ngoại giao quan trọng nhất thế kỷ 19, đảm nhiệm vị trí Bộ trưởng Ngoại giao của Đế quốc Áo từ 1809 cho tới khi cuộc Cách mạng châu Âu 1848 buộc ông từ chức.

2. Otto Eduard Leopold von Bismarck (1815-1898): Chính khách, chính trị gia nổi bật vì đã chi phối nước Đức và châu Âu bằng chính sách đối ngoại thực dụng.

II. CHÂN LÝ VÀ Ý THỨC HỆ ĐỐI VỚI TUYÊN TRUYỀN

Thoáng nhìn qua các trang lịch sử trên, ta thấy chân lý cậu số phận như Pascal nói là ở hai bên núi Pyrénée người ta không gọi nó cùng một tên. Người đời thường không cổ vũ thứ chân lý khách quan mà hay quảng cáo thứ chân lý chủ quan, nói đúng hơn là thứ lý được nhìn qua cặp kính màu của từng cá nhân. Cái mà người ta gọi là chân lý được hệ thống hóa thành những ý thức hệ rồi tuyên truyền là lợi khí phổ biến khắp nơi.

Từ xưa đến nay, các ý thức hệ ra đời trên mồ mả của nhau. Hệ thống triết lý, hệ thống khoa học, hệ thống tôn giáo xuất hiện như tinh tú trên trời. Ai cũng nó mình nắm chân lý. Đáng lẽ ta phải đặt câu hỏi lịch sử này trong phiên tòa xử Chúa Giêsu: "Chân lý là cái gì?" Tuyên truyền được yểm trợ bởi các dụng cụ tối tân đóng vai trò phục vụ trung thành các ý thức hệ từ trong lĩnh vực tôn giáo, chính trị, quân sự đến văn hóa, xã hội.

Nó cứ làm phận sự của nó. Và khi bạn đọc tới đây, nó cũng đang ngự trị thế giới.

Trên đường hoạt động của bạn, bạn có ý định sử dụng tuyên truyền cho một lý tưởng nào không?

Trước hết xin bạn hãy là tín đồ của thần chân lý. Phải phục vụ chân lý thì cuộc đời mới thực có chân giá trị. Tuyên truyền dù tinh xảo đến đâu mà bạn phổ biến tà thuyết thì công lao của bạn rút cục là bia cho đời nguyền rủa. Nói chân lý là nói những lý ít ra không bị lung lay dưới sự kiểm soát của triết học và khoa học. Không có gì khốn đốn cho một đời người bằng hy sinh phục vụ trọn kiếp cho một tà thuyết. Cũng có gì đáng nguyền rủa bằng dùng tà thuyết mà mê hoặc hạng ngu dốt, xô đẩy thế hệ này qua thế hệ kia vào vòng mê hoặc. Đời này đã lỗ đời sau không có gì bảo đảm vốn lời.

Cuộc đời của bạn sẽ là một cuộc đời có thực giá nếu bạn theo một chính thuyết, phục vụ một chân giáo, trọn đời theo đuổi khoa học, phụng sự nhân loại. Vũ trụ và con người cho đến bây giờ còn là cái rừng u minh. Các chân lý chưa được khám phá bao nhiêu. Bạn hãy tiếp tay với các danh nhân tiền bối vào công việc khai trí, khai tâm nhân loại. Đời còn thiếu những thế hệ trẻ giàu nhiệt huyết phục vụ lý tưởng ấy. Khi nắm được chân lý, bạn đừng để chân lý khô khan. Nếu vàng người ta làm thành dây tay, kính, lắc để hấp dẫn sự trang sức thì chân lý cũng cần được chuyển thành những ý lực trong một hệ thống. Ý tưởng, chân lý để rời rạc không có lửa thiêng hấp dẫn bằng ý lực, ý thức hệ. Tâm lý quần chúng tự nhiên đòi

hỏi những ý tưởng nào được đúc kết thành một thần thoại, một tiêu ngữ, một học thuyết. Có khi quần chúng không suy luận mà thấy ý thức hệ hấp dẫn thì chấp nhận bằng tự ám thị. Xưa nay những nhà truyền bá tư tưởng lừng danh đều khai thác khía cạnh tâm lý đặc biệt ấy của quần chúng. Dưới đây chúng ta sẽ bàn rộng định luật tâm lý đã.

Tuyên truyền cho ai?

"Chocolat X, Pastilles Y... mấy tiếng ấy dùng vào việc gì trên những vách tường hay trên trang tư nhật báo của bạn."

– Antonin Eymieu

ĐẠI YẾU

I. Dư luận và quần chúng.

II. Đặc tính tâm lý quần chúng.

III. Phải theo định luật tâm lý nào để nắm quần chúng.

I. DƯ LUẬN VÀ QUẦN CHÚNG

Hai môi trường đặc biệt của tuyên truyền là cá nhân và xã hội. Nó kích thích hai yếu tố ấy nói năng, hành động hay phản ứng trước vấn đề nào đó. Nói đối tượng của tuyên truyền là nói đối tượng của tâm lý học và xã hội học. Vấn đề lại phải đặt rõ hơn nữa là nhà tuyên truyền, phải nhắm không phải tâm lý của từng cá nhân tách biệt mà tâm lý quần chúng: Là dư luận đoàn thể, một thứ dư luận có những tính cách đặc biệt đến đỗi cá nhân cấu thành đoàn thể sản xuất ra nó, phải ngạc nhiên.

Không phải đợi đến những nhà tuyên truyền hiện nay mới được lưu ý đến tâm lý xã hội. Cổ sử nhiều dân tộc từ Âu, Á đã cho ta biết đã có nhiều lãnh tụ chính trị biết khai thác tâm lý chính trị của quần chúng để xô đẩy họ vào hành động phục vụ một lý tưởng. Khi người ta nói những chuyện như Moses hô hào dân Do Thái trốn thoát ách nô lệ của Ai Cập, Thánh Phêrô thuyết giáo một lần 5.000 người gia nhập Kitô giáo, Trương Lương thổi sáo, hay ở Athène Démosthènes đăng đàn hùng biện, ở La Mã thông dụng tiêu ngữ "Tiếng dân là tiếng trời: *Vox populi Vox dei*", khi nói như vậy là hiểu ngầm người xưa không ít lưu ý tâm lý quần chúng.

Mở đầu thời đại ta có Machiavel rồi hàng loạt lý thuyết gia về tâm lý chính trị như Clausewitz, William Temple, Bentham, Tocqueville, đã đem vấn đề tâm lý xã hội lên bàn giải phẫu. Trong lĩnh vực kinh tế, Karl Marx đã lên tiếng mạnh về khối quần chúng thợ thuyền trong cuốn *Tư bản luận*. Gustave Le Bon đã nghiên cứu tỉ mỉ vấn đề tâm lý quần chúng trong các tác phẩm bất hủ: *Lois psychologiques de l'évolution des peuples, Psychologie du socialisme, Psychologie de l'éducation, Les opinions et les creyances, La psychologie politique*[1], nhất là trong cuốn *Psychologie des*

---

1. *Quy luật tâm lý về sự tiến hóa của các dân tộc, Tâm lý học về chủ nghĩa xã hội, Tâm lý học giáo dục, Quan điểm và niềm tin đám đông, Tâm lý học chính trị.*

foules[1]. Nhà xã hội học Tarde đã đẩy khoa tâm lý quần chúng đến chỗ khả quan hơn bằng những phương pháp nghiên cứu khoa học vững chắc trong tác phẩm trứ danh *L'Opinion et la foule*. Phân tách các yếu tố cấu thành tâm lý xã hội, người ta có hai chủ trương. Chủ trương cho rằng tâm lý quần chúng chỉ là một phần trong khoa xã hội học. Chính Pareto, một nhà xã hội học Ý đã cổ vũ xu hướng ấy và đã được Spencer hưởng ứng. Còn theo Freud trong cuốn *Massen psychologie und Ich-Analyse* thì tâm lý quần chúng chỉ là hiện tượng tâm lý phát sinh do tính dục.

Pareto thì quá thiên về quần đoàn mà quần đoàn là gì nếu không phải là tổng hợp những cá nhân. Freud thì mang cặp kính màu Libido[2] rồi cái gì cũng cắt nghĩa bằng Libido. Cả hai đều có lý song không có lý hoàn toàn. Pareto có lý ở chỗ khi cá nhân tổng hợp có một thứ tâm lý khác hẳn ở chỗ lúc ở riêng biệt. Nhưng đại khái tâm lý quần chúng là chính tâm lý cá nhân. Còn Freud không phải vô lý khi nói tính dục ảnh hưởng mạnh trên sinh hoạt tâm linh quần chúng song không phải chỉ có tính dục ảnh hưởng mà còn bao nhiêu nguyên nhân khác.

---

1. *Tâm lý học đám đông.*

2. Tiếng Anh, chỉ ham muốn tình dục.

II. ĐẶC TÍNH TÂM LÝ QUẦN CHÚNG

Đứng về mặt tuyên truyền, ta cần lưu ý mấy đặc điểm sau đây của tâm lý quần chúng:

1. Cá nhân khi kết hợp thành quần chúng, thụ động và dễ ngoan ngoãn hành động theo đám đông.

2. Vẫn biết quần chúng có nhiều loại vì có nhiều thứ người kết hợp nó lại như người ta nói quần chúng lao động, quần chúng trí thức nhưng hễ là quần chúng thì đại khái người ta hành động giống nhau. Đặc điểm này rút ra một cách hợp lý từ đặc điểm trên.

3. Cá nhân ở riêng biệt khác cá nhân lúc tập hợp vì cá nhân tập hợp hành động bằng tiềm thức nhiều hơn cá nhân riêng biệt. Vì quần chúng hành động thường do kích thích ngoại giới, do bắt chước nên tiềm thức dễ là động cơ điều khiển ngôn hành của họ.

4. Giữa một nông phu và một đại triết gia có thể khác nhau vì biển kiến thức của vị sau này nhưng cả hai không mấy khác nhau về tình cảm, về yêu thương. Trong quần chúng lý trí thường bị tình dục lấn hiếp.

5. Quần chúng vì có xu hướng mạnh hành động do kích hích ngoại lai nên hành động của họ thường là xung động. Họ phản ứng như cái máy, vô ý thức chứ không dụng tâm, hữu ý.

6. Ở một mình cá nhân khi nghĩ đến một việc đập phá còn nghĩ đi nghĩ lại và có thể nhát nhúa. Song cá nhân tập hợp thì dựa vào quần chúng nên táo bạo, coi các hành vi hung ác là thường.

7. Cá nhân riêng biệt hay hồ nghi, lưỡng lự, dè dặt còn cá nhân tập hợp thì mau chóng dứt khoát hành động tức thời và thẳng tay.

8. Quần chúng mà gặp cái gì bất công thì tính hiếu chiến trong họ xô đẩy họ trả đũa tức khắc. Đối với họ không có vấn đề tha thứ.

9. Thấy cái gì bất mãn, quần chúng mà ùa lên thì họ không bao giờ chịu ai tự về. Họ ăn nói vô đoán, hành động độc tài.

10. Giữa quần chúng, tình cảm rất hay lây nên họ rất dễ tin. Họ dễ tin nhất trong những khi có lời đồn đãi về chết chóc, về tình ái, về những biến cố chẳng hạn như nhà cháy, đảo chính, thiên tai.

11. Người đồn một tiếng, người cắt nghĩa một kiểu, quần chúng phóng đại chớp nhoáng một sự kiện. Một nhà cháy thành cả dãy phố cháy. Bị thương nặng thành tử thương.

III. PHẢI THEO ĐỊNH LUẬT TÂM LÝ NÀO ĐỂ NẮM QUẦN CHÚNG

Những khi đặt vấn đề tuyên truyền đối với quần chúng là người ta nhắm nắm dư luận, lèo lái

dư luận, dồn nhét vào quần chúng những ý tưởng, một hay nhiều ý thức hệ. Việc tuyên truyền tuy phát triển mạnh nhờ những dụng cụ tối tân nhưng bao giờ cũng dựa trên những quy luật căn bản về tâm lý quần chúng. Một hình thức của tuyên truyền là quảng cáo. Hình thức của quảng cáo thì vô số. Về quảng cáo người ta có thể viết những pho sách dày. Louis Angé đã viết cuốn *Manuel de Publicité* còn phải viết thêm cuốn *Pour bien faire sa publicité*. Vậy mà vị tất đã bàn hết chuyện về quảng cáo. Tuyên truyền mà quảng cáo cùng vậy luôn phải lấy nền tảng tâm lý cho các phương tiện khoa học phát triển. Tuyên truyền và tâm lý học quần chúng dính liền với nhau như hình với bóng đến đỗi hễ nói tuyên truyền là nắm nhân tâm.

Vậy ta tự hỏi nhà tuyên truyền nên dựa trên những định luật tâm lý nào để thành công sau khi đã biết các đặc điểm tâm lý quần chúng? Dưới đây là những định luật căn bản.

1. Phải ám thị: Ám thị là cứ dồn mãi một hay nhiều ý tưởng vào kẻ mình muốn ảnh hưởng rồi sớm muộn họ cũng hành động theo ý mình. Trong rạp hát, chủ rạp muốn đề cao một đào kép nào thì đặt những người mà người ta gọi là "chim mồi" để vỗ tay hoan nghênh mấy lúc đào kép diễn hay hát

hay. Nghe vỗ tay khán giả vỗ theo. Họ bắt chước, họ hành động vô ý thức. Đó là họ bị ám thị. Tôi quen hút thuốc, đang không hút mà thấy bạn xòng xành thuốc ra, châm lửa, tôi bắt thèm lấy thuốc hút theo. Con người là con vật xã hội, dễ bị ảnh hưởng tốt mà cũng dễ bị ảnh hưởng xấu. Người La Mã có cổ ngạn này rất chí lý: "Gương mẫu hay lây: *exempla trahunt*". Trong xã hội không mấy người dễ chống lại với ảnh hưởng của kẻ xung quanh. Ảnh hưởng của hoàn cảnh, của địa phương, của kẻ mình lân la là ảnh hưởng áp đảo. Vậy khi tuyên truyền bạn phải ám thị. Rồi từ chỗ bị ám thị quần chúng sẽ tự ám thị, nghĩa là nhờ các ý tưởng xâm nhập tiềm thức xô đẩy họ hành động.

2. Phải quả quyết: Quần chúng vốn ít chịu lưỡng lự, có xu hướng cả tin, thích hành động do kích thích bên ngoài, nên muốn nắm họ bạn phải quả quyết. Đừng nói gì với họ mà nói lưỡng lự. Không nên tuyệt đối đến thành huênh hoang nhưng đừng tỏ ra cẩn thận, đè dặt thái quá. Điều gì suy tinh kỹ thì nói hay viết quả quyết. Nhiều lần quả quyết dồn nhét được ý tưởng vào tim óc quần chúng, ý tưởng ấy ám thị họ và họ hành động nhiều khi như cái máy. Khi ở một mình cá nhân còn cân đo chứ khi tập hợp cá nhân xung động. Càng nghe quả quyết, họ càng hăng hái tin tưởng. Càng nghe quả quyết quần chúng càng

lười suy nghĩ và họ lây cho nhau cuồng tín để nói năng, hành động. Những diễn giả nào trước quần chúng nói như mưa to gió lớn thì quần chúng say mê, còn ai rủ rỉ phân tích trầm ngâm thì bị họ chán chê ra mặt.

3. Phải kéo dài quả quyết: Đã đập mạnh vào cân não quần chúng rồi còn phải cho họ có thời giờ khắc tạc điều ta quả quyết vào đó. Đừng nói phớt phớt qua loa mà khiêu gợi trí nhớ. Không nên cà nhây kéo dài chán ngán nhưng đừng vắn tắt, chớp nhoáng quá khiến dễ quên và bỏ qua.

4. Phải tùy: Tùy người, tùy lúc, tùy nơi mà nhắm nhìn tâm thì thiên hạ mới nghe theo mình. Cho được vậy nhà tuyên truyền cũng như nhà quảng cáo phải rành tâm lý ứng dụng. Theo Arren trong cuốn *Sa najesté la publicité* thì họ có "bẩm phú" văn chương, lùng biện, nghệ thuật, phải biết tính toán, viết lách, thuyết phục, phải thông vừa đủ về chính trị, xã hội phải quen kỹ thuật hội họa, phải biết thời cuộc, đọc các nhật báo, tạp chí, phải hợp thời và theo đòi thời sự.

5. Ảnh hưởng giới ảnh hưởng: Có hạng người không lợ cho ta trực tiếp, mà họ có một chu vi ảnh hưởng rộng, họ nói nhiều kẻ nghe. Nắm được họ một là nắm trong quần chúng hàng trăm.

6. Phải đắc nhân tâm: Nói viết, hành động, tỏ thái độ gây thiện cảm. Tuyên truyền mà ai cũng ghét thì kể như hốt thất bại.

7. Đề phòng mọi trở lực: Phải thấy trước bị phản ứng, bị chỉ trích ra sao. Nghiên cứu kỹ lợi hại, tiến thoái làm sao, đối đáp lại cách nào? Dù trở lực đến đâu, phải trì chí. Kiên nhẫn đảm bảo thành công.

8. Nói nhiều cái lợi của quần chúng: Bất cứ giới nào trong xã hội, ai thấy không có lợi thì không bao giờ tích cực hưởng ứng. Biết vậy, khi quảng cáo một món hàng, bạn đừng chỉ nhắm lo bán cho được mà phải phân tích cho khách hàng thấy những đặc sắc của món hàng. Ruồi mà biết mật thì mật khỏi tốn công mời.

9. Phải thành thực: Định lừa bịp thì chỉ gạt trong một thời gian lại có khi còn lĩnh những ác quả. Lòng thành tự nó hấp dẫn. Có thành thực lời nói mới có lửa thiêng, người nghe mới quyết tín.

10. Phải minh bạch và tiết kiệm: Những gì thuộc giấy tờ, phải rõ rệt: Chữ in, hình vẽ, dễ đọc, sáng sủa. Làm gì chuẩn bị trước cẩn thận. Từ một cuộc hội thảo, đến buổi diễn kịch, mít tinh, biểu tình phải sắp đặt trước chu đáo, phân công rành mạch, kiểm soát chặt chẽ.

Sau hết, phải liệu cơm gắp mắm. Làm gì mà không tiền kể như thất bại tận gốc. Không thờ lạy tiền mà thiếu nó thì chuyện Trời chuyện Phật gì cũng khó thành. Thấy trước các phương tiện, tránh các tổn phí vô ích. Tuyên truyền mà phung phí là nổ súng vào chỗ không người. Nhiều tờ báo ra lo trả nợ quảng cáo xong thì gần đóng cửa.

Tuyên truyền cách nào?

"Truyền bá tư tưởng là nói về tư tưởng
khắp mọi nơi kể cả trên xe lửa nữa..."

– Bác sĩ Goebels

ĐẠI YẾU

I. Xác định ý nghĩa mấy tiếng chiến lược và chiến thuật.

II. Chiến lược, chiến thuật chính trị trong tuyên truyền.

III. Chiến lược, chiến thuật tuyên truyền ngoài chính trị.

IV. Chiến lược, chiến thuật tuyên truyền đối với những thủ lĩnh quần chúng.

V. Mật pháp truyền giáo của Đức Giêsu.

I. XÁC ĐỊNH Ý NGHĨA MẤY TIẾNG CHIẾN LƯỢC VÀ CHIẾN THUẬT

Chiến lược là mưu đồ trường kỳ gồm những công tác đấu tranh cho một mục đích. Chiến thuật là mưu đồ đoản kỳ gồm những công tác đấu tranh cho một mục đích. Chiến lược bao gồm chiến thuật. Chiến thuật là những thành phần của chiến lược. Chiến lược là kế hoạch tổng bộ còn chiến thuật là kế

hoạch cục bộ. Chiến lược là con đẻ của óc tổng hợp và phân tách nặng về tổng hợp hơn.

Chiến thuật là con đẻ của óc tổng hợp và phân tích mà nặng về phân tích hơn.

Chiến lược là phần việc của người tham mưu của lý thuyết gia.

Chiến thuật là phần việc của người tuân lệnh hành động.

Về mặt ngôn ngữ thì tiếng *chiến lược* ta mượn tiếng *lược* trong hai tiếng *Tam lược* là tên một binh thư của Tàu mà nhiều người nói tác giả là ông Thái Công Vọng. *Tam lược* là tướng lược, quân lược và trận lược.

Về mặt ngôn ngữ thì tiếng chiến thuật ta có nhờ ghép lại hai tiếng *chiến* là đấu tranh và *thuật* là phương pháp.

Cả hai danh từ *chiến lược, chiến thuật* vốn là những danh từ dùng trong quân sự. Ta lấy tiếng *chiến lược* dịch tiếng *Stratégie* còn tiếng *chiến thuật* dịch tiếng *Tacique* của người Pháp. Tiếng *Stratégie* ra bởi tiếng *Stratège,* là chiến lược gia. Mà *Stratège* gốc bởi hai tiếng Hy Lạp: *Stratos* là quân đội, *agein* là điều khiển. Còn tiếng *Tactique* thì phiên âm bởi tiếng Hy Lạp *Taktiê* có nghĩa là nghệ thuật dụng binh ở chiến

trường. Ngày nay ngoài quân sự, người ta dùng chiến lược, chiến thuật để nói về mưu kế đấu tranh trường kỳ, về kỹ thuật đấu tranh đoản kỳ trong các lĩnh vực từ chính trị, tôn giáo đến văn hóa xã hội.

II. CHIẾN LƯỢC, CHIẾN THUẬT CHÍNH TRỊ TRONG TUYÊN TRUYỀN

Cho các nước độc tài dưới bất cứ hình thức nào nhất là độc tài Phát xít thì tuyên truyền là bí quyết hành động xây dựng, củng cố chính quyền chuyên chế. Nhà chính trị độc tài hiểu bản chất của tuyên truyền là chuyên chế. Ta nói thẳng rằng tuyên truyền hiểu theo họ là nhồi sọ. Một hình thức tổ chức chu đáo của tuyên truyền là giáo dục. Giáo dục kiểu độc tài không phải là giúp con người phát triển toàn bị về các phương diện mà là đúc khuôn con trẻ thành những mẫu người có đóng con dấu hệ thông chính trị độc tài. Đọc cuốn *Mein Kampf*[1] của Hitler bạn thấy ông trùm độc tài Phát xít chủ trương mục đích tối hậu của giáo dục không gì khác hơn là tạo con trẻ thành một "người Đức toàn bị" nghĩa là thành người hồn xác phục vụ nhà nước Phát xít.

Nói tắt, tuyên truyền theo quan niệm, chính trị độc tài là lợi khí số một để uốn nắn quần chúng thâm nhiễm ý thức hệ chuyên chế, say sưa, phục vụ

---

1. Cuộc tranh đấu của tôi.

thành trì nhà nước chuyên chế. Cán bộ tuyên truyền theo chủ trương này nói theo kiểu Goebbels[1] phải trở thành một nghệ sĩ hiểu theo nghĩa thấm nhuần đường lối của chế độ độc tài, đam mê uốn nắn nhân dân theo mẫu người của chế độ ấy.

Hiểu theo nghĩa chính trị thông thường thì tuyên truyền là lợi khí mà chính quyền dùng để phổ biến chủ nghĩa, chế độ, chủ trương của mình. Tuyên truyền hoặc ở quốc nội hoặc ở quốc ngoại. Tuyên truyền mà nhắm đánh bại tinh thần của địch thì gọi là chiến tranh tâm lý. Trong giới người trung lập, lông bông chưa có lập trường, tuyên truyền cổ vũ họ về chính nghĩa. Đối với những phần tử thiện chí mà lỡ lầm chiến đấu trong hàng ngũ địch thì tuyên truyền đóng vai trò chiêu hồi.

III. CHIẾN LƯỢC, CHIẾN THUẬT TUYÊN TRUYỀN NGOÀI CHÍNH TRỊ

Bảo tuyên truyền chỉ để nhồi sọ chính trị theo kiểu độc tài đã là lầm to mà bảo tuyên truyền chỉ dùng trong chính trị cũng không đúng nữa. Trong một chương trên chúng ta định nghĩa tuyên truyền đơn sơ là dùng mọi kỹ thuật khoa học để truyền bá

---

1. Goebbels (tên đầy đủ là Paul Joseph Goebbels, 1897-1945): Chính trị gia người Đức, từng giữ chức Bộ trưởng Bộ Giác ngộ quần chúng và Tuyên truyền của Đức Quốc xã từ năm 1933 đến 1945.

tư tưởng trong quần chúng. Mà tư tưởng đâu phải chỉ có tư tưởng chính trị, lại càng không phải chỉ có tư tưởng chính trị độc tài. Nếu tuyên truyền dùng để truyền bá tư tưởng chính trị thì cũng dùng để truyền bá tư tưởng tôn giáo, văn hóa, xã hội... Ở Việt Nam trong mấy năm khói lửa gần đây, người ta hiểu tuyên truyền với một nghĩa đặc biệt là lợi khí truyền bá chính trị của chính quyền. Trong sách này để tránh lối hiểu thiên vị đó, thỉnh thoảng tôi dùng danh từ truyền tưởng và nếu có dùng danh từ tuyên truyền thì cũng dùng với nghĩa đó.

Có điều cần lưu ý là trong các lĩnh vực tôn giáo, triết lý, xã hội, xưa nay ở nhiều nơi, người ta còn ngại dùng kỹ thuật khoa học để truyền tưởng. Tôi nói ngại là cố ý nói không phải người ta chê hẳn các phương tiện tối tân mà người ta tưởng các phương tiện ấy có vẻ chính trị, có vẻ vật chất, có vẻ bịp bợm hay sao không biết mà ít dùng. Dần dần tinh thần tổ chức công việc theo khoa học làm cho người ta gột tẩy được mặc cảm bất lợi ấy. Khi khai sáng mặt trận Công giáo dân và làm chủ tịch Hội đồng chỉ đạo trung ương của tổ chức ấy, trong câu chuyện với một linh mục nổi tiếng đấu tranh, tôi nói: "Cái tội của Công giáo Việt Nam đối với Tổ quốc là có cuốn *Kinh thánh* như có vàng khối mà không dùng các phương tiện khoa học, làm cho đồng bào biết và

ham đeo". Tôi nghi việc tiêu diệt tà thuyết cần thiết mà việc phổ biến chính thuyết cần thiết hơn. Hễ ánh sáng – thật ánh sáng – mà tủa ra thì bóng tối phải rút lui. Không riêng gì trong lĩnh vực đạo giáo, ở các địa hạt khác như triết lý, văn hóa, xã hội, tại sao người ta không tận dụng các phương tiện khoa học để truyền bá tư tưởng.

IV. CHIẾN LƯỢC, CHIẾN THUẬT TUYÊN TRUYỀN ĐỐI VỚI NHỮNG THỦ LĨNH QUẦN CHÚNG

Thấy một hệ thống triết lý được truyền bá sâu rộng, một tôn giáo có đông tín đồ, chắc thỉnh thoảng bạn tự hỏi các thủ lĩnh quần chúng dùng mật pháp nào mà thành công?

Đọc tiểu sử những vĩ nhân trong các lĩnh vực quân sự, chính trị, khoa học, bạn thấy uy thế họ to tát quá, bạn ngạc nhiên không biết tại sao mà từ thời họ đến ngày nay họ được muôn vạn người tôn kính.

Nói về nguyên nhân, tôi thấy phức tạp: quần chúng như một đống bột vô định hình, các danh nhân như những cái khuôn: Mỗi người xây thế lực, uy tín và gây ảnh hưởng mỗi cách. Các vĩ nhân không phải mọi người đều sùng bái giống nhau. Bạn ca tụng Napoleon thì tôi tán dương Alexandros Đại đế, còn kẻ khác tôn thờ César, Trần Hưng Đạo. Tín đồ Thiên

Chúa giáo thì coi mỗi trang đời của chúa Giêsu là vàng ngọc nhưng Phật tử thì coi Thích Ca mới là giáo tổ số một, tín đồ Hồi giáo coi Mahomet là đấng cứu thế vô tiền khoáng hậu và các đạo hữu Cao Đài, Hòa Hảo, Bahai lại nghĩ khác nữa, khác quá xa các đảng viên Cộng sản nhìn Karl Marx, Lenin. Nếu tôi chỉ biết ông Ferdinand de Lesseps[1] hoàn thành việc đào kinh Suez thì tôi cùng các vua chúa, các chính phủ đặt ông lên bàn thờ vĩ nhân ca tụng không tiếc lời. Nếu tôi chỉ biết ông Ferdinand de Lesseps, không phải ông Lesseps đào kênh Suez mà ông Lesseps đào kênh Panama thất bại thì tôi sẽ hùa theo ông chính thẩm nào đó mà mắng Lesseps là một tên điếm, một lão đại bợm. Người mọi nơi và mọi thời đều mang cặp kính màu chủ quan để nhìn các vĩ nhân.

Tuy nhiên có một gia tài mà mỗi vĩ nhân đều hưởng chung, ai cũng có phần nấy cả là số quần chúng mà họ ảnh hưởng. Khi mổ xẻ tâm lý tuyên truyền ta chỉ muốn mổ xẻ vấn đề ấy thôi. Phân tích các nguyên nhân phức tạp của sự nghiệp các thủ lĩnh quần chúng ta thấy đại khái có những yếu tố quan yếu này:

Bạo lực đàn áp.

Tài trí siêu quần.

---

1. Ferdinand de Lesseps (1805-1894): Nhà ngoại giao người Pháp, còn được biết đến với tên gọi Tử tước de Lesseps.

Đạc nạnh quần thế.

1. Dùng bạo lực để nắm quần chúng, đó là trường hợp của những bạo chúa, những bạo tướng như Néron, Tần Thủy Hoàng, Thành Cát Tư Hãn, và hầu hết những ai dùng vũ lực để xây tên tuổi của mình trên xương máu sinh linh. Thường thì những bạo nhân không ai gọi họ là vĩ nhân nhưng ai cũng phải nhận rằng nhờ bạo lực họ nắm một số quần chúng. Nhưng tiếng bạo lực được hiểu theo một nghĩa nhẹ hơn, có phần thanh cao hơn, và nhờ nó mà những Alexandros Đại đế, César, Napoleon, Quang Trung thành vĩ nhân. Nói nhờ bạo lực bạn đừng hiểu đơn sơ là chỉ có bạo lực mà bất cần tài ba lãnh đạo, tổ chức rồi những bực ấy thành bất hủ. Ta chỉ muốn nói yếu tố nổi bật nhất trên các yếu tố xây dựng bàn thờ vĩ nhân của họ thôi. Ta thử xét trường hợp điển hình của Napoleon để ý thức vai trò của yếu tố bạo lực. Bạn thử tưởng tượng giùm tôi nếu Napoleon không phải là một Napoleon nắm trong tay hàng vạn tinh binh, đi đến đâu thì sông phải cạn, núi phải tan, mấy mươi năm trời như thần sấm sét đầu thai, đã làm vua chúa Âu châu tán đởm kinh hồn, nếu Napoleon mà xuất thân như thần Mars[1] hiện hình như vậy thì ông có phải là vĩ nhân như người ta ca tụng ngày nay không?

---

1. Thần Mars: Vị thần chiến tranh trong thần thoại La Mã cổ, tương ứng với *thần Ares* trong thần thoại Hy Lạp.

Napoleon danh nhân là Napoleon ngày nào oai nghiêm ra lệnh cho những lão tướng như Augereau[1], Vandamme[2], ngày nào như trời long đất lở xua quân qua Ý, Ai Cập chứ không phải Napoleon ngồi cù rũ tại đảo Sainte Hélène đâu. Động cơ thế lực của ông là bạo lực. Hết bạo lực là ông trở về địa vị một phàm nhân. Tên lính gác ngục của ông chưa chắc sùng kính ông như tôi và bạn. Trường hợp của Napoleon cũng là trường hợp của vô số người nắm bạo lực lúc sinh tiền. Thế lực của họ đóng khung trong một giai đoạn lịch sử. Lòng tôn sùng của người đời nơi họ thường không toàn vẹn vì người đời nhìn các anh hùng gươm giáo bằng những cặp kính màu khác nhau.

2. Dùng tài trí để xây giường thờ trong tâm địa người đời vạn kỷ, đó là trường hợp của những danh sĩ, những triết gia, những nhà phát minh trong những ngành khoa học, và những nhà phiêu lưu mạo hiểm. Khi nói dùng tài trí ta không cố ý loại bỏ yếu tố đạo hạnh. Thường những danh nhân thuộc loại này là những bực giàu đức tính tốt đẹp nhất là đức kiên nhẫn. Ta chỉ muốn nói tài trí nổi bật nhất thôi. Đọc

---

1. Pierre Augereau (1757-1816): Thống chế Pháp và Công tước xứ Castiglione.

2. Dominique-Joseph René Vandamme (1770-1830): Sĩ quan quân đội Pháp chiến đấu trong các cuộc chiến tranh của Napoleon.

tiểu sử đời họ, danh sĩ thì như Homère, Pindare[1], Sophocle[2], Plaute[3], Cicéron, Virgile, triết gia thì như Socrate, Saint Thomas d'Aquin[4], Jean Paul Sartre[5], khoá học gia thì như Edison, Einstein, Marconi[6], nhà phiêu lưu mạo hiểm thì như Christopher Columbus, Magellan, Marco Polo, ta thấy họ là những con cưng của Trời ở chỗ có bộ óc siêu quân bạt chúng. Người đồng thời và hậu thế dành cho họ lòng sùng mến thường bất di dịch. Ta thử tìm hiểu một vài nét về đời tư của một trong các bậc trên coi như trường hợp điển hình, trường hợp Marconi.

Mỗi lần vặn máy thu thanh, bạn có nhớ ai là cha đẻ của nó không? Bạn có dè chính Guglielmo Marconi là người đã cho ta những giây phút thần tiên kê bên tai thu nhận tin tức từ bốn biển hay những giọng oanh ca đắm đuối, những truyền thanh ca kịch

1. Pindare (517-438 TCN): Nhà thơ trữ tình của Hy Lạp cổ đại.

2. Sophocles (?-406 TCN): Một trong ba nhà viết kịch thể loại bi kịch nổi tiếng nhất của Hy Lạp cổ đại.

3. Plaute (?-184 TCN): Nhà viết kịch La Mã.

4. Thomas d'Aquin (1225-1274): Tu sĩ, linh mục dòng Đa minh người Ý, đồng thời là nhà triết học chủ nghĩa kinh viện.

5. Jean-Paul Charles Aymard Sartre (1905-1980): Nhà triết học, nhà soạn kịch, nhà biên kịch, nhà văn và nhà hoạt động chính trị người Pháp.

6. Guglielmo Marconi (1874-1937): Nhà phát minh người Ý, cha đẻ của ngành truyền thanh.

có những câu ngâm mê hồn không? Hồi 20 tuổi ông nhờ Trời cho được bà mẹ giúp ông lên mau trên đường sự nghiệp. Bà đã xin phép chồng dành cho Marconi một phòng trên gác để ông yên tĩnh làm việc. Thời ông đã có điện tín và điện thoại. Ông muốn làm sao truyền âm thanh qua không gian mà không dùng dây. Đã nhiều lần, ông bị cha là Giuseppe Marconi phản đối. Ông lén làm việc trong sự nghi ngờ lắm lúc cười ngạo của người cha. Ông kiên chí, lục đục trên căn phòng chật như nêm của ông tựa những con chuột không kể ngày đêm. Năm 1895 ông chế ra được cái máy có thể truyền tin đi cách vài ngàn thước. Ông được ông Preece giới thiệu với sở bưu điện để ông trình bày máy của ông. Máy của ông lúc bấy giờ đã cải thiện khá là cả hai bên đều vừa thâu vừa phát. Ông thí nghiệm lần này kết quả như ý: Máy đặt ở bên kia bờ sông Tamise. Lúc ông mở máy, giữa một số đông nhà thông thái, kỹ nghệ gia, thương gia, tiếng từ bên kia sông đáp lại. Ai nấy ngạc nhiên, không tiếc lời ca ngợi ông. Năm 1897 ông thí nghiệm cho vua Ý và nhiều nhà bác học Ý xem. Máy lúc này có thể truyền tin đi hằng mấy chục cây số. Tiếng tăm của ông dậy như cồn, lan rộng khắp Âu châu. Năm 1899 ông dùng vô tuyến điện truyền tin đi qua biển Manche rồi qua Đại Tây Dương. Các báo lên trang nhất ảnh của ông và đề cập công trình của ông như một việc thần thánh. Lúc ấy chính Edison vì cho là lạ lùng quá, tưởng Marconi

bị mê hoặc. Lúc gặp ông ở Hoa Kỳ, Edison tỏ ra rất quý mến ông. Năm 1909 ông được nhận giải Nobel về vật lý học. Đến năm 1921 máy thâu thanh mới được cải thiện chu đáo và lưu dụng. Sau khi đã bước lên bậc chót của nấc thang danh dự, Marconi gặp nhiều chuyện rủi liên tiếp: Ông hết bị chột mắt thì công ty của ông phá sản. Mấy năm sau cuối đời ông, ông nghiên cứu về các máy radar và vô tuyến truyền hình. Ông mất năm 1937 để lại cho nhân loại một gia tài mà ích lợi không ai đo lường nổi.

Con người chiếm một chỗ rộng trên chiếu danh nhân thế giới như vậy mà sống rất đơn sơ. Bán bằng phát minh hằng chục triệu bạc mà mua chiếc xe máy để đi làm, ăn uống đạm bạc. Tính tình khiêm tốn, ít nói, cư xử ôn tồn, nhã nhặn. Thích đọc sách, vùi đầu trong máy móc và đi du lịch. Nếu ai hỏi bạn xưa nay người nào đã vượt Đại Tây Dương 87 lần thì bạn nhìn máy thâu thanh mà nới cha đẻ của nó. Ông thọ trung bình, danh vọng lên tận mây xanh mà đời sống của ông vất vả, hạnh phúc gia đình cũng không mấy khả quan vì 53 tuổi ông mới kết hôn. Đọc qua dòng tiểu sử trên, bạn thấy Marconi chiếm được lòng tôn kính nơi bạn là do tài trí của ông xuất chúng. Các danh nhân mà trí tuệ hơn người đều là những người càng đọc họ, ta càng thấy, tạo hóa không quá hẹp hòi vì đã cho nhân loại những bộ óc chìa khóa để mở dần dần những cánh cửa bí mật trong bộ máy huyền vi của vũ

trụ và con người. Gần gũi họ ta thấy đời họ chỉ biết phục vụ nhân loại. Cá nhân họ, họ làm cho khuất bóng đi và thiên tài của họ rực rỡ lên chiếm đoạt lòng quý mến của ta. Sự liên can của đời họ với kẻ đương thời không giống như của những anh hùng dùng bạo lực gây sóng gió, não sầu, chết chóc. Ngay những yếu đuối, lỗi lầm của họ ta thấy mến họ hơn vì chúng chỉ quây quần trong phạm vi đời tư của họ. Tôi cho rằng họ thuộc dòng giống của những anh hùng đạo hạnh hơn những anh hùng bạo lực.

3. Anh hùng đạo hạnh. Những danh nhân mà tôi bàn dưới đây không phải là những ngai vàng xây trên biển máu núi xương, những bộ óc khuynh thời đảo thế cũng không phải những thần đồng trí nhớ như Bidder[1] mới 10 tuổi mà trong hai phút cho đáp số tiền lời của bài toán 4444 Anh kim, mỗi năm cho vay 4 phân rưỡi mà trong 4444 ngày, những Virgile[2] viết trang La văn nào trong *Bucolique, Georgiques, Enéide*[3], cũng trong sáng như mắt thần thơ hiện hình, những Henry Ford từ 1927 mà mỗi ngày sản xuất 7.000 chiếc

---

1. Tên đầy đủ là George Bidder. Câu chuyện của nhân vật được trích trong trong cuốn *The Works of Samuel Foote* (1830) của Samuel Foote và John Badcock.

2. Virgile (70-19 TCN): Nhà thơ lớn của La Mã cổ đại, đồng thời là cha đẻ của thể loại thơ sử thi.

3. Ba tác phẩm thơ nổi tiếng của nhà thơ Virgile.

ô tô, năm 1947, qua đời, ông 83 tuổi để lại gia tài lối tỷ bạc. Nhùng tên tuổi bất hủ mà tôi muốn bạn lưu ý nhất khi xét về thuật truyền bá tư tưởng là những anh hùng đạo hạnh. Nhấn mạnh yếu tố đạo hạnh không có nghĩa là phủ nhận yếu tố tài trí hay bảo rằng đời các thánh nhân không hề có những bước vấp ngã. Trừ Chúa Giêsu là Thượng đế giáng trần, hết các thánh nhân, kể cả những người được thần hóa vì lòng say mê tôn kính của người đời, đều là những kẻ cũng có lúc tội lỗi như bọn chúng ta. Không biết bạn thì sao, riêng tôi thấy đời các thánh nhân có điểm sâu sắc này là có nhiều việc của họ ít chói lọi, đời của họ có lúc rất âm thầm mà ảnh hưởng của họ ăn ruồng sâu rộng đời này qua đời kia. Xin bạn buông sách xuống dùng ít phút thinh lặng thử tưởng tượng giùm tôi những hiện tượng dưới đây. Do đâu mà chỉ mấy mươi năm nay mà Cao Đài, Hòa Hảo mỗi đạo có trên 2.000.000 tín đồ? Rồi cả Á châu này bóng cây bồ đề ngự trị trong bao nhiêu tâm hồn Phật tử. Không riêng gì Á châu mà cả Âu Mỹ, hình ảnh Thánh Gandhi, nhất là Khổng Tử đã khắc sâu tận đáy lòng bao thế hệ. Và tôi khỏi nhắc, bạn cũng không quên được con người chết treo cổ trên thập giá vì tội lỗi nhân loại, con người mà cuộc đời tuyệt đối trong sạch, thánh đức đã dùng dấu hiệu thánh giá đặt ngai vàng của mình trong tim óc của ngoài 600 triệu Công giáo đồ, không biết bao nhiêu tỷ người thiện chí khắp hoàn cầu. Thú thật với

bạn, mỗi lần giở một trang *Tứ thư* hay *Ngũ kinh*, mỗi lần nhớ vụ tên Golse đổ máu Thánh Gandhi, mỗi lần gặp một nhà sư, mỗi lần coi lại trang *Coran*, mỗi lần bước chân vào một thánh dường, tôi "bất sợ", một thứ sợ huyền bí, bất nghĩ ngợi về uy lực thánh đức của những bậc anh hùng đạo hạnh. Lý do mạnh nhất thúc đẩy tôi viết cuốn sách bé này đến tay bạn là tôi cứ tự hỏi do đâu mà họ gây ảnh hưởng được trong quần chúng một cách kinh khủng như vậy. Do thần lực ư? Tôi không dám xét vấn đề đó. Tôi chỉ nghĩ vấn đề họ dùng những bí quyết phàm tục nào? Đọc kỹ cuộc đời của những vĩ nhân đạo đức từ Khổng Tử, Thích Ca, Chúa Giêsu, Thánh Gandhi, tôi thấy khi phổ truyền tâm tưởng của mình không có vị nào làm cái việc mà ngày nay người thời đại ta gọi là tổ chức công việc theo khoa học, tôi lại cũng không thấy các vị theo chiến lược, chiến thuật nào hoạch định thật rành mạch. Thế tại sao họ lại thành công huy hoàng quá. Họ giống anh hùng bạo lực ở chỗ nắm được số đông người đồng thời, mà hơn hẳn ở chỗ khi chết rồi uy danh cứ gia tăng. Họ giống anh hùng tài trí ở chỗ cao trí, chiếm số lớn nhân tâm đồng thời, mà vượt hẳn các kẻ này ở chỗ đạo đức và sau khi qua đời các thế hệ tiếp tục sùng kính. Nghĩ kỹ tôi thấy mật pháp số một của họ là đức hạnh.

Đức Thích Ca đang là thái tử sống trong nhung lụa với vợ đẹp con xinh mà dùng dùng bỏ hết ra đi

tìm đạo. Thấy chúng sinh oằn oại trong biển khổ lòng Ngài chua xót nhất định tự giác để giác tha. Dưới cội bồ đề, Ngài đã luyện được một trong những đức căn bản là điềm đạm lúc tham thiền. Bọn Ma Vương phá rối, Ngài nói: "Bao giờ ta chưa cứu độ chúng sinh ta chưa nhập Nát bàn". Trên đường truyền đạo, bị nhiều bọn giả tu phá phách, Ngài khuyên đệ tử nhẫn nại, ôn hòa lấy chính đạo thu phục nhân tâm. Ngay giữa quê hương của Ngài kẻ trên trông xuống người ngoài ngó vô mà Ngài thản nhiên hành khất sống đúng mực lề lối tu hành theo trung đạo của mình.

Còn Đức Khổng Tử? Hồi nhỏ học *Lục Vân Tiên*, thấy Đồ Chiểu nói:

Thương thì thương đức thánh nhân
Bị vây Tống Vệ Khuông Trần Kiệt Lương.

Tôi ít để ý. Về sau nghiên cứu Nho học tôi mới thấy cái bước hoạn nạn của Khổng Tử trong thời chu du thiên hạ. Đến Vệ, vua Vệ không dùng. Đến Khuông, ai nấy tưởng là tên bạo nhân Dương Hổ nên phá phách. Bất dắc dĩ tiếp nàng Nam Tử bị dị nghị là chạy theo sắc đẹp. Qua Tống, vua Tống muốn bắt giết. Khổng Tử muốn làm một công việc cho xã hội Trung Hoa giông giống của Socrate làm cho xã hội Hy Lạp. Mà bị trở lực chồng lên trở lực. Lão Tử khuyên ông đừng chu du nữa về nhà lập ngôn cũng phải. Tôi thấy Khổng Tử gặp tai nạn cũng bùi ngùi như Đồ Chiểu

trong câu thơ trên. Nhưng điều làm cho tôi khâm phục đáng được tôn lên hàng vạn thế sư biểu là nhân đức của ông. Nhờ *Luận ngữ* ta biết ông:

– Là người nhân hậu. (Ngồi gần người có tang ăn không no: *Tử thực u hữu tang giả chi trắc vị thường bão giả.* – Thuật nhi-VII).

– Là người ôn hòa mà nghiêm trang, oai phong mà không dữ (*Tử ôn nhi lệ, uy nhi bất mãnh.* – Thuật nhi-VII).

– Là người hãm xác (*Tử chi sở luận.* – Trai thuật nhi-VII).

– Là người giữ tín với bạn bè (*Bằng hữu tín chi.* – Thuật nhi–VII).

– Là người khiêm tốn, tài cao đức cả mà thích tự hạ (*Nhược thánh dữ nhân, tắc ngô khởi cảm.* – Thuật nhi–VII).

Còn Chúa Giêsu thì sao? Trong các hiền triết hay giáo tổ của nhân loại, tôi thấy chỉ có Khổng Tử là người được lịch sử cho biết khá minh bạch có những đức tính gần với của Chúa Giêsu nhất. Có điều là Chúa Giêsu đã đưa các nhân đức Người giữ lên đến mực siêu phàm và không phàm nhân nào sánh kịp. Dưới đây là những điểm son lộng lẫy đã làm cho người trở thành nhân vật đứng đầu sổ các giáo tổ, cả vĩ nhân, thánh nhân của loài người.

- Là con Thượng đế, là chính Thượng đế giáng trần thuộc dòng dõi vua David mà tự hạ đến đỗi ra đời trong chuồng bò lừa (xin đọc sách *Isaie* và 4 *Phúc âm Gioan, Mátthêu, Mátcô* và *Luca*).

– Cả đời sống độc thân mà tuyệt dối – tôi nói tuyệt đối – thanh khiết (Xin bạn chỉ giùm tôi một trang sử nào chính lục mà nói ngược lại điều đó).

– Là người khiêm tốn (Nếu ai muốn làm lớn nhất, phải làm đầy tớ rốt hết mọi người – *Phúc âm Mátcô* IX-33).

– Là người công bình (Của Xêxa thì trả cho Xêxa, của Thiên Chúa thì trả cho Thiên Chúa – *Mátcô* XII-14).

– Là người ý thức trách nhiệm của mình (Thế gian không thể ghét anh chị em. Nhưng họ ghét tôi vì tôi phản đối họ rằng: Công việc của họ là xấu – *Gioan* VII-7).

– Là người xả thân hoàn toàn (Chúa Giêsu nói cùng một thanh niên: Nếu cậu muốn hoàn thiện thì bán hết gia tài bố thí cho bần nhân. *Luca* – XVIII-18).

– Là người khoan dung (Thánh Phêrô hỏi Chúa có phải tha lỗi cho người ta 7 lần không, Chúa đáp: Tôi không bảo tha 7 lần mà phải tha đến 77 lần. – *Mátthêu* XVIII-21).

– Là người hiền hậu (Quân tử đánh đập người trước mặt Thầy cả thượng thẩm, Người trả lời êm ái:

Nếu tôi nói sai thì ông hãy chứng minh, còn nếu tôi nói phải tại sao ông đánh tôi. – *Gioan* XVIII-23).

– Là người nghèo khổ (Phúc thay những ai nghèo khổ trong lòng vì nước trời là của họ. – *Mátthêu* V-3).

– Là người vị tha, bác ái (Hãy yêu người thân cận như chính mình. – *Mátthêu* XXII-36. Hãy yêu kẻ thù địch và cầu nguyện cho kẻ bắt bớ anh em. – *Mátthêu* V-44).

Tóm lại, xét qua ba bậc anh hùng bạo lực, tài trí và đạo hạnh, ta thấy ảnh hưởng trong quần chúng mà sâu rộng, bền bỉ là những anh hùng tài trí nhất là những anh hùng đạo hạnh.

V. MẬT PHÁP TRUYỀN GIÁO CỦA ĐỨC GIÊSU

Vẫn biết đạo Chúa Giêsu sở dĩ ngày nay bành trướng vĩ đại là do thần lực, do các phép lạ lúc Chúa còn ở dương trần, nhưng lấy con mắt phàm tục mà xét, ta thấy Chúa áp dụng nhiều bí quyết mà xưa nay các thủ lĩnh quần chúng có thực đức thực tài hay áp dụng để truyền bá tư tưởng.

Dốc hết tâm huyết vào sứ mệnh cứu thế: Chúa chuẩn bị cuộc truyền giáo đến 30 năm để hoạt động chỉ có ba năm thì ly trần. Trong ba năm Chúa lặn lội hết thành thị đến thôn dã, ăn rừng ngủ bụi, qua hết biển hồ này đến băng các đồi núi nọ. Chưa thấy một

giáo tổ, một nhà truyền bá tư tưởng nào mà tận tụy với lý tưởng của mình như Chúa.

Cư xử cực kỳ bình dân với quần chúng: Sinh ra đã sinh trong cảnh bần gia. Lớn lên trong giới lao động. Lúc truyền giáo thì ăn chung ngủ chạ với môn đồ, có lúc ngồi ẩm thực với hạng người mà xã hội thời ấy chê là bọn bịp bợm, tham ô. Khi trong đền thờ, lúc ở bờ biển, sườn đồi, Chúa đứng giữa quần chúng trùng trùng điệp điệp rao giảng chân lý cứu rỗi.

Tha thiết yêu mến quần chúng: Có lần khi nghe Chúa, quần chúng đói khát, Chúa làm phép lạ cho một ít cá bánh ra đầy rẫy quần chúng ăn no mà còn dư thừa. Bạn thử đọc mấy lời này của Chúa trong *Phúc âm Mátthêu* XVIII-10 để ý thức lòng quyến luyến của Chúa đối với đối tượng mà Chúa truyền giảng chân lý: "Nếu ai có 100 con chiên mà một con lạc mất thì họ chẳng để 99 con trên núi mà đi tìm con đã lạc ư? Nếu tìm được nó, quả thực tôi bảo các anh em: Người ấy vui mừng vì nó hơn 99 con không lạc". Dụ ngôn về đứa con hoang trở về cũng chứng minh lòng Chúa yêu thương phàm nhân tội lỗi đến bậc nào.

Huấn luyện cán bộ chu đáo bằng tình yêu và gương mẫu: Chúa chọn 12 cán bộ đầu tiên trong giới người thất học, quê mùa. Sống trong ba năm gần gũi họ, Chúa huấn luyện họ chu đáo về lý tưởng *Phúc âm*, huấn luyện bằng tình sư đệ chứa chan và bằng gương

sống thánh thiện. Bạn thử tưởng tượng có mười mấy người mà sau khi Chúa ly trần, Thiên Chúa giáo phát triển lộng lẫy đến cỡ nào. Chỉ một Phêrô thôi giảng một lần 5.000 người xin tòng giáo.

Ngày nay trong các đạo, ngoài đời người ta đào tạo nhân viên, cán bộ ra sao.

Sống khắc khổ, cầu nguyện và dám chết sống vì môn đồ, quần chúng: Suốt đời của Chúa từ lúc sinh đến lúc chết là một cuộc tử nạn kéo dài. Trước khi truyền giáo tịnh trai 40 đêm ngày. Lúc truyền giáo lang thang rày đây mai đó, đến nỗi có một lần Chúa não nuột nói con chồn còn có tổ có hang còn "con người" không nơi trú ngụ.

Sống một đời nội tâm vô cùng sâu sắc, Chúa Giêsu luôn đặt mình trong tình trạng cầu nguyện. Trong bốn cuốn *Phúc âm*, ta thấy thuật không biết bao nhiêu lần Chúa cầu nguyện và khuyên bảo môn đồ cầu nguyện. Điển hình nhất là trước khi thụ nạn Chúa vào vườn Giếtsêmani cầu nguyện, trên thập giá, Chúa cũng cầu nguyện thứ lỗi cho kẻ giết hại Chúa. Còn đối với muôn dân, Chúa chủ trương: "Tôi là mục đồng nhân lành. Người chăm nhân lành thí mạng vì con chiên mình. Kẻ làm thuê không phải người chăn. Các chiên không thuộc về họ. Vừa thấy sói rừng đến, họ bỏ chiên chạy trốn. Sói cướp chiên mang đi hay phá tan rã... Tôi là chủ chăn lành. Tôi biết các

chiên của tôi và chúng biết tôi... Tôi thí mạng sống của tôi cho các chiên của tôi. Tôi còn những chiên khác không ở trong chuồng này. Những chiên đó tôi phải dẫn về." (*Gioan* – X, II).

Lúc giảng thuyết, nói cam quyết, lặp lại như dồn nhét ý vào tim óc quần chúng. Bạn thử nghe Chúa giảng cương quyết về lời hứa cho kinh nguyện: "Anh em hãy xin, sẽ được, hãy tìm, sẽ thấy, hãy gõ cửa sẽ được mở. *Mátthêu* – VI, 19". Bạn hãy nghe tiếp: "Tôi là đương, là chân lý, là sự sống, chẳng ai đến cùng Thượng Đế, mà chẳng qua tôi. *Gioan* – VIV, 6". Muốn dồn nhét ý tưởng vào người nghe Chúa áp dụng đúng bí quyết su phạm này là lặp lại. Muốn giảng về thiên đàng mà Chúa dùng đến năm ngụ ngôn nhấn mạnh đi lại một ý. Năm ngụ ngôn ấy là:

Tiệc cưới (*Mátthêu* XXII, 1).

Cây nho (*Luca* XIV, 15).

Hột cải (*Mátthêu* XIII, 31).

Kho báu (*Mátthêu* XIII, 44).

Người chủ nhà (*Mátthêu* XX, 1).

Thuyết giáo vừa tầm hiểu từng người: Điểm này, Chúa Giêsu nổi bật hơn hết các nhà truyền bá tư tưởng cổ kim. Khi phải dùng lời lẽ cao siêu thì Chúa ăn nói với tư cách triết gia như trong trường hợp Chúa ở giữa các bậc tiến sĩ trong thánh đường Giêrusalem.

Khi cần hùng biện để lôi cuốn quần chúng thì Chúa dùng lối văn lặp lại và vô cùng hấp dẫn như bài giảng trên núi tên là *Bát phúc*: Phúc cho kẻ bần tâm vì sẽ được vào Thiên quốc.

Phúc cho kẻ than khóc và sẽ được an ủi.

Phúc cho kẻ hiền lành...

Phúc cho kẻ đói khát sự công chính... (*Mátthêu* V, 5-13).

Đặc biệt nhất là để khắc tạc chân lý cứu rỗi vào tâm khảm thính giả bình dân Chúa không giảng như triết sư mà dùng toàn ngụ ngôn, cắt nghĩa ý cao siêu bằng hình ảnh, bằng chuyện tích bình dân nào cũng biết.

– Dạy lòng yêu mến kẻ nguy khốn, Chúa cho thí dụ người đi từ Giêrusalem đến Giêrico bị bọn cướp đánh đập nằm mê giữa đường, được người xứ Samaritanê cứu.

– Dạy đức công bình Chúa bảo một người đưa cho coi một đồng tiền. Trong ấy có hình vua Xêxa, Chúa chỉ hình nói: "Của Xêxa hãy trả cho Xêxa, Của Thiên chúa hãy trả cho Thiên chúa."

– Dạy về sự chung sống của toàn thể nhân loại thành một thân thể mầu nhiệm. Chúa lấy thí dụ cây nho có gốc, cành lá.

– Dạy lòng tha thứ Chúa mượn chuyện người cha hiền rước đứa con trai hoang đàng.

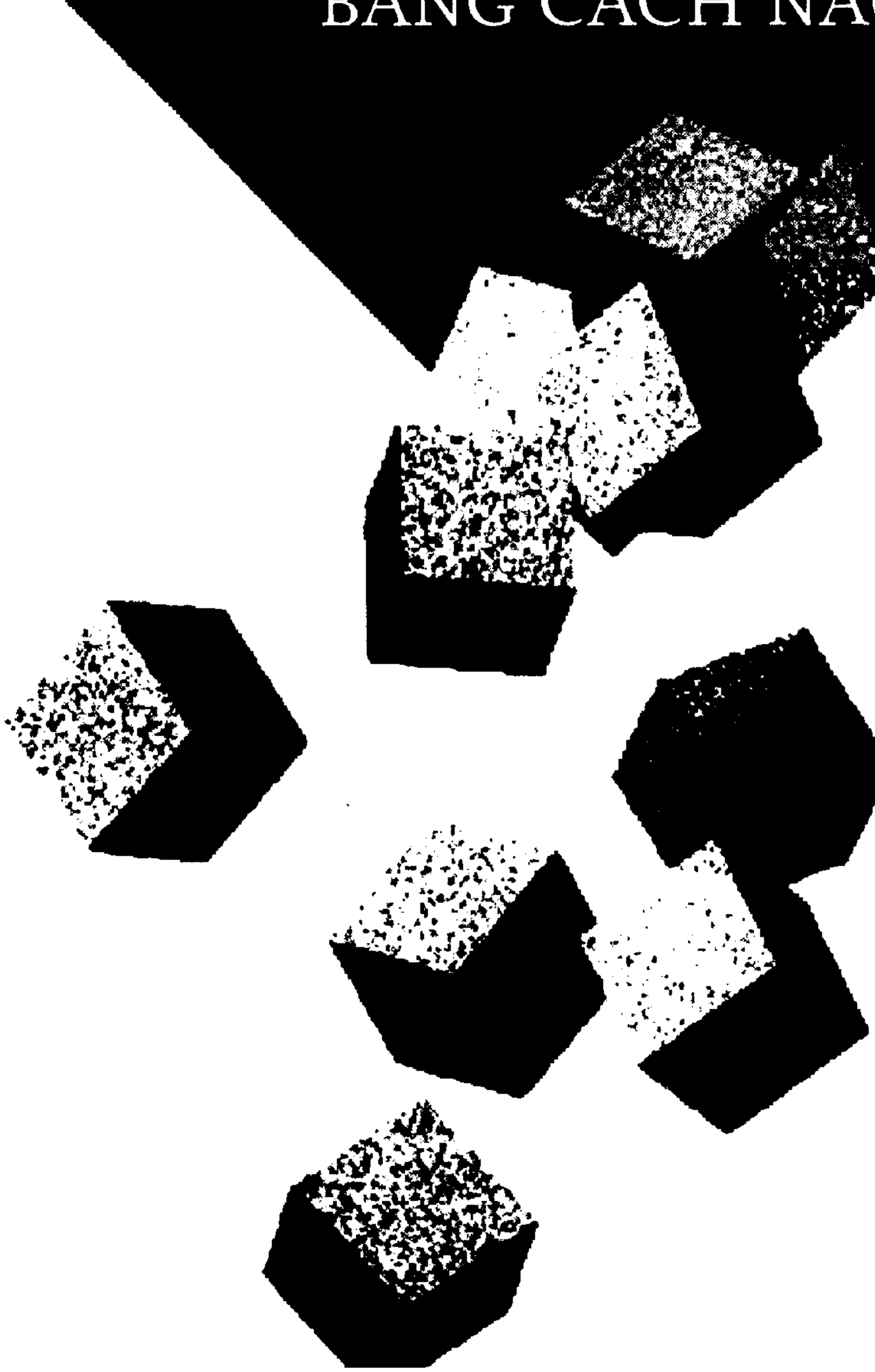
– Có nhà du thuyết nào dùng văn ảnh bén nhọn như Chúa, khi Chúa nói đức tin nhỏ bằng hột cải song hề có nó có thể dời đổi núi non không?

Nói mà lạng chân thực trào tràn ra cửa miệng nên mỗi lần cam quyết là Chúa bắt đầu câu bằng mấy tiếng: Quả thực, quả thực...

Thưa bạn, tôi có thể viết cho bạn một cuốn sách 300 trang mà chưa ắt nói hết được về cách khéo léo của Chúa Giêsu khi truyền giáo. Một số dẫn chứng trên hy vọng giúp bạn ý thức việc nắm quần chúng của thủ lĩnh quần chúng ngoài ra do các phép màu, còn do những mật pháp dựa trên đạo hạnh. Chính điều đó là điểm ta phải lấy làm gương mẫu khi ta truyền bá tu tưởng bất cứ trong giới nào và ở trong địa hạt nào.

PHẦN HAI

TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG HAY LÀ TUYÊN TRUYỀN BẰNG CÁCH NÀO?



Sử dụng ba tấc lưỡi

"Cho người Hy Lạp tất cả đều tùy thuộc dân chúng và dân chúng tùy thuộc lời nói."

– Cicéron

ĐẠI YẾU

I. Hơi phổi và tuyên truyền

II. Đàm thoại là gì ?

III. Thuyết trình là gì?

IV. Mít tinh là gì ?

I. HƠI PHỔI VÀ TUYÊN TRUYỀN

Không phải vô lý mà nhiều người hễ nghe nói đến tuyên truyền là nghĩ ngay việc thuyết và thuyết. Tôi đặt vấn đề tuyên truyền bị hiểu theo nghĩa đành riêng cho chính trị nhất là cho những chế độ độc tài như phương tiện nhồi sọ dân chúng. Tôi muốn bạn hiểu tuyên truyền là ban phát tư tưởng của mình cho kẻ khác. Trong các phương tiện dùng để đạt mục đích này, có lời nói đứng đầu sổ. Cicéron nói: "Cho người Hy Lạp tất cả đều tùy thuộc dân chúng và dân chúng tùy thuộc lời nói". Điều này đúng cho quê hương của

Démosthènes cũng đúng cho người thời đại chúng ta. Ngày nay các ngành sinh hoạt đều phong phú. Ai cũng muốn cho kẻ khác biết tăm tiếng của mình hoặc để mua bán, để tổ chức việc công, để xây dựng tín ngưỡng, để phổ biến văn hóa. Lời nói là phương tiện có thể nói là tự nhiên nhất và nếu khéo sử dụng sẽ hấp dẫn nhất. Tự nhiên vì nó xuất phát từ bản chất người. Tạo hóa cho con người ba tấc lưỡi, bộ phổi để giao tiếp giữa người và người. Hấp dẫn vì xuyên qua lời nói con người bộc bạch tình cảm của mình. Mỗi giọng nói biểu lộ một thứ tâm tình nhờ đó tư tưởng được truyền thông một cách tế nhị.

Phần đông các giáo tổ, triết gia dùng ba tấc lưỡi hơn là cây viết. Chúa Giêsu chỉ thuyết giáo mà không có trước tác. Bộ *Phúc âm* là ngôn hành của Chúa được các Thánh ký chép lại. Phật Thích Ca cũng chỉ thuyết pháp chứ không để lại cho đời trang giấy nào. Mahomet chết rồi cuốn *Coran* mới được biên soạn và đến thời Othman mới hoàn thành gồm 144 chương. Trước khi Khổng Tử ngồi yên sao lục kinh thư cũng đã một thời đi du thuyết. Từ Đông sang Tây, từ cổ chí kim, hễ muốn truyền bá tư tưởng là trước hết người ta dùng lời nói. Người ở thế kỷ ta còn thích vận dụng ba tấc lưỡi hơn nữa. Ngay trong quần chúng lao động mà chắc bạn có lần thấy họ hàng giờ ngồi lắng tai nghe thuyết trình, dĩ nhiên

nghe nhất những điều liên quan quyền lợi của họ. Các phong trào bình dân dưới nhiều hình thức càng tiến thì ba tấc lưỡi càng được sử dụng. Các thủ lĩnh quần chúng, trong các lĩnh vực nhất là trong chính trị, tôn giáo biết khai thác triệt để ý nghĩa của tiêu ngữ *Fides ex auditu*: Tin tưởng nhờ nghe. Phải! Tâm lý căn bản là vậy. Phải biết rồi mới tin. Mà cho đặng biết thì dễ dàng nhất là nghe. Người lãnh đạo quần chúng còn sâu sắc hơn nữa ở chỗ dư biết rằng trong nhân dân bất cứ ở nước nào, số biết đọc và hiểu rộng bao giờ cũng kém hơn số mù chữ hay đầu óc cạn hẹp. Đó là chưa nói cái nạn làm biếng đọc. Vì đó họ đào luyện những cán bộ ăn nói hấp dẫn. Đây là những "xe chở tư tưởng sống" vào các tầng lớp quần chúng. Sử dụng lời nói để tuyên truyền thường có ba hình thức căn bản. Đó là đàm thoại, thuyết trình và mít tinh. Ta sẽ xét kỹ từng vấn đề này.

Nhưng trước đó có một vấn đề chung cho cả ba công tác trên là người tuyên truyền phải nắm vững nội dung tuyên truyền. Thuyết. Phải rồi. Mà thuyết cái gì. Tôi muốn nói bạn phải có những ý tưởng. Trong cuốn *Mein Kampf*, Hitler nhấn mạnh vai trò của ý tưởng khi tuyên truyền. Nói mà không có ý là khua thùng rỗng. Nhưng quần chúng không phải là những triết gia nên không hấp thụ các ý trong tình trạng khô khan. Vì các vấn đề nhân sinh, các vấn đề vũ trụ,

tạo hóa quá phức tạp nó làm cho từ trí thức đến bình dân nát óc, nên cho đặng dễ lĩnh hội, quần chúng phải vận dụng óc tưởng tượng nhiều hơn óc lý luận. Thủ lĩnh quần chúng là người biết rõ điều đó hơn ai hết nên họ không nhét vào óc quần chúng những ý triết lý về xã hội, về cuộc đời hay về tín ngưỡng một cách khô khan. Họ cố đúc ý tưởng lại thành những ý lực, thành những thần thoại, nó như chiếc đũa tiên nhử mồi quần chúng. Quần chúng dồn hết các khát vọng vào nó. Nó ở xa xa đối với quần chúng mà quần chúng say mê. Bạn thấy thay vì phân tích dương trần đầy bỉ ổi, các giáo tổ giảng về một thế giới khác đầy phúc lạc. Họ đặt cho thế giới ấy đủ thứ tên như bạn quá biết. Người đời sau giảng về các giáo tổ như thần linh, lạc xuống dương trần. Họ xây huyền thoại xung quanh giáo tổ. Huyền thoại đối với các bậc cầm quyền, như Napoleon chẳng hạn, là phương tiện hợp pháp hóa quyền hạn của họ và là bùa phép bắt quần chúng tuân phục, tuân phục mà quý mến. Napoleon đã khéo tạo huyền thoại xung quanh cá nhân mình nên từ dân chúng đến các quân sĩ chiến đấu gần ông đều coi ông như thần chiến tranh là Mars giáng thế. Mấy câu thơ nào đó của Lý Thường Kiệt, mấy câu "Lê Lợi vi vương Nguyễn Trãi vi thần" hay không biết bao nhiêu huyền thoại mà từ Homère của Hy Lạp dựng trong *Iliad* đến Virgile của La Mã dựng trong *Enéide* đều là những bằng chứng chứng minh muốn tuyên

truyền trong quần chúng ý tưởng phải được hấp dẫn bởi tưởng tượng. Lịch sử nhân loại đã chứng minh rằng bất kỳ nước nào xưa nay đều có những tôn giáo địa phương, những phong trào tôn thờ một cái gì đó và không bao giờ được như vậy nếu không có huyền thoại. Muốn phổ biến một hệ thống ý tưởng, một học thuyết có khi ban đầu phải tóm tắt trong một công thức hay vài ba tiếng thực lôi cuốn gì đó thôi. Thời Cách mạng 1789 người ta nêu lên Tam Tài. Còn Lenin thì lợi dụng dân đòi chia của, lính muốn giải ngũ nên hô khẩu hiệu: Hòa bình và hạ địa chủ. Trong các tôn giáo người ta toát yếu giáo điều thành những "Crédo" tức là những điều phải tin tưởng thực hành. Crédo có nghĩa là "tôi tin". Trong lĩnh vực chính trị các Crédo được thể bằng những tuyên ngôn. Điển hình là Tuyên ngôn nhân quyền và dân quyền của Cách mạng Pháp. Nó có giá trị như một thứ *Thánh kinh* của phong trào cách mạng vì đó Barnave[1] gọi nó là "Giáo yếu quốc gia" (Catéchisme national). Những thủ lĩnh quần chúng khi tạo những công thức muốn cổ vũ quần chúng, phục vụ công ích để mình được danh chính ngôn thuận, thì không dám lấy công ích mà nhử quần chúng. Công ích hay lắm mà cứ nói

1. Antoine Barnave (1761-1793): Chính trị gia, nhà hùng biện người Pháp, có ảnh hưởng lớn đến giai đoạn đầu của Cách mạng Pháp.

quyền lợi xa xôi không hấp dẫn quần chúng bằng đề cập ngay những quyền lợi thiết thực của họ. Khi họ nghe theo rồi, thủ lĩnh dẫn đi đâu thì dẫn. Song ban đầu nhất định phải nhử mồi họ bằng quyền lợi cá nhân như nói họ bị bạc đãi, bóc lột, nghèo đói. Nhiều lãnh tụ toát yếu ý thức hệ của mình mà khai triển thứ tuyên ngôn phổ thông để làm thành một thứ tuyên ngôn có giá trị như kinh điển đấu tranh. Chẳng hạn như tuyên ngôn Cộng sản của Karl Marx năm 1847. Dựa vào các tuyên ngôn, những cán bộ tuyên truyền soạn các chương trình hội thảo, học tập, huấn luyện. Chương trình mà tổ chức theo óc khoa học thì thời đại ta gọi là kế hoạch (plan). Thường khi tuyên truyền, áp dụng một chiến thuật nghĩa là chiến lược được giai đoạn hóa thì người ta tung ra một tiêu ngữ (slogan). Tiêu ngữ chỉ vài ba tiếng mà rất cổ động, hấp dẫn, tập trung tinh thần được các cán bộ và quần chúng. Đặc tính của tiêu ngữ là ra mệnh lệnh, bắt ai nấy phải tuân theo. Trong quân sự mà trong tôn giáo hay văn hóa cũng vậy các thủ lĩnh quần chúng hay chuyển các tiêu ngữ thành những khẩu hiệu. Khẩu hiệu dùng chung cho một đoàn thể hay từng cá nhân. Khẩu hiệu của Proudhon[1] là "Tư bản là ăn cắp". Khẩu hiệu

---

1. Piere-Joseph Proudhon (1809-1865): Chính trị gia người Pháp. Ông có cùng chung quan điểm với Napoleon, coi chiến tranh là quyền lực của sức mạnh.

của Brennus là "Khốn cho kẻ bại" (Voe Victis). Khẩu hiệu của Foch là "Vấn đề gì đây". Để tránh những câu luộm thuộm, nhà tuyên truyền còn dùng ký hiệu giống như những ký hiệu hóa học. Chắc bạn biết những ký hiệu này nói lên cái gì: S.O.S, S.F.I.O... Sau hết là những biển hiệu, tức là những hình ảnh màu sắc đặc biệt nói lên đại khái ý lực của một vài đoàn thể theo. Hội Tam Điểm thì lấy biểu hiệu tam giác và êke. Hội Hồng thập tự Quốc tế thì lấy biểu hiệu chữ thập đỏ. Công giáo lấy thánh giá thì Phật giáo lấy chữ vạn. Các biểu hiệu thường chọn những màu được công nhận nói lên ý nghĩa đặc biệt. Đen, màu tang chế. Đỏ, màu cách mạng. Xanh, màu hy vọng. Trắng, màu đầu hàng. Các hình thức tuyên truyền diễn đạt ý nghĩa của ý thức hệ mà bạn không nên coi thường nữa là những cờ, phướn, phù hiệu, huy chương, đồng phục, những bản quốc ca, đoàn ca, những nghi lễ tôn giáo hay quốc gia, những tiền tệ, đến kỷ niệm hay con dấu, con tem bưu chính... Các hình thức này bạn có cho là tầm thường lắm không? Tôi thấy chúng quan trọng. Gặp một ai mặc đồ kaki, đeo bông mai, bạn nghĩ gì? Tôi gặp một bóng áo nâu, bóng áo thâm tôi biết ý thức hệ nào chi phối họ. Bạn có cảm tưởng gì khi nghe bản quốc ca hay bản Réquieux của Công giáo. Tôi nghĩ ngợi nhiều khi tôi dự một buổi lễ cầu siêu tại chùa Xá Lợi cũng như không bao giờ tôi quên được ý nghĩa của hình độc nhãn mà tín đồ Cao Đài thờ.

Tóm lại, trước khi định sử dụng ba tấc lưỡi để tuyên truyền bằng đàm thoại, bằng thuyết trình hay bằng mít tinh bạn phải tự hỏi coi bạn nắm vững điều bạn định nhồi nhét vào quần chúng chưa. Có nội dung tuyên truyền vững chắc thì bạn mới nói quyết tín, lời của bạn mới có lửa thiêng, do đó mới nắm được người nghe.

II. ĐÀM THOẠI LÀ GÌ?

1. Về vấn đề này bạn đã đọc tôi trong cuốn *Thuật nói chuyện*. Dưới góc cạnh tuyên truyền tôi chỉ muốn bạn chú ý tầm quan trọng của đàm thoại khi muốn truyền bá tư tưởng. Nhiều cuộc tổ chức diễn thuyết dình đám, hao tiền tốn sức chưa chắc có hiệu quả bằng những cuộc tuyên truyền rỉ tai dưới hình thức đàm thoại. Cá nhân với cá nhân đối diện đàm tâm thì dễ thông cảm hơn một người hò hét trước biển người. Trong cuộc thuyết pháp lần đầu tiên tại thành Ba La Nại, Thích Ca cũng dùng đàm thoại mà thuyết dụ năm nhà sư khổ hạnh. Mới thấy Phật, năm tu sĩ này thách đố song Phật dùng lý lẽ biện bạch với lòng từ bi hỉ xả làm cho họ khâm phục và xin lắng tai nghe Phật dạy về Trung đạo. Huấn luyện cán bộ đầu tiên Chúa Giêsu cũng dùng đàm thoại điển hình là trường hợp Chúa bảo Phêrô bỏ nghề lưới cá mà theo Chúa để lưới người. Trên đường truyền giáo Chúa đã biết bao nhiêu lần dùng đàm thoại để tâm phục kẻ

đến nghe Chúa dạy. Gặp người bất toại nằm liệt trên giường, Chúa Giêsu nói: "Con hãy yên tâm, tội lỗi con đã được tha" (*Mátthêu* IX-2). Trước mặt một phụ nữ bệnh băng huyết 12 năm, Chúa nói: "Con hãy yên tâm, lòng trông cậy đã chữa lành cho con" (*Mátthêu* IX-26). Các đại hiền triết cũng không làm khác các đại giáo tổ trên. Socrate dạy Platon. Platon dạy Aristote. Aristote dạy Théophraste. Lão Tử cũng dùng đàm thoại khuyên Khổng Tử bỏ kiêu khí và đa dục. Khổng Tử dạy Tử Lộ, Tử Cống. Mạnh Tử dạy Nhạc Chính Khắc, Công Tôn Sửu.

Xưa nay, bất cứ trong lĩnh vực nào, lời nói dưới hình thức đàm thoại cũng vô cùng quan trọng nên không phải vô lý mà Sainte Beuve[1] có lời nói: "Hùng mạnh hơn đế vương, kinh khủng hơn một đạo binh". Bạn cứ tưởng tượng giùm tôi hậu quả của những cuộc đàm thoại trong lĩnh vực ngoại giao của các chính phủ ngày nay thì ý thức được tầm quan trọng của ba tấc lưỡi.

Thì cùng nói chuyện mà từ một câu chuyện chính trị như Khrushchyov bị hạ bệ, Kennedy bị ám sát đến một câu chuyện không biết thuộc loại gì như chuyện ông đạo dừa nuôi mèo chung với chuột thiên

1. Charles Augustin Sainte Beuve (1804-1869): Nhà phê bình văn học người Pháp.

hạ đồn rùm, miệng này truyền sang miệng kia. Trong giới càng bình dân đàm thoại càng trở thành đồn đãi đủ màu sắc và nhanh như gió. Trong giới trí thức đàm thoại biến thành những cuộc tranh luận sôi nổi, có khi tranh luận bước qua cãi vã nữa.

Bởi vì đàm thoại là con dao hai lưỡi, có thể cải tà quy chính người ác mà cũng có thể biến một người ái quốc thành tên sâu dân mọt nước, nên từ thủ lĩnh quần chúng đến các cán bộ phải có nghệ thuật đàm thoại. Điều này tối ư quan hệ. Nếu định thất bại thì thôi còn muốn thành công thì phải sử dụng khéo ba tấc lưỡi. Tại sao nhiều người bụng tốt, chủ trương hay mà hở môi ra là chúng ghét mà sai hạ cấp đến đâu là gây thù chuốc oán đến đó. Verlaine ý thức đúng điều đó nên mới nói: "Bạn hãy dùng hùng biện và phải vặn cổ nó". Nó là con dao, ta không khéo cắt cái gì thì nó cắt ta.

Tôi thiết tưởng, nghề chơi còn lắm công phu huống hồ nghề chính một bực dược tôn lên hàng vạn thế sư biểu như Khổng Tử lúc chu du còn thất bại, thì ai thi hành nó dù tài ba đến đâu, có phương tiện vật chất phong phú cỡ nào, cũng phải chuẩn bị một số điều kiện tối thiểu.

2. Điều kiện tối thiểu nào để thuyết phục khi đàm thoại?

– *Chân thành:* Trừ những tay sơn đông già mồm mép để bán thuốc rượu, những con buôn bịp bợm định coi khách hàng nào cũng là kẻ chỉ gặp một lần thôi, trừ những kẻ ấy hễ ai muốn giao tiếp để xây dựng một cái gì lâu dài thì lời nói phải thành thực. Tuyên truyền mà nói dóc thì có người cho là phải vì họ nghi tuyên truyền là vậy và cái vậy của họ là bậy nhất là nếu thành công chỉ thành công chiến thuật, thành công giai đoạn thôi. Mỗi thành công lẻ tẻ xây dựng một chuỗi dài thất bại về chiến lược. Chúa Giêsu, trong nhiều trường hợp mở đầu câu chuyện bằng mấy tiếng: "Amen, a men dice vobis" (Quả thực, quả thực tôi nói cùng anh em). Phải! Chúa thành thực như vậy, nên bao nhiêu lời nói việc làm của Chúa qua gần 20 thế kỷ mà không quân thù nào của Chúa bươi móc được điều gì mâu thuẫn và Chúa hiện giờ đã ngự trị trong trên 600 triệu tâm hồn.

– *Vui tươi:* Nếu chiếu hoa được tươi tắn và hấp dẫn thế nào trong bình minh thì người đàm thoại cũng được tiếp rước thế ấy nhờ gương mặt vui tươi. Gặp ai tính tình vui vẻ, chưa bàn chuyện gì với họ, bạn đã có cảm tình tốt. Phải. Vui tươi tự nó có ma lực giới thiệu người đàm thoại như vậy. Những con chim đêm ai cũng ghét có lẽ tại chúng báo họa nhưng chưa chắc là tại bộ mặt cùng hình thù của chúng u ám quá, tang tóc quá, gần chúng người ta sợ khổ lây. Vậy tiếp chuyện với ai bạn khéo bán nụ cười. Dĩ nhiên là chân

thành như ở trên tôi nói, chứ chỉ nhăn mặt mà bụng không cười thật hay chỉ ra vẻ tay bắt mặt mừng mà trong bụng nham hiểm hay trục lợi thì càng vui tươi càng gây nghi kỵ.

– *Điềm đạm:* Chỉ biết vui tươi mà không tự chủ, kiềm chế các xúc động hân hoan dễ làm cho người nghe thấy ta nông nổi, non nớt. Chính đức điềm đạm làm cho diện tướng của ta có cái gì mực thước, nói lên con người già dặn, bảo đảm rằng các ý tưởng của ta trước khi trình bày đã được suy nghĩ và nói ra dưới kiểm soát của lý trí chứ không phải tình dục. Điềm dạm gây uy tín là đó.

– *Chọn lựa tư tưởng:* Chỉ nói điều không thể nói được mà thôi.

– *Biết nghe:* Nếu thấy nghe có lợi hơn nói thì nghe là đàm thoại đắc lực nhất của tuyên truyền. Cán bộ tuyên truyền tránh cái tật này là gặp ai chưa biết ất giáp gì cứ như một cái máy nói, nói ôi là nói, nói thao thao bất tuyệt. Cái lối hùng biện rẻ tiền ấy là chính cống phản tuyên truyền. Bạn có biết nhiều người quá già dặn, gặp ai mà trở ngón tuyên truyền, họ để cho nói rách mồm. Họ làm thinh, ừ ừ gật gật. Cán bộ tuyên truyền... tuyên truyền đã... mệt rồi về...

– *Gợi ý hay hơn nhồi sọ:* Đâu phải gặp ai mình cũng nói như chẻ óc người ta ra để dạy khôn mà gọi

là tuyên truyền. Khi dạy đồ đệ, Socrate bắt chước mẹ ông là người đỡ đẻ, giúp các đồ đệ tự sinh sản ý tưởng. Tức là ông chỉ đặt những câu hỏi có tính cách hướng dẫn. Tự nghìn xưa ông không hề học cách bán hàng của người Mỹ, cũng không đọc cuốn *Đắc nhân tâm* của Dale Carnegie nhưng ông đã biết hoàng kim nguyên tắc này để dẫn dụ người nghe là: Muốn ai nghe và làm theo ý mình thì cứ gợi ý cho họ thấy chính họ đề ra các ý ấy rồi phải chuyển chúng sang hành động. Ta nên bắt chước Socrate về phương diện "đỡ đẻ tư tưởng" cho người đối thoại với ta.

– *Đừng ra bộ thợ tuyên truyền:* Có lần nào bạn tiếp những người mà tôi gọi là thợ tuyên truyền chưa? Nếu chưa là đời bạn khỏi được một cái rủi. Họ có lối ăn mặc riêng. Điệu bộ họ đã khác hẳn người thường mà từ cái bao đựng thuốc, cái ống điếu của họ cũng dị thường. Dị thường nhất là lối ăn, lối nói của họ. Họ học thuộc lòng đâu sẵn một mớ công thức nào đó rồi hễ gặp ai thì nói theo kiểu bình dân, là họ xáp vô thuyết và thuyết. Họ nói đủ thứ "tiếng mới". Họ nói cả những chuyện bình dân nghe nát óc. Trong khối người nghe ta, nhiều kẻ tế nhị lắm. Thấy ta có bộ gió chuyên môn như vậy người ta ngán. Cứ thản nhiên. Nói gì thì cứ nói như nói chuyện thường, thân mật, phải quấy. Có người có ta. Hãy để cho chân lý làm

việc của nó, chứ vấn đề không phải là dụ dỗ, lại càng không phải là lo thanh toán xong một công tác, để về báo cáo cho thượng cấp.

– *Tránh mọi tranh luận:* Cuộc đàm thoại tuyên truyền nào mà không bị vấn nạn. Người tuyên truyền phải mềm dẻo giải đáp các thắc mắc. Dằn không nổi cuồng tiết, mà cãi lộn với người nghe là hỏng hết. Ít có cuộc tranh luận nào mà sau đó hai bên thỏa mãn và còn cảm tình đầy đủ với nhau. Nếu bạn hiểu đàm thoại là cãi cho sướng miệng, ai chọc tức khí thì đánh vô mồm với họ để tỏ ra mình khôn thì đó là quyền của bạn. Song nếu muốn thuyết phục thì bạn phải tuyệt đối tránh mọi cuộc tranh luận.

– *Tuyệt đối không chỉ trích:* Chỉ trích ai là dùng lưỡi phóng vào mặt kẻ ấy mũi tên thuốc độc. Trời lớn bao nhiêu không ai biết nhưng ai cũng biết rằng tự ái là chỉ trích. Trước mặt người nghe bạn định thuyết phục họ chứ có định gan mật của người ta trào sôi lên đâu. Định thuyết phục một người Công giáo mà bạn cứ tấn công cây thánh giá, định dẫn dụ một Phật tử mà bạn cứ chỉ trích cây bồ đề thì còn mong gì bạn nói họ nghe. Tôi thấy bao giờ chỉ trích cũng lỗ. Thuyết phục là một việc khó gấp mấy nữa là chà đạp tự ái người ta rồi làm cho người ta mến lại mình để nghe mình. Tuyên truyền kiểu đó thì hiệu quả được bao nhiêu thưa bạn.

– *Khéo lặp lại:* Không phải lập lại ra giọng nhà mô phạm dạy con nít mà trong câu chuyện ý nào chính bạn phải khéo gợi lại để người nghe nhớ. Vấn đề không phải là nói cho họ nghe sướng tai để rồi quên hết. Phải làm họ khắc tạc trong lòng cái gì đó sau khi ta giã từ họ. Đừng quên con người khó chú ý và dễ quên. Nhiều điều ta biết rõ, ta thích thì ta lấy làm quan trọng chứ người nghe có vậy đâu. Họ đang bận trí với những việc gì đó. Họ nghe ta bằng lỗ tai mới mẻ. Ý của ta phải khéo lọt vào tim óc họ mười thì mới hy vọng còn lại vài ba. Tôi nói vài ba thôi mà còn sợ quá lạc quan đó. Bạn thử nghĩ coi tôi và bạn nhớ được gì về một vấn đề xa lạ mà ông tuyên truyền nào đó gặp chúng ta, thuyết tấp nập như nước vỡ bờ. Có thể ông tưởng ta lưu tâm nhớ kỹ mọi điều mà sợ e ông thất vọng nếu ông không khéo lặp đi lặp lại.

– *Giữ kẻ và tế nhị:* Giữ kẻ là tránh nói những gì trống trải, sống sượng, trực tiếp quá mà không dọn đường trước. Tế nhị là với tâm hồn cao nhã ta lựa lời thanh bai, vừa phải, trúng nơi, trúng lúc, hợp người hợp cảnh để nói mà người ta nghe với thiện cảm. Thú thật với bạn điều này khó vì ta phải cân đo mực độ hấp thụ tư tưởng của người nghe. Mà cân đo cái gì chứ lòng người thì... Tuy nhiên ta tập dè dặt từng lời nói thì đỡ. Lúc nói để ý coi người ta phản ứng làm sao? Họ có muốn nghe không. Họ làm thinh là họ

thích hay phản đối ngầm. Coi chừng họ cười cười ừ ừ hữ hữ là họ chịu đựng ta, chờ ta thuyết xong để đưa ta ra cửa. Đừng để lọt tiếng nào làm bụng họ chua chát đã dành mà còn phải nói cái gì cho họ mát dạ nữa.

– *Sử dụng lương tri:* Người giàu lương tri ăn nói biết phải quấy, tránh được những lố bịch hay bất cập. Nói chuyện với bạn mà ai hoang phí lời khen bạn quá, bạn ngượng không? Người nào cũng chịu ảnh hưởng của giới, của xã hội của mình. Lương tri có phần khác biệt cho từng hạng người. Lương tri của mấy giáo sư đại học ở Sài Gòn khác hẳn lương tri của nhiều người thường ở cao nguyên. Rồi ai cũng nói mình có lương tri nữa. Bảo ai không có lương tri là tạt gáo nước lạnh vào mặt họ. Trong xã hội, ai cũng mang cặp kính lương tri của mình để làm quan tòa phán đoán mọi việc một cách chủ quan. Thường ai trong xã hội cũng giống nhau ở điểm đó. Nên lương tri có cái hay là nó làm nòng cốt cho óc phán đoán chung của xã hội. Vì đó người đàm thoại phải biết nó trước khi tuyên truyền. Không phải lương tri luôn là thang bậc của chân lý nhưng coi thường lương tri dễ gây ác cảm.

– *Săn sóc giọng nói:* Tại sao nhiều người mới vừa vặn radio nghe một giọng eo éo, đỏng đảnh chã chẹt, nhí nhảnh nào đó, tắt máy liền. Không biết ông bạn kiểm duyệt tôi đây có xóa câu ấy chăng chứ nói thật

là tai họ ghét. Họ không ghét chính phủ đâu. Mà họ phần đông là bình dân hay trí thức mà hẹp lượng nên xử sự như vậy đó. Tôi và bạn đang đọc tôi đây chắc cũng vậy. Nếu bạn thích giọng nói có duyên thì tôi ghét giọng nói mới nghe không còn muốn ngó ngay mặt. Vào nhà bạn thuyết, mà tôi nói giọng gắt gỏng, giọng hậm hực, giọng mỉa mai thì bạn nghe ta thế nào? Định dẫn dụ tôi mà bạn nói như xé óc tôi, giọng hết lè nhè thì the thé chắc tôi không làm gì nghe bạn. Ghét giọng nói kẻ khác kể ra là vô ý thức vì có khi giọng xấu mà bụng tốt. Nhưng vô ý thức hay không vô ý thức, xã hội là vậy. Muốn chinh phục tâm hồn người đối thoại, ta phải lưu ý săn sóc giọng nói hấp dẫn. Nó là cái cổng, rắc bông hoa đưa vào lâu đài thiện cảm.

– *Cương quyết tâm phục:* Không ra vẻ nhồi sọ, không lên giọng mô phạm, song cũng không nên nói bằng giọng cà cò, ù ơ xịch xụi. Hễ ta tiêu cực thì người nghe cũng tiêu cực. Tôi muốn nói ta phải cương quyết khâm phục. Óc cương quyết đó không để lộ liễu và không mang hình thức bạo đoán nhưng phải có mà ngấm ngầm. Trong từ lời nói, cử chỉ đến nhãn khí, phải tỏ ra thần khí áp đảo kẻ nghe. Ý tưởng nào nói ra phải như đinh ốc xoáy siết vào óc chú ý kẻ nghe. Khi thuyết phục đừng khi nào ngờ rằng mình thất bại. Càng tự tin, cương quyết chinh phục ta càng có

lửa thiêng trong giọng nói làm cho đối tượng tuyên truyền cảm nhiễm. Cương quyết nhưng ta đừng làm cho bầu khí câu chuyện quá oi bức khiến người nghe có cảm tưởng bị nhồi sọ. Rồi khi người nghe mà căng thẳng tinh thần thì biết lựa lúc mà chấm dứt. Do đó tránh những buổi nói chuyện dài quá. Về sau ta trở lại người ta ngán.

– *Phải ám thị:* Nhân nói cương quyết tâm phục, tôi muốn bạn đi đến chỗ ám thị người nghe của bạn bằng cách lựa một vài tư tưởng nào hấp dẫn nhất đó rồi khắc tạc vào tim óc họ bằng ám thị. Ám thị là làm cho kẻ khác chấp nhận một hay nhiều ý tưởng một cách say mê mà không cần suy nghĩ. Trong đời sống hằng ngày của ta, ta bị ám thị biết bao nhiêu mà ta không hay biết. Hình thức rõ rệt nhất của bị ám thị là vội tin. Bạn có nhận là ta mau tin lắm không. Bạn ta bảo hiệu xe X bán rẻ. Ta tin. Ông nào đó có cấp bằng cao phê bình một cuốn sách nào đó hay hay dở. Ta tin. Tôi nói gà quay ở Thủ Đức ngon. Bạn nói nem Vũng Liêm, nem Thủ Đức, hủ tiếu Mỹ Tho, mì vịt La Cai ngon. Tất cả là ta làm gì? Nếu không phải là định ám thị người nghe. Đối tượng mà bạn tuyên truyền cũng không khác bạn phải ám thị họ.

– *Biết khen:* Không nên nịnh. Cũng không nên giả dối, môi mép bên ngoài mà trong bụng một bồ đao găm. Nhưng tại bản tính con người là chịu khen.

Nghe ai khen thật, khen đúng chỗ, khen vừa phải, khen lúc cần khen, ta khoái, ai cũng vậy. Từ Chúa Giêsu, Thích Ca, Khổng Tử đến bọn phàm phu như tôi và bạn, đều không thích ai chê mình và thấy mát ruột khi được ca tụng. Lúc đàm thoại, mà bạn biết khen người đối thoại là bạn làm công việc của thầy thuốc ướp thuốc tể bằng mật, bọc ký ninh bằng đường. Lời khen trị giá như những lời ngon tiếng ngọt, những nụ cười duyên dáng và những cử chỉ hiền dịu.

– *Hợp lý:* Trừ đối với người ngu, còn ai có lý trí lành mạnh đều thèm khát lẽ phải. Chỉ có chân lý được chứng minh đúng phương pháp triết học mới thuyết phục bền bỉ. Dĩ nhiên không phải gặp giới nào cũng ăn nói giọng triết sư. Nhưng phải nói có lý, nói hợp lý, nói có bằng chứng đứng vững. Không nô lệ thành kiến, không dụ dỗ bằng những chuyện huyễn hoặc dị đoan. Không tuyên truyền bằng những lý chứng đúc sẵn vì óc phe phái mà lên giọng giáo điều để nhồi sọ. Càng gặp người có văn hóa cao, người tuyên truyền phải tỏ ra hợp lý. Không hợp lý họ bị coi như người đã bị mê hoặc và đi mê hoặc kẻ khác. Bị khinh rồi còn mong nói gì ai nghe.

– *Đừng hứa bịp bợm:* Bao giờ cũng phải nuôi hy vọng cho óc tưởng tượng của người nghe thúc đẩy họ chấp nhận lý lẽ của bạn song bạn tránh lối hứa hẹn nhiều quá. Nhiều đạo, nhiều đảng bị mạt uy tín là tại

cán bộ hoang phí lời hứa suông. Quần chúng thấy nói mà không làm, lý thuyết mồm mà không có gì thực tế thành ra mất tin tưởng, chán.

– *Làm sao thắng người ngoan cố:* Làm sao bạn khỏi gặp kẻ nghe mà không chấp nhận ý của bạn. Họ còn phản đối bạn nữa. Thái độ đó chắc do nhiều nguyên nhân. Ta, ta bất tài thuyết phục ư? Bạn hãy xét lại phương pháp đàm thoại của mình để sửa những khuyết điểm nếu có. Nhưng coi chừng có kẻ ngoan cố vì kiêu ngạo. Họ muốn bảo thủ những ý tưởng của họ. Ý nào khác của bất cứ ai họ đều cho là bậy. Có kẻ ỷ mình học cao, giàu có, kinh nghiệm nhiều, làm lớn, giữ địa vị quan trọng trong xã hội. Người khác ngoan cố mà không nói ra vì kiêu ngạo ngầm. Họ dương dương tự đắc trong bụng. Có hạng cứng đầu cãi ra mặt. Có hạng cứng đầu làm thinh. Đối với cả hai, bạn phải ôn tồn, nhiều khi phải kiên chí lắm. Lời lẽ phải êm ái, lý luận phải sắc bén. Và phải thuyết dụ họ nhiều lần. Nản chí là thất bại.

– *Lời đẹp:* Tôi không dám nói ngôn từ hoa mỹ mà chỉ dùng hai tiếng lời đẹp thôi. Tuyên truyền không phải là làm văn chương. Nhiều người nghe ai "nói chữ" nói văn hoa bắt ghét. Tránh tật khoe văn, nhưng ngôn từ phải sử dụng đúng ngữ pháp, dụng ngữ chính xác, súc tích và làm sao lời nói biểu lộ một tâm hồn cao nhã.

Tóm lại, với 20 bí quyết trên, khi dùng đàm thoại để tuyên truyền, bạn khá yên tâm về thành công của mình khi muốn truyền bá cho đời những ý tưởng xây dựng.

III. THUYẾT TRÌNH LÀ GÌ?

Bạn đã xét với tôi về vấn đề này trong một tác phẩm riêng là cuốn *Thuật hùng biện*. Vậy ở đây cũng như về đàm thoại, tôi chỉ bàn dưới góc cạnh thuyết trình, dưới góc cạnh tuyên truyền thôi.

1. Có trăm nghìn cách định nghĩa thuyết trình. Bạn có thể nói đơn sơ là dùng nghệ thuật hùng biện trình bày tư tưởng của mình được chuẩn bị chu đáo trước công chúng gọi là thuyết trình.

– Nghệ thuật hùng biện: Nói hùng biện là nói ý tưởng hay được ba tấc lưỡi diễn xuất bằng lời hoa mỹ với văn khí lôi cuốn và cử chỉ ngoạn mục.

– Tư tưởng được chuẩn bị: Văn khí dù hùng hồn đến đâu, ngôn từ dù đẽo gọt thế nào, cử chỉ dù điêu luyện làm sao mà tư tưởng không sâu sắc, không chọn lựa; bố cục chặt chẽ, lý luận không chinh phục thì thuyết trình viên cũng khó bề thuyết phục được thính giả.

Pascal nói: "Chân hùng biện bất cần hùng biện". Ông muốn nhấn mạnh trong những điều kiện tối yếu

của hùng biện là tâm huyết, là lửa lòng của diễn giả. Chính cái tâm lửa đốt của diễn giả thúc đẩy họ nói hoạt bát, nói nhiều khi không chuẩn bị trước mà vẫn thành công. Tuy nhiên, danh ngôn của Pascal thường đứng cho những con cháu của thần hùng biện. Chớ ỷ y vào cái tâm hăng tiết, mà không rèn đúc ba tấc lưỡi thì người "tay ngang" coi chừng có thể bị "trời trồng" trên diễn đàn mà không biết mong ai cầu cứu. Trong cuốn *Thuật hùng biện*, tôi đã nói hùng biện là nghệ thuật đẹp nhất mà cũng khó nhất trong các nghệ thuật. Nó đòi đủ thứ điều kiện từ tinh thần tâm đức đến diện tướng, cử chỉ, ngôn từ. Đâu phải hễ mình muốn gây cảm động rồi thính giả tự nhiên cảm động với mình. Tôi quên mất tên thi sĩ Latinh nào đã nói câu này: "Sivis me flere, dolendum est Primum ipsi Aibi" (Nếu bạn muốn tôi khóc thì trước hết bạn phải khóc đi đã). Có khi mình khóc mà người ta cười, cười vì mình khóc không ra khóc. Thuộc nòi giống hùng biện như Démosthènes, Tô Tần thì mới đăng đàn ứng khẩu là ai nấy thinh lặng như muốn từng lời nói. Bạn thử tưởng tượng giùm tôi hình ảnh con người của Thánh Phêrô, trước biển người nghe Thánh thuyết giáo, mà trong đó 5.000 người cảm động xin theo Kitô giáo. Nhất là bạn hãy hình dung tướng mạo của Chúa cứu thế khi người đứng trên chiếc thuyền của Thánh Phêrô để gieo rắc chân lý. Tôi còn phải kể cho

bạn thêm những gương của Bossuet[1], của Cicéron, của Jean Chrisostone không. Nhưng thua bạn họ là những khẩu tài được trời cưng riêng. Còn bọn ta thì phải, thua bạn, rèn lưỡi.

Nếu không vậy ta sẽ khó tránh được những trường hợp bị chết đứng trên diễn đàn như những Louis Veuillot[2], Dufaure[3] mặc dù những vị này ai cũng phải nhận là những biển kiến thức và những cây viết lỗi lạc. Đồng ý với tôi ở chỗ phải luyện khẩu tài, chắc bạn hỏi, luyện về các phương diện nào?

a) Phương diện tinh thần:

Phải có một vốn học nhà trường vững chắc. Có văn bằng đại học càng hay. Nhưng nếu vì lý do nào không được trang bị bằng sở học nhà trường thì tự học. Nghia là chìm trong biển kiến thức của nhân loại bằng cách đọc sách và báo. Nhất là súc tích kinh nghiệm sống. Chuẩn bị như vậy Mourret[4] gọi là

---

1. Jacques-Bénigne Bossuet (1627-1704): Giám mục, nhà thần học người Pháp, được đánh giá là một trong những nhà hùng biện xuất sắc nhất mọi thời đại.

2. Louis Veuillot (1813-1883): Nhà báo, tác giả người Pháp, người phổ biến chủ nghĩa siêu thực.

3. Jules Armand Dufaure (1798-1881): Chính trị gia người Pháp.

4. Fernand Maria Émile Mourret (1854-1938): Tác giả người Pháp, nổi tiếng với cuốn sách *A History of the Catholic Church*, tạm dịch là *Lịch sử nhà thờ Công giáo*.

chuẩn bị xa. Vốn kiến văn đó nằm yên trong tiềm thức của ta, đến chừng ta muốn ứng khẩu, chúng nhô lên đầu lưỡi ta. Hầu hết những hùng biện gia ứng khẩu đều là những người đã chui đầu vào những núi sách. Không tịch thu ý tưởng trước, ta sẽ thấy nghèo nàn, khô cạn lúc soạn thuyết văn cũng như khi thyết trình. Trong cuốn *Souvenirs d'âge mûr* ở trang 156, Francisque Sarcey[1] nói: "Nước người ta vặn trong vòi ra chỉ là nước người ta đổ trong đó trước. Phải. Có cái gì trong trí rồi mới nói ra được". Thực chí lý thay lời này của Đức Giêsu: "Miệng nói do lòng đầy tràn" (Ex abundantia cordis loquitur).

Có vốn kiến thức rồi làm sao chuẩn bị gần cho bài thuyết trình? Phải soạn thuyết văn trên giấy. Bạn chọn xong đề tài, tập trung các tài liệu cần thiết cho nó rồi thì bạn viết lên giấy ba phần của thuyết văn. Khai đề phải báo hiệu triển đề và dọn đường cho kết đề kết thúc vấn đề. Lựa ý sâu sắc gói trong ngôn từ xác đáng, đơn sơ mà cao nhã. Bạn không học thuộc lòng diễn văn đã soạn trên giấy nhưng nó phải nhập tiềm thức của bạn để bạn ứng khẩu. Tôi nghĩ trừ ra dạy học, huấn luyện còn hễ gọi thuyết trình, diễn thuyết thì phải nói tay không, có lắm là có một tấm giấy nhỏ trên bàn ghi mấy điểm chính. Người ta đi nghe ta nói

---

1. Francisque Sarcey (1827-1899): Nhà báo, nhà phê bình kịch nghệ người Pháp.

chủ không nghe ta đọc sách, đọc báo, đọc giấy tờ của ta soạn. Phải ứng khẩu bằng cách chuẩn bị trước cẩn thận. Hùng biện gia Berryer[1] nói: "Bạn biết bí quyết của những người ứng khẩu không? Đó là họ không ứng khẩu gì cả". Ông muốn nói gì vậy. Ông muốn nói mấy người ứng khẩu mở cửa hầm tiềm thức cho diễn giả dọn sẵn tuôn ra. Vậy về phương diện tinh thần, cho đặng thuyết văn có giá trị, có hai điều tối kỵ là không dọn trước gì hết mà cứ thuyết ẩu hay là dọn chí tử công phu rồi cầm đọc như đọc chuyện Tàu, hoặc học thuộc lòng rồi đứng trả bài như học trò tiểu học.

b) Phương diện tâm đức:

Tôi muốn nhấn mạnh phương diện tâm đức ở ba đặc điểm sau đây:

- Kiên chí luyện khoa nói.

- Nuôi tâm hồn cao nhã.

- Thuyết vì lý tưởng cao nhã.

Một danh tài ăn nói như Napoleon mà còn thú thật với Roederer[2] rằng: "Tôi làm việc không ngừng". Bạn đã biết hùng biện là một nghệ thuật mà

---

1. Pierre-Antoine Berryer (1790-1868): Nhà hùng biện, chính khách người Pháp.

2. Louis Roederer (1809-1870): Chủ sở hữu thương hiệu sâm-panh nổi tiếng *Louis Roederer* từ năm 1833.

nghệ thuật nào cũng có phần thiên tư và phần công phu. Và công phu có khi đứng đầu nữa. Cái gương Démosthènes cà lăm, ngậm sỏi ra bờ biển thi đua gào thét với ba đào chuyển động để luyện khẩu tài, không thúc đẩy bạn kiên chí luyện môn nói sao?

Rồi bạn thuyết chắc bạn mong ai nấy nghe bạn, hành động như bạn. Mà làm sao cho lời nói cảm nhiễm được như vậy. Phải có một tâm hồn cao cả. Trong điễn từ lúc được tiếp rước vào Hàn Lâm viện Pháp ngày 16.01.1908, ông Albert Vandal[1] ca tụng Edmond Rousse[2] nói: "Tâm tính của ông biện hộ cho ông". Chắc phải là tâm tính đại khái như trong câu này của Joubert: "Lời nói giống tư tưởng, tư tưởng giống tâm hồn, tâm hồn giống Thượng đế và tất cả các cái đó đều đẹp". Hùng biện mà thật hấp dẫn, hấp dẫn bền bỉ phải là tiếng dội của tâm hồn cao cả. Điều này chẳng những đúng cho nhà truyền giáo mà vẫn đúng cho bất cứ ai làm chính trị hay văn hóa. Chỉ có tâm hồn cao nhã mới đi sâu được vào các đáy lòng kẻ khác. Nói một đằng làm một ngả, nói để lừa bịp bằng ngôn ngữ hoa mỹ là thủ đoạn của hạ nhân. Cán bộ tuyên truyền chính phủ phải để lộ ra ngoài ánh sáng của tâm hồn.

---

1. Albert Count Vandal (1853-1910): Nhà sử học người Pháp.

2. Edmond Rousse (1817-1906): Luật sư người pháp, thành viên của Viện Hàn lâm Pháp trong 26 năm.

Thuyết trình trước đám đông là lãnh trách nhiệm hướng đạo về tinh thần cho bao nhiêu thiện chí muốn tìm chân lý. Làm sao chu toàn sứ mệnh đó nếu ta không có một lý tưởng cao cả. Ta phải biết ta đi về đâu rồi mới đủ quyết tín để hô hào kẻ khác theo ta. Lý tưởng là đỉnh núi còn thuyết văn của ta là những bực thang đưa lên đỉnh núi đó.

c) Phương diện tướng mạo, cử chỉ:

Tướng mạo phải biểu lộ khí sắc điềm tĩnh. Mới lên thuyết đàn, không vội gì nói. Nội tâm trấn an. Mắt nhìn thẳng và rảo qua khối thính giả. Mặt nghiêm mà không quạu, vui mà không hí hởn. Tránh tuyệt đối những cử động kỳ dị, trên tướng diện, như rùn vai bất tử, nháy mắt lia lịa, méo miệng, hĩnh mũi... Hai tay ra điệu bộ tự nhiên, tôi nhấn mạnh tự nhiên. Điệu bộ giống lời nói ở chỗ làm phương tiện diễn lộ tư tưởng nên phải ăn khớp với lời nói. Không thái quá mà cũng không bất cập. Tuyệt đối tránh những điệu bộ kỳ dị.

2. Đã xét đại khái về nghệ thuật thuyết trình, ta tìm hiểu tiếp vấn đề tổ chức các buổi thuyết trình.

a) Chọn thuyết trình viên: Độ nọ trong một cuộc thuyết trình cho sinh viên khóa 13, 14 tại quận đường Thủ Đức, sau khi một thuyết trình viên nói ít tiếng, thì ở trong một góc có một sinh viên nói rù rì với các

bạn gần quanh: "Ngủ bây". Và không cản tuân lệnh anh, con số không nhỏ trong đại giảng đường ngủ hay ngồi gục đầu xuống lén đọc báo. Tại sinh viên tập mệt quá chăng? Tại mái nhà tôn của thính đường nóng quá chăng? Có lẽ mà chắc chắn là tại thuyết trình viên ru ngủ. Tại hơn nữa là người ta không biết chọn thuyết trình viên. Cố nhiên tổ chức diễn thuyết hễ chọn diễn giả thì phải mời cho kỳ được các ông cấp bằng to, các ông lớn. Tôi còn nhớ ở các khóa huấn luyện ấp chiến lược tại suối Lồ Ồ, ở trung tâm huấn luyện nhân vị Vĩnh Long, trong nhiều khóa dự thính viên bị người ta cho uống thuốc an thần và ngồi ngáp ngược cũng tại lý do đó.

Cái khổ của nước ta ai cũng nhận là khó kiếm thuyết trình viên, thuyết trình viên thôi chứ chưa nói hùng biện gia. Ở ngoại quốc có những tổ chức có sẵn những diễn giả tên tuổi. Như ở Pháp chẳng hạn có Bureau des Conférences (32 Barbet de Jouy, Paris) D.R.A.C (8 bis Vavin, Paris)[1]. Ở nước ta chưa có nơi nào tập trung thuyết trình viên danh tiếng. Ta đành phải mời ở trong nhiều giới. Hay nhất là lần lần trong mỗi cơ quan của ta nên có thuyết trình đoàn được huấn luyện riêng về khoa hùng biện, về ý thức hệ, về tiếng mẹ. Nếu tổ chức thuyết trình mà có nhiều diễn

---

1. Phòng Hội nghị (địa chỉ: 32 Barbet de Jouy, Paris), Hiệp hội DRAC (địa chỉ: 8 bis Vavin, Paris).

giả thì nhà tổ chức đề phòng nạn họ nói mâu thuẫn nhau hay nói lặp đi lặp lại với nhau.

Thuyết trình viên, nếu biết kiêm, thiết tưởng không quá thiếu. Nếu không nô lệ các tên tuổi thường chỉ là số ít thì ta tìm ngay trong địa phương ta những bậc tài đức mà vô danh. Họ là những giáo sư, nhà văn, bác sĩ, luật sư, kỹ sư, nghệ sĩ, ở đâu cũng không ít.

Khi mời phải làm cho thuyết trình viên thấy ta quý trọng họ. Trong nhiều trường hợp ta hoặc gửi người xe đi rước, hoặc gởi lộ phí. Đến nơi có chỗ cư trú tiện nghi. Nên giữ thông lệ tốt đẹp này là sau buổi thuyết trình mời thuyết trình viên dùng bữa ở đâu đó.

Nhà tổ chức nên cho diễn giả biết trước khối thính giả gồm những thành phần nào, trình độ học thức có thể đặt những vấn nạn gì.

b) Chuẩn bị gần cho buổi thuyết trình: Đã có đề tài, đã chọn thuyết trình viên thì việc trọng yếu kế tiếp của nhà tổ chức là quảng cáo.

– Quảng cáo trên báo: Lời lẽ ngắn, gọn, hấp dẫn. Đừng quá lời ca tụng diễn giả làm độc giả nghi. Cũng nên lựa những báo nào độc giả đông, chuyên loan tin. Nếu tiện cũng nên đăng ảnh thuyết trình viên. Ảnh xấu quá thì đừng.

– Giấy bươm bướm: In giấy nhỏ, màu khác nhau phát ở cổng các hãng xưởng lớn, các thánh

đường, nhà chùa, thảo cầm viên, rạp hát và các nhà sách lớn. Chọn người phát cẩn thận. Tiền công đi đôi với lương tâm chức nghiệp, nhiều người không thù lao đúng mức nên kẻ lĩnh phát thuê thay vì phát thì thủ tiêu.

– Bích chương, biểu ngữ: Bích chương là truyền đơn in vào giấy lớn. Biểu ngữ là kẻ chữ trên vải, đệm bườm hay bản thiếc, bản cây. Lời lẽ cũng phải cẩn thận như khi đăng báo. Tránh dán hoặc treo những chỗ vô ích, bất đáng. Hấp dẫn là quan hệ.

– Thiệp mời: Có một số thính giả ta phải mời bằng thiệp in đặc biệt. Nghe rao trên báo thấy quảng cáo, họ chưa yên tâm. Thiệp mời nằm trên tay họ, họ mới có cái hãnh diện tham dự. Trong thiệp đại khái ta báo tin đề tài, tên tuổi diễn giả, nơi chốn, thời gian.

– Đài phát thanh: Nơi giúp ta quảng cáo gần như có hiệu quả hơn hết các loại quảng cáo. Vẫn cũng phải cẩn thận khi báo tin. Khiêm tốn là quan hệ.

– Rao trên các giảng đàn: Nếu tổ chức thuyết trình trong giới đạo thì các giảng đàn của các linh mục hay nhà sư có thể giúp loan tin rất hiệu nghiệm. Uy tín diễn giả nhiều khi được tăng lên.

– Dùng máy vi âm loan tin nơi đông người: Ở rạp hát, dọc theo đường phố, các hội chợ.

– Nhờ những người nhắn tin: Ở đâu cũng có những ông những bà có quen lớn nhiều, thông tin lẹ. Bạn khéo léo nhờ họ sẽ có thính giả đông và chắc.

– Người rao tin: Ở những nơi tổ chức thuyết trình thường xuyên, có những người chuyên môn rao tin. Người ta gọi là Hommes sandwich. Hơi giống những mô làng. Phải khéo chọn người ăn nói cẩn thận, hấp dẫn, bằng không kết quả có thể trái ngược lại.

– Xe loan tin và đưa rước: Phương tiện này hơi tốn kém mà nếu có và khéo tổ chức sẽ rất đắc lực.

c) Chọn phòng và đọn diễn đàn: Tùy loại diễn văn mà chọn phòng. Đừng gây cho thính giả mặc cảm đến một nơi dễ bị ảnh hưởng gì đó. Phòng thoáng khí, sạch sẽ, ghế ngồi chắc chắn, trật tự. Diễn đàn đặt chỗ mọi người trông thấy. Coi chừng máy vi âm không điệu. Diễn đàn dĩ nhiên phải chắc đừng hầm hình, lắc lư. Phòng và diễn đàn đẹp mà đừng lộng lẫy quá đến đổi người ta chỉ lo ngắm bông hoa, cờ xí mà quên mất diễn giả.

d) Trật tự trong phòng: Bao giờ cũng phải có những toán người trật tự chuyên kiểm soát lối ra vào cửa phòng, phân phối rải rác trong phòng để đảm bảo trật tự và thinh lặng cần thiết.

e) Sau lúc thuyết trình: Ở cửa ra, người ta có thể phát cho thính giả một bản toát yếu bài thuyết trình

(Verba volant, scripta manent[1]), lời nói bay đi, chữ viết còn lại. Nó giúp trí nhớ một số người vội quên.

Bài thuyết trình, ảnh thuyết trình viên nên đăng báo, nhật báo hay tạp chí. Buổi thuyết trình thuật lại hấp dẫn. Những đăng tải này gây tiếng dội tăng uy tín cho cơ quan tổ chức và làm cho thính giả tin tưởng.

IV. MÍT TINH LÀ GÌ?

1. Tổ chức mít tinh: Điểm trọng yếu của mít tinh là động viên con số đông đảo quần chúng để gây ý thức về một vấn đề nào, để ủng hộ hay đả đảo một cái gì dưới sự hướng dẫn của một diễn giả. Nó khác biểu tình nhất là ở chỗ có diễn giả hô hào, điều khiển.

Tổ chức mít tinh phải có một ủy ban để chỉ huy. Ủy ban này có nhiều tiểu ban đặc trách các việc cổ động, quảng cáo, trật tự, sắp đặt chương trình, địa điểm...

2. Địa điểm tập hợp: Tính mỗi thước vuông đứng mấy người rồi chọn một địa điểm tập trung cho tương xứng với số người mít tinh. Dự trù những lối ra vào trong khối người. Nếu gần lộ phải đề phòng số đông đứng khuất lộ.

Chừng hễ mít tinh thì tổ chức ngoài trời hơn là trong nhà dù nhà lớn đến đâu, trong nhà hệ thống

---

1. Thành ngữ Latinh, hiểu là: Lời nói gió bay, còn chữ viết thì lưu giữ được lâu.

máy vi âm, phóng thanh và tiếng ồn ào của nam phụ lão ấu sẽ làm cho náo động kinh khủng. Điều kiện vệ sinh trong nhà cũng bất tiện hơn ngoài trời cho một khối quần chúng đông nghẹt.

3. Phương tiện chuyên chở: Nếu có những phương tiện chuyên chở như ô tô, trực thăng, ô tô buýt thì dễ vận động quần chúng hơn. Các phương tiện lưu thông của dự thính viên, phải có những ban sắp đặt, canh phòng trộm cắp.

4. Ăn uống: Nếu tiện ăn uống thì tổ chức riêng cho từng miền, từng đoàn thể.

5. Cấp cứu: Ứng sẵn những nhân viên hồng thập tự.

6. Diễn hành: Nếu có diễn hành phải đoàn ngũ hóa cẩn thận. Các nhân viên trật tự phải đắc lực. Cờ xí không bừa bãi. Khi cần, thinh lặng phải được bảo đảm.

7. Truyền thanh: Gắn những ống truyền thanh trên gió. Đừng xa hay gần quá. Phải có chuyên viên lành nghề chịu trách nhiệm về hệ thống truyền thanh.

8. Diễn giả: Diễn giả phải là nhà hùng biện quần chúng. Tôi muốn nói người có ba tấc lưỡi có thể hô phong hoán vũ. Không có cái gì bất lợi cho tuyên truyền bằng vì nể nang mà người ta đặt lên diễn đàn

mít tinh những người đứng trơ như thây ma, nói thì rên rỉ, lụp chụp. Diễn giả quần chúng phải biết gào mưa thét gió.

Ban tổ chức phải liệu để diễn giả đứng chỗ mà ai cũng có thể thấy mặt được.

9. Giải tán: Coi chừng xô lấn gây tai nạn. Nên giải tán từ từ, trong vòng trật tự. Tóm lại, lời nói dưới hình thức đàm thoại thuyết trình và mít tinh là lợi khí tuyên truyền sắc bén đầu sổ nếu ta biết tận dụng nó. Trước khi chấm dứt chương này có một điểm ta cần lưu ý là cho đặng có những diễn giả chuyên nghiệp phải có những trường, những khóa dạy hùng biện. Nếu chính phủ không tổ chức phân khoa hùng biện, thì ít ra cũng có những tổ chức tư giống như La Conférence Montalembert, La Conférence Saint Paul[1] bên Pháp. Chương trình có thể phức tạp song đại cương gồm ba giai đoạn:

a) Giai đoạn kỹ thuật: Trong giai đoạn này những hùng biện gia tương lai chỉ tập nói sao cho người ta hiểu, nói cái gì cho có giá trị. Họ soạn những diễn văn rồi trình bày trên diễn đàn.

b) Giai đoạn thực hành chuyên môn về nội dung: Trong giai đoạn này họ chuyên luyện về lý

---

1. Hội thảo Montalembert, Hội thảo Saint Paul.

luận, về cách dựng một diễn văn ý tưởng phong phú và trình bày với lý luận sắc bén.

c) Giai đoạn thực hành chuyên môn về hình thức: Trong giai đoạn này họ chuyên luyện về nghệ thuật hùng biện như luyện văn, luyện cử diện phong thái lúc lên diễn đàn.

Ma lực của báo

"Báo chí là Nữ hoàng của thế giới."

– Pie X

ĐẠI YẾU

I. Vấn đề thông tin và các hình thức báo chí.

II. Nhật báo

III. Tạp chí – Niên giám kỷ yếu.

IV. Bích chương – Truyền đơn và biểu ngữ.

I. VẤN ĐỀ THÔNG TIN VÀ CÁC HÌNH THỨC BÁO CHÍ

Bạn đừng hiểu đơn sơ thông tin là tuyên truyền chính trị của một chế độ. Xét về mặt tâm lý, thông tin rất phong phú.

Bất cứ ai cũng có nhu cầu biết và biết. Bạn muốn biết. Tôi thèm biết. Nhu cầu đó là nhu cầu hiếu tri. Nhu cầu này càng khẩn thiết trong đời sống tập thể và nó càng rộn rịp theo đà sinh hoạt phức tạp của xã hội. Ba tính chất hấp dẫn của tin tức là nó mới lạ, nó khả truyền và nó được dùng làm lợi khí cho một chủ trương nào đó.

– Mới lạ là yếu tố căn bản của bản chất tin tức. Nó gần như chỉ được gọi là tin tức vì nó cho người ta biết cái gì mới lạ.

– Khả truyền vì bản chất mới lạ của tin tức có xu hướng tự chuyển đến mọi người. Cả hai yếu tố này đáp ứng nhu cầu gốc rễ của tâm trí con người là nhu cầu hiếu tri.

Dựa vào nhu cầu này:

Làm một lợi khí vì ở thời nào, người ta cũng dùng thông tin để truyền bá tư tưởng nếu không theo lối độc đoán thì cũng theo lối dân chủ.

Từ nghìn xưa người cổ sơ đã có những phương tiện truyền tin. Nếu ngày nay ta dùng báo chí, có T.S.F. thì cổ nhân dùng những dấu hiệu như đốt lửa, thổi còi, gõ chuông, đánh trống, thả chim bồ câu. Trong mùa chinh chiến người Gô Loa hay chặn các khách bộ hành ở mỗi trạm gác để bắt thuật tin tức. Nếu ở thế kỷ 16 nhờ những thương thuyền, ở thế kỷ 13 nhờ những người ca rong, ngâm thơ dạo, thì ở thời thượng cổ La Mã nhờ những công trường gọi là Forum, người ta loan tin. Còn nói chi những phương tiện thông tin tối tân Đệ nhị thế chiến nhất là của hiện tại trong các ngành quân sự, chính trị, thương mại. Xét về mặt tâm lý, thông tin là nền tảng của nói chuyện, của xã giao. Bạn thử tưởng tượng coi có đàm thoại nào mà không thông tin không. Tôi nói chuyện

với bạn là tôi mong bạn cho tôi biết những tin tức về bạn, về thời cuộc. Đáng lẽ tin tức phải đúng sự thật. Song vì tật vội đoán hay vì thâm ý xuyên tạc sự thật, tin tức nhiều khi là láo xược, lừa bịp. Vội đoán phát xuất từ vội tin. Ta vội tin nên ta không kiểm điểm tin tức mà chấp nhận nó cách toàn vẹn rồi ta đem phổ biến rồi vô tình sai một ly kẻ khác đem đi thành một dặm. Còn xuyên tạc sự thật thì khỏi cần bàn rộng. Khi nhắm một mục đích nào đó, người ta coi tin tức như phương tiện. Tin tức thành phương tiện thì khỏi nói, bản chất của nó bị uy hiếp. Người ta không lấy làm lạ tại sao Tần Thủy Hoàng chôn sống không biết bao nhiêu trí thức tuyên truyền nghịch đường lối của ông. Năm 1501, Giáo hoàng Alexandre VI còn thế quyền, ra lệnh không ai được xuất bản cái gì mà không có phép của giáo hội. Thời Richelieu, ở Pháp chỉ có tờ *Gazette* được phép loan tin chính trị. Ở các nước độc tài đó, chế độ kiểm duyệt cũng phức tạp như lưới nhện tình báo, công an.

Dựa vào các luận cứ trên, bạn thấy thông tin dính liền với đời sống cá nhân, với sinh hoạt tập thể và nhất là với sinh hoạt chính trị. Cho đặng phổ truyền tin tức người ta dùng báo chí mà các hình thức thông dụng của nó là: nhật báo, tạp chí, kỷ yếu, niên giám, bích chương, truyền đơn, biểu ngữ. Mỗi hình thức có tác dụng đặc biệt. Dưới đây ta sẽ xét riêng từng thứ.

II. NHẬT BÁO

1. Tầm quan hệ của nhật báo: Báo chí ở thời đại ta quan hệ thế nào mà Ketteler[1] phải thốt ra mấy lời này: "Nếu thánh Paul tái sinh, Ngài sẽ là một ký giả". Bạn hãy nhìn tất cả như không, tiền bạc như không, chức quyền như không. Báo chí là tất cả, có báo chí là chúng ta có tất cả. Tại sao báo chí được coi là quan hệ như vậy? Chung quy tại ảnh hưởng kinh khủng của nó thôi. Ngày nay ở nhiều nước, về mặt thông tin, báo chí bị nhiều phương thế tuyên truyền khác nhất là các máy phát thanh cạnh tranh ác liệt nhưng nó vẫn đứng hàng đầu để loan tin, bình luận tin, quảng cáo và giáo dục quần chúng. Quần chúng của bất cứ nước nào, dù văn minh đến đâu cũng phần đông ít học. Họ không tiêu thụ hay không thích tiêu thụ những báo, sách viết cao, nặng suy cứu là món ăn dành riêng cho thiểu số trí thức. Chính nhật báo là món ăn vừa tầm hiểu biết của quần chúng. Mặc dù ký giả càng lành nghề, càng tỏ ra vô tư, không bắt độc giả theo chủ trương nào nhất định của mình mà chỉ lo phục vụ thị hiếu của độc giả. Độc giả thấy mình sống trong khí hậu tự do dư luận. Tuy nhiên bạn dư biết, độc giả của tờ báo nào

1. Freiherr Wilhelm Emmanuel von Ketteler (1811-1877): Nhà thần học, chính trị gia người Đức. Ông từng là Giám mục của thủ phủ Mainz, thuộc bang Rheinland-Pfalz nước Đức.

cũng chịu ảnh hưởng của tờ báo đó. Người ta không nhồi sọ ngay như thời mấy ông vua bà chúa độc tài xưa hay như ở những nước độc tài có bóng cờ búa liềm, chữ vạn mà người ta khiêu gợi, tạo bầu khí, nhào nặn tiềm thức độc giả khi một ít. Nhờ vội tin, điều này rất mạnh trong giới bình dân, quê mùa, các tin tưởng xâm nhập mạnh vào quần chúng tạo thành dư luận có thế lực áp đảo quần chúng, giáo huấn, hướng dẫn óc phán đoán của quần chúng. Nhiều điều mà phát thanh không có thời giờ đủ để nói tỉ mỉ, điều mà sách vở không cách nào phổ biến mau lẹ được thì báo chí hằng ngày nói thẳng đầy đủ với quần chúng. Có thể nói cái gọi là thế lực của văn tự mà ảnh hưởng mạnh, ở quần chúng nằm trong bàn tay của báo chí. Adolf Hitler nói đúng: "Nhật báo để dành cho đại chúng". Cũng tại vì báo chí hoành hành như một vị thần tác oai tác phúc mà Đức Giáo hoàng Léon XIII gọi: "Báo chí là một lực lượng, là bà chúa của dư luận". Trong vòng 50 năm nay người ta thấy báo chí vô cùng quan hệ, nó uốn nắn đầu óc độc giả đến đỗi những tờ báo lớn đều có những người hành động theo chúng. Có nhiều người nói chuyện với ta đôi lần ta có thể đoán biết họ được nuôi dưỡng bằng tờ báo nào *Observatore Romano* hay *Le Figaro, Humanité* hay *La Croix, Paris Match* hay *Times* hoặc *Newweek*. Ở Việt Nam sau chính biến 01.11.1963, mấy tờ báo của mấy đạo lớn chiếm quán quân độc

giả. Báo chí được quần chúng dùng như cặp kính màu để nhìn các vấn đề thời cuộc. Còn nói báo chí mà cổ vũ chế độ này, mạt sát chế độ nọ, đưa nhân vật này lên trời xanh, hạ nhân vật kia xuống đất đen thì thôi khỏi bàn. Vua Farouk của Ai Cập, hồi bị hạ bệ lúc vừa tới Ý, đã van nài nhà cầm quyền sở tại bằng một câu nói lên tâm trạng khiếp đảm của mình đối với báo chí: "Yêu cầu quý vị bảo trợ cho tôi khỏi các ký giả". Rồi bạn tưởng tượng cho tôi cái rừng báo chí sau các năm cách mạng 1789, 1917, 1920 coi dư luận thay đen đổi trắng thế nào. Khrushchyov đã dùng cái gì hạ bệ Stalin và cái gì đã bôi lọ Khrushchyov. Jouvenel[1] nói báo chí là "đệ tứ quyền". Phải. Phải lắm và có khi nó khuynh đảo cả ba quyền đứng trước nó là các quyền lập, hành và tư pháp nữa.

2. Tổ chức một nhật báo:

a) Vốn và vốn: Ở đâu nói tiền không có không được thì làm báo câu ấy còn là câu đầu lưỡi hơn nữa. Số vốn làm báo nặng tối thiểu vì tự bản chất của nghề ấy đời phải tốn. Ở Việt Nam, khi ra báo chủ báo dự trù số vốn bao nhiêu? Ở Pháp, Bỉ nhất là ở Hoa Kỳ, người ta dự trù tối thiểu từ 25 đến 300 triệu bạc Việt Nam trước khi tờ báo sống bằng quảng cáo và độc

1. Bertrand de Jouvenel des Ursins (1903-1987): Nhà triết học, nhà kinh tế học, nhà chính trị người Pháp.

giả. Ngay tiền giấy thôi, năm 1950, tờ *Figaro* phải tốn 374.268.628 quan.

Tờ *Le Soir* của Bỉ mấy năm về trước mà mỗi ngày để phát hành 310.000 số phải dùng đến 25 máy đúc chữ, 5 máy in trục. Mỗi máy đúc chữ trị giá 1.250.000 phật lăng[1], mỗi máy in trục trị giá 70 triệu phật lăng trở lên. Bạn thử tính coi tờ *Le Soir* dùng 25 máy đúc chữ, 5 máy in trục tốn bao nhiêu.

Bạn thử tưởng tượng tờ *New York Times* có bao nhiêu nhân viên. Gần 4.000 người. Mỗi ngày dùng bao nhiêu mực, bao nhiêu giấy? 2 tấn mực và 125 tấn giấy.

Vì phải bỏ ra số vốn nhiều khi quá khổng lồ như vậy nên cá nhân khó làm chủ một tờ báo lớn. Một người như *François Coty* mà theo lối tường thuật của *Henry Boston* trong cuốn *ABC de la Presse*, đang làm chủ tờ *Le Figaro*, cho ra thêm tờ *L'Ami du Peuple*, bị cạnh tranh, phá phách kịch liệt. Bị cúp phát hành thì ông lập công ty phát hành riêng. Bị cúp quảng cáo thì ông mở văn phòng quảng cáo riêng. Ông mở bút chiến, đâm đơn đưa bọn chống đối ông ra tòa. Ông thắng kiện. Việc làm ăn của ông ai nấy đều cho là lên như diều. Vậy mà sau cùng ông phá sản. Tại bà vợ kiện xin ly dị và bắt bồi thường số tiền không lồ

---

1. Tên gọi cũ của đồng tiền Pháp (đồng franc).

chăng? Có lẽ. Mà có lẽ nhất là một cá nhân không làm sao chịu đựng nổi bền bỉ đủ thứ hao tốn rắc rối mà một nhật báo hay tạp chí có thể tạo ra.

Vì những kinh nghiệm đau thương như vậy nên thường chủ báo là công ty tư bản, là một đảng phái hay một gia đình. Nhiều người góp lại một tư sản kếch xù.

Các công ty dưới những hình thức nặc danh, tập danh hay lưỡng hợp tổ chức những dãy báo chí (Chain newspapers). Năm 1945 ở Hoa Kỳ có 73 dãy điều khiển 375 tờ báo.

Còn Đảng coi báo là tư sản thì ở ngoại quốc là việc quá thường. Bên Pháp tờ *Humanité* của Đảng Cộng sản, tờ *Le Populaire* của Đảng Xã hội. Ở Bỉ, tờ *Temps Nouveaux* của nhóm chính trị Công giáo. Nếu Đảng không là chủ báo thì báo muốn đừng chết yểu phải có tôn giáo chẳng hạn tờ *Observatore Romane* ở Ý, tờ *La Croix* ở Pháp.

Gia đình làm chủ báo tổ chức đại khái giống những công ty. Ở Bỉ, tờ *Le Soir*, là tư sản của gia đình Rossel. Ở Anh, tờ *Evening News* thuộc sở hữu quyền của gia đình Rothermere. Tóm lại, muốn tổ chức một tờ báo có giá trị phải có vốn lớn. Còn làm đập dập, mượn đầu heo nấu cháo, càng làm càng đổ nợ như chúa chổm; từ chủ nhiệm, ký giả đến anh

tùy phải đói lên đói xuống thì báo sớm muộn cũng vong mạng.

b) Bộ biên tập: Lo vốn cho tờ báo là việc nát óc rồi lo cho nó có một bộ biên tập khả quan còn khổ tâm hơn nữa. Vẫn biết hễ có tiền bạc dồi dào thì có nhiều bài vở hay. Song ai có kinh nghiệm làm báo đều nhận rằng không riêng gì ở nước hậu tiến, ngay ở nước tiên tiến, nhà báo có thực tài cũng khó kiếm. Đồng rầm rộ chạy chọt hết tờ này đến tờ kia là những ngòi bút non, học kém, mới tập viết, viết một thời gian rồi tự mãn không trao đổi thêm nghề nghiệp. Còn cái nạn những người không từng học viết sách, chỉ biết làm thương mại, hoạt động chính trị lại đi làm báo. Các ký giả thực tài lạc vào họ như những kim cương giữa sa mạc. Trong một nước báo càng ra rậm rạp càng khó thành lập một bộ biên tập có giá trị. Bộ biên tập đặt dưới quyền điều khiển của chủ bút. Nó chia ra từng ban đặc trách về tin tức, phóng sự, hội họa, các loại bài vở. Các bài phông hay xã luận thường chủ nhiệm hay chủ bút phụ trách. Để bộ biên tập đắc lực, người ta chọn người kỹ, đơn giản hóa và phân công rõ rệt.

c) Thủ tục thông thường: Dòng họ của bà kiểm duyệt có từ thời Tần Thủy Hoàng, Vesparien, Napoleon nên ngày nay đã thành một thông lệ là ra báo phải có giấy phép. Cách mạng nào cũng quảng

cáo tự do ngôn luận mà càng cách mạng, kiểm duyệt càng gắt gao. Ngày nay tôi thiết tưởng không ai suy nghi mà còn lời qua tiếng lại làm gì về chế độ kiểm duyệt. Nó thành sự kiện bất khả kháng rồi. Viết có hết mực, nói có rách phổi thì cây kéo vẫn mạnh hơn ngòi bút, và bây giờ bất cứ ở nước nào cũng có bóng nó trong bộ thông tin, trong các cơ quan tuyên truyền của chính phủ.

Biết vậy thì làm báo phải... có giấy phép. Đề phòng tai họa mướn măng sết. Gặp người lưu manh thì giao kèo làm kỹ đến đâu cũng bị vặn nài bẻ ống và công việc của bạn có thể thất bại. Ở những nước mà thần kéo không quá hoành hành thì khi bạn ra báo, đại khái bạn phải khai báo nhan đề tờ báo, nhân viên nơi in, bạn phải ghi tên người quản lý, nhà in và phải nạp bản.

d) Bộ máy điều khiển tờ báo: Vấn đề này rất linh động và co giãn ở từng tờ báo. Đại khái có các ban:

– Ban giám đốc gồm: Chủ nhiệm, chủ bút, tổng thư ký. Chủ nhiệm chịu trách nhiệm về pháp lý và toàn thể tờ báo. Chủ bút thế chủ nhiệm đặc trách về nội dung hình thức tờ báo. Tổng thư ký đi sát chủ nhiệm, thay thế những khi chủ nhiệm vắng.

– Ban quản trị gồm: Quản lý và các cộng sự viên trong các tiểu ban kế toán, ấn loát, quảng cáo, phân

phát và bán báo. Người quản lý cũng đi sát chủ nhiệm như Tổng thư ký.

3. Nguồn lợi của tờ báo:

a) Mua dài hạn: Mua dài hạn vừa có lợi cho chủ báo vừa cho độc giả. Chủ báo thấy trước được số chi thu, tránh được nạp in thừa. Tờ báo càng ngày càng tăng uy tín, vì được độc giả tín nhiệm. Độc giả mua dài hạn, hằng năm đỡ tốn tiền báo hơn là mua mà thay đổi đủ thứ báo. Nếu báo hay, độc giả theo dõi được nhiều loạt bài xây dựng. Khổ nỗi là ngày nay, số phận báo bấp bênh, số bài đăng cũng không mấy bảo đảm giá trị nên ít có báo được mua dài hạn chắc chắn.

b) Bán từng số: Tức là bán qua các đại lý, qua các người mua sỉ, cho họ những phần trăm. Lối bán này nhiều khi rất bấp bênh nhất là khi các tổ chức phát hành có ác ý nhẹm ếm.

c) Quảng cáo: Nếu quảng cáo được dồi dào thì chính nó là nguồn lợi bảo đảm của tờ báo. Quảng cáo có hai hình thức chính là đăng hình, viết quảng cáo rõ rệt vào những trang báo nhất định và viết những bài dài quảng cáo mà không ra vẻ quảng cáo.

4. Tinh thần của tờ báo:

Tinh thần mà tờ báo phải tiêm nhiễm là tinh thần đúng đắn. Điều đó chắc rồi. Mà khổ một rồi là mỗi tờ báo quan niệm tinh thần đúng dắn một kiểu.

Thì bạn coi đâu có ông chủ nhiệm nào nói mình làm báo để phổ biến những gì không đúng đắn. Thế mà bạn coi trong nước cũng như ngoài nước, thỉnh thoảng một số báo không nhỏ vì óc thương mại, vì óc phe phái, đã coi sứ mệnh nhà báo rẻ như bèo. Khổ cho dân tộc là có những thời kỳ mà ở các cơ quan kiểm duyệt có một vài người vì quá sợ thượng cấp, cần bảo đảm miếng cơm manh áo, đi kiểm duyệt gắt gao những lời cảnh cáo của những kẻ ưu thời mẫn thế viết ra. Họ vô tình a tùng với những người phá hoại dân tộc mà họ không dè. Khi cần chỉ trích mấy tệ đoan của những nhà giáo thiếu tư cách, của những tiểu thuyết gia đầu độc họ tưởng chỉ trích chính phủ và một cách bảo hoàng hơn vua, họ sử dụng cây kéo bất kể ai là người phục vụ, ai là người phá hoại văn hóa. Có thể họ vô tình và đáng thương hại vì họ quá sợ sệt hay thiếu căn bản phán đoán khó phân biệt vàng thau khi thi hành phận sự. Nhưng đáng tiếc là tại sao cấp trên cứ dùng họ. Chính những người kiểm duyệt vô ý thức là những kẻ nối giáo cho những nhà văn nhà báo vô lương tâm nghề nghiệp phá hoại một cách "có giấy có tờ" nghĩa là nhân danh pháp lý mà tạo ra những thế hệ sau này chuyên làm chuyện phi pháp.

Tinh thần đúng đắn của nhà báo phải dùng để giúp chính quyền bài trừ các hình thức đầu độc dân tộc. Tinh thần này phát lộ trong ước vọng quảng

bá chân lý. Trong những vấn đề liên hệ đến các học thuyết xã hội, nhà báo phải biết nêu ra những nguyên tắc để soi sáng độc giả. Thí dụ họ đả kích ly dị, họ phải cho độc giả biết tại sao vợ chồng cần nhất phu nhất phụ, đâu là ác quả của cảnh rẽ thúy chia uyên.

Tinh thần phục vụ chân lý làm nòng cốt cho tờ báo hướng về sự xây dựng xứ sở, lấy vấn đề này làm lý tưởng, đặt nó trên các mục tiêu thương mại phe phái.

Thờ chân lý mà vẫn bao dung. Khi xét vấn đề gì, xét bình tĩnh, không bồng bột võ đoán, không hẹp hòi đến thành độc ác. Tấn công lỗi lầm, tệ đoan chứ không phải chỉ trích cá nhân, chà đạp danh dự tội nhân. Trong tờ *Observatore Romane* ra ngày 23.01.1950, có đăng bài huấn từ của Đức Pie XII cho một nhóm chủ nhiệm, ký giả Hoa Kỳ, dại khái khuyên họ phải là chiến sĩ của sự thật. Nhưng không nên nhân danh sự thật mà hy sinh đức bác ái vì có những sự thật không nên nói. Lôi đời tư một cá nhân ra bôi lọ, nhà báo cân đo coi có thiện hóa được cá nhân không, chế độ có trong sạch, xã hội có tiến bộ hơn không. Bút chiến nhiều khi cần để binh vực sự thực. Mà nó có bị lạm dụng để bộc lộ tánh hiếu chiến, lòng tự ái, cảm thù và bụng báo oán không. Một tờ báo đúng đắn có nên dùng những phương kế đê tiện để báo chạy không? Tất cả những câu hỏi ấy làm cho người làm báo có lương tâm chức nghiệp suy nghĩ.

5. Hình thức và nội dung tờ báo:

a) Muốn nắm quần chúng, phải có hình ảnh, mau sắc. Hình ảnh khắc khổ quá đều làm quần chúng ngấy. Màu sắc lem luốc cũng như sặc sỡ quá đều làm quần chúng bỏ tờ báo lần lần. Hình mỹ nhân ai cũng nhận là đẹp song trong trời đất còn biết bao nhiêu thứ hình đẹp nữa. Nhà báo phải biết khai thác để phong phú hóa thị hiếu quần chúng.

b) Tin tức trong bất cứ địa hạt nào, cũng phải gạn lọc kỹ trước khi đăng. Ở Âu Mỹ có các hãng thông tấn này danh tiếng: *Reuter* (Anh), *Wolf* (Đức), *Stéfani* (Ý), *Radio* và *Havas* (Pháp), *Tass* (Nga). Ở mỗi nước lại còn có thông tấn xã riêng. Dùng tin tức của các tổ chức ấy, bạn khá yên tâm, dầu vậy cũng phải cẩn thận. Năm 1965, một nhật báo nào đó, mẹ của một giáo chủ ở miền Nam Việt Nam mà đăng là vợ. Kết quả là gây những hiểu lầm, tập hợp phản đối và có một ủy ban đi dàn xếp. Cùng nòi giống với tờ *L'Aube*, tờ *La Croix* mà sao báo ấy không cẩn thận như đàn anh đàn chị của mình.

c) Bài phông phải để người tin cậy viết. Nội dung vững chắc về lý thuyết mà không ra vẻ mô phạm, cần ý hơn cần lời, một ý thôi mà khéo trình bày, đơn sơ mà bén nhọn, văn khí hấp dẫn và bút pháp lôi cuốn.

d) Bài xã luận cần nhất là sát thời cuộc vạch đường lối sáng suốt. Đừng lôi đồ cũ ra nấu lại rồi dán

nhãn mới dầu đồ ấy của bất cứ danh sĩ nào. Vấn đề không phải triển lãm các hệ thống lý thuyết xã hội mà giải quyết những vấn đề xã hội thực tế.

e) Các bài tạp luận phải xoay chung quanh cái trục phát triển con người toàn diện và xã hội muôn mặt.

Tại sao chỉ đăng rặt truyện ngắn, truyện dài kể lể chuyện trái tim và đánh chưởng. Những bài về lịch sử, khảo cổ, giáo dục, gương danh nhân, nghệ thuật, khoa học biết lựa xem trong tờ báo, đổi món ăn cho độc giả thì tờ báo sao mà không lôi cuốn được.

f) Đăng quảng cáo thì cũng cốt loan tin cho độc giả chứ không phải lạm dụng lòng tin của độc giả rồi làm tờ báo thành một cơ quan rao hàng.

6. Người ta đòi hỏi gì ở ký giả?

Không sợ bị trách là đòi hỏi quá ở ký giả, người ta buộc ký giả phải biết đủ thứ: Từ văn học, khoa học, nghệ thuật đến chính trị, kinh tế, giáo dục. Người ta còn buộc họ có một số đức tính và nhiều điều kiện về tâm đức nữa. Ký giả đã tự ý gán cho mình sứ mệnh hướng đạo dư luận, nên người ta đòi hỏi họ như vậy là phải.

Ngoài cái vốn văn hóa không có không được, ký giả phải hợp thời nghĩa là nắm vững các vấn đề thời sự, phải vô tư, không để mình bị mua chuộc, bị gây áp lực bẻ quẹo ngòi bút. Một ký giả có thế lực là một

ký giả trung thành với sứ mệnh của mình. Vì muốn có những ký giả lành nghề nên ở Âu Mỹ có những trường đào tạo ký giả.

Tại Hoa Kỳ, nhiều khóa dạy làm báo được mở trong các học đường ở Chicago, Philadelphie, New York. Bên Pháp trường dạy làm báo đầu tiên mở trong đại học Công giáo tại Lille. Ở Đức người đầu tiên cổ động đào tạo ký giả là giáo sư Koch.

Còn ở Việt Nam? Thấy người mà nghĩ đến ta. Độc giả ý thức sứ mệnh của báo chí đang đốt hương cầu nguyện cho những trường đào tạo ký giả ra đời. Nếu là ký giả, trong khi chờ đợi những trường ấy và nếu chưa được dịp may bước vào những trường nào ở ngoại quốc, thì để mài giũa thêm nghề nghiệp, bạn tạm đọc các cuốn *Tu seras journaliste* của Joseph Folliet do Chronique Sociale de France xuất bản. *Comment on devient Journaliste* của Alexandre Guérin, do Publications universelles illustrées xuất bản. *Pour devenir journaliste* của Vincent Samati, do Victorion xuất bản. *Le journaliste en 20 leçons* của Robert de Jourvenel do Payot xuất bản.

III. TẠP CHÍ, NIÊN GIÁM VÀ KỶ YẾU

1. Tạp chí (Revue): Đứng liền sau nhật báo trong hàng ngũ báo chí được coi như phương tiện tuyên truyền là tạp chí. Đây không phải là 2 hay 4 hoặc 8

trang ra mỗi ngày mà là một tập có khi như một cuốn sách ra hằng tuần, nửa tháng, một tháng, ba tháng mà người ta gọi là tuần san, bán nguyệt san, nguyệt san, tam cá nguyệt san.

Tạp chí nhắm số công chúng chật hẹp hơn nhật báo. Nội dung nhẹ về tinh thần tức thời sự, chính trị mà nặng về các khảo cứu về một hay nhiều ngành đặc biệt nào đó. Tạp chí cần những nhà văn nhà báo có vốn học uyên thâm, chịu trách nhiệm từng loại bài. Nó cũng được phát hành khác hơn nhật báo nhất là ở chỗ nó dựa vào một số độc giả dặc biệt, gần như nhất định để ấn hành. Vì phổ biến ít quảng bá nên tạp chí không phong phú về quảng cáo bằng nhật báo.

Ở Âu Mỹ và Việt Nam có không biết bao nhiêu loại tạp chí. Dĩ nhiên là vàng thau lẫn lộn. Không phải ít tạp chí có giá trị. Gương mẫu bạn có thể kể *Sélection, Constellation, Ecclésia, Témoignage chrétien, Esprit, Etude, Science et Vie, Paris Match, Time, Neweek, Bách Khoa.*

2. Kỷ yếu (Bulletin): Cũng là một hình thức tạp chí thường các cơ quan văn hóa, hành chính hay những giáo xứ cho ấn hành để vừa phổ biến tin tức, công tác, huấn từ hay những bài vở xây dựng theo tinh thần của tổ chức nào đó. Thí dụ kỷ yếu hội khuyến học Nam Việt, Bulletin paroissial của giáo xứ Paris, Bulletin diocésain của giáo phận Toulouse...

Trong những cơ quan kém tài chính người ta làm những kỷ yếu bằng giấy quay ronéo hay ruột quay mà bìa in đẹp.

3. Niên giám (Almanach): Cùng nòi giống với kỷ yếu là Niên giám. Tiếng này dịch bởi tiếng Almanach đồng nghĩa với danh từ Hy Lạp almenakhon nghĩa chính là cuốn lịch. Trong niên giám căn bản là lịch rồi người ta đăng những bài ngắn ngắn đủ loại. Hình ảnh xen lẫn ở trong. Niên giám đã được dùng từ thời cổ La Mã, Hy Lạp, Ấn Độ và Trung Hoa. Người ta dùng nó để ghi những hiện tượng thiên văn có tác dụng riêng cho khoa tướng số. Ngày nay cầm một cuốn niên giam người ta có cảm tưởng cầm một tập trung của lịch, tạp chí, kỷ yếu dĩ nhiên là của quảng cáo nữa. Nó thường không còn ý nghĩa của những cuốn cẩm nang của các danh nhân mà người ta có thể khai thác về mặt chính như Almanach của Nostradamus năm 1550, của Mathieu Laensberg năm 1936.

Niên giám được bình dân ưa vì có hình, có lịch, có những ghi chép ngắn gọn dễ đọc. Người làm niên giám thể hiện được mục đích giáo huấn mà không làm cho độc giả ngán. Viết niên giám phải xây dựng mà vui tươi, hấp dẫn. Tác giả cuốn *Comment propager nos idées* nói: "Cho đặng cuốn niên giám đoạt mục đích của nó là "Giáo dục vui vẻ" thì nó phải vừa là một cố vấn sáng suốt vừa là một người bạn vui tính". Ở

Việt Nam từ năm 1957 đến nay có ba cuốn niên giám có giá trị nhất: Niên giám sống mới của nhà Phạm Văn Tươi, niên giám công đàn và niên giám 1964 của Công giáo tiến hành.

IV. BÍCH CHƯƠNG, TRUYỀN ĐƠN VÀ BIỂU NGỮ

1. Bích chương: Groisiez gọi bích chương là nữ hoàng của vách tường. Thì như bạn thấy trên các vách tường, các gốc cây có những tấm giấy lớn, màu khác nhau, in chữ to. Đại khái bích chương là vậy. Tên của nó nói lên vị trí của nó. Giấy dán lên vách. Nó là anh em với bích báo là báo viết dán trên vách. Khó mà tìm một thành phố nào ngày nay bất kỳ ở lúc nào không có bích chương. Bạn đọc trên vách tường chẳng hạn như xà bông, nhật báo Y, ứng cử viên Z...

Bích chương cũng giống như báo chí theo nhận xét của Louis Veuillot, là cái lưỡi của Esope. Nó rất hay mà cũng có thể rất... bậy. Cái hay của bích chương là nó là "thông điệp" cho tất cả - emnibus. Nó dễ đập vào mắt quần chúng. Trên đường đi Đà Lạt, ngủ gật xong, ngó lên tôi thấy: "Dầu khuynh diệp bác sĩ Tín". Đi về Hậu Giang, gần đến Long Xuyên, tôi cũng thấy: "Dầu khuynh diệp Bác sĩ Tín". Bích chương áp dụng luật tâm lý cột trụ này là ám thị. Nó gây ấn tượng mạnh trong tâm não quần chúng. Cù là con cọp sẽ

được quần chúng để ý hơn cù là Niae-Plisu nếu ít quảng cáo hơn. Khéo quảng cáo, quảng cáo mạnh bằng bích chương là nắm tâm địa quần chúng. Nhờ tiến bộ khoa học, bích chương có thể tóm lược đại ý của một chủ trương, một học thuyết nhiều khi trị giá như một tờ báo mà có phần hấp dẫn hơn.

Ngày nay ai cũng nhận bích chương là thần xa chở tư tưởng. Nó trở thành lợi khí quảng cáo sắc bén nhất. Mà các giới từ thương mại, chính, trị, văn hóa, đến tôn giáo đều dùng.

2. Truyền đơn: Là những tấm giấy nhỏ in nhiều màu dùng rải, phát trong dân chúng để tuyên truyền điều gì đó. Từ thế kỷ 16, 17 người ta đã ý thức tầm quan trọng của truyền đơn rồi. Thánh François de Sales cho in truyền đơn bài bác phe lạc đạo. Thánh Vincent de Paul tuyên truyền bác ái bằng cách trích lục *Thánh kinh* và *Thánh phụ* về bác ái in trong truyền đơn rải trước các cửa thánh đường. Nhân dịp lễ bách chu niên kỷ niệm ngày chết của Voltaire, người ta đã dùng đến 600.000 truyền đơn nói về nhà văn lỗi lạc này. Ngày 15/5/1924, nhân một cuộc bầu cử, báo *Quotidien* đã tung 13.834.000 truyền đơn. Ngày nay, truyền đơn thông dụng thế nào, bạn quá biết. Tôi xin miễn nhấn mạnh. Truyền đơn là một thứ báo bé hạt tiêu. Nó đi sâu vào quần chúng gấp ngàn lần nhật báo, bích chương nhất là dưới hình thức giấy

bươm bướm.

Viết truyền đơn phải có nghệ thuật. Hình thức truyền đơn phải gọn ghẽ. Màu thay đổi mà đừng ghê quá. Văn viết ngắn. Gọn và giật gân. Hàm súc mà dễ hiểu. Các sự kiện, các con số, các hình ảnh phải đập mạnh vào mắt dộc giả. Hình thức của truyền đơn bình dân nhưng nội dung tránh thô kệch. Giọng văn phải hấp dẫn nhờ duyên dáng.

Rải truyền đơn có hai cách: Rải một đôi lần mà rải rộng, rải quảng bá và rải ít mà rải nhiều lần.

Người rải truyền đơn phải khéo chọn. Cẩu thả sẽ sinh kết quả ngược lại ý muốn.

3. Biểu ngữ: Đây là những tấm băng vải hay đệm bườm, những khuôn đóng ván hoặc thiếc, trên đó người ta đề những câu tuyên truyền. Thường là những khẩu hiệu, những tiêu ngữ, những toát yếu của một chủ trương, một đường lối. Biểu ngữ cũng thường được dùng trong những cuộc biểu tình. Treo biểu ngữ phải kiếm những nơi công chúng qua lại nhiều và treo cẩn thận. Làm sao nhìn lên người ta thấy cái gì đứng đắn, điều đó ảnh hưởng đến thái độ thụ nhiễm điều ghi trên biểu ngữ.

Tóm lại, báo chí dưới các hình thức đặc biệt của nó là nhật báo, tạp chí, kỷ yếu, niên giám, bích chương, truyền đơn, biểu ngữ, là lợi khí sắc bén để tuyên truyền nhất là ở thời đại ta trong các lĩnh vực

chính trị, tôn giáo và văn hóa. Trước khi chấm dứt chương này, để bạn ý thức ma lực của báo chí, tôi xin trưng dẫn mấy lời sau đây của Oswald Spengler[1] trong cuốn *Le Déclin de l'Occident*: "Ngày nay báo chí là một đạo binh tổ chức cẩn thận mà các ký giả là sĩ quan còn các độc giả là binh sĩ". Nhưng ở đây cũng như trong các cơ quân, chiến sĩ nhắm mắt tuân phục và họ không hay biết gì hết khi mà mục đích của chiến tranh, kế hoạch hành quân thay đổi. Độc giả không biết người ta muốn cái gì nơi họ và họ cũng không phải biết vai trò của họ. Không có gì mỉa mai hơn tự do ngôn luận. Hồi xưa người ta không dám tư tưởng tự do. Ngày nay được phép mà người ta không thể tư tưởng tự do được... Đấy! Chính vì tấn công đúng chỗ yếu đó của quần chúng mà báo chí là nữ hoàng của thế giới đúng như đức Pie X nói.

---

1. Oswald Spengler (1880-1936): Nhà sử học, triết gia người Đức.

Thế lực của sách

"Lời nói thì tự nhiên quá đối với con người còn cuốn sách huyền bí cho đến nỗi người cổ sơ tưởng rằng cuốn sách nói và họ kê sát vào tai nó để nghe."

– Louis Lavelle

ĐẠI YẾU

I. Vai trò của sách trong việc truyền bá tư tưởng.

II. Loại sách nào tuyên truyền đắc lực nhất?

III. Phòng đọc sách, thư viện và hội học.

I. VAI TRÒ CỦA SÁCH TRONG VIỆC TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Trong *New Yorker*, John Bainbridge[1] nói một câu ý nghĩa thâm thúy: "Ford đã tặng cho ông tất cả một chiếc xe hơi có thể lái được còn Wallace[2] (sáng lập gia của *Reader's*) đã tặng cho ông tất cả một cuốn sách có

---

1. John Bainbridge (sinh 1953): Nhà văn người Anh.

2. William Roy DeWitt Wallace (1889-1981): Người sáng lập ra nhà xuất bản tạp chí *DeWitt Wallace*. Ông cùng vợ là Lila Bell Wallace sáng lập ra tạp chí *Reader's Digest*, xuất bản số đầu tiên vào năm 1922.

thể đọc được". Danh ngôn này tuy muốn nhấn mạnh tác dụng của tạp chí *Reader's*. Nhưng tạp chí này tuy mang hình thức báo chí chứ nội dung là cuốn sách, một thứ sách có định kỳ. Từ sau Đệ nhất Thế chiến đến nay, *Reader's Digest* đã phổ biến toàn thế giới, làm một lợi khí truyền bá tư tưởng gây ảnh hưởng trong các tầng lớp quần chúng năm châu đến đỗi người ta nói nhà sáng lập nó là ông Wallace đã tạo ra một nền văn minh gọi là "văn minh của Digest".

Từ nhận thức đó về thế lực của sách vở bạn thử ngó lại lịch sử nhân loại, bạn càng ý thức mạnh theo thế lực gieo rắc tư tưởng của nó. Cuốn *Tư bản luận* đối với cuộc cách mạng Nga Sô. Cuốn *Mein Kampf* đối với dân Đức thời Hitler. Cuốn *Chiếc lều của chú Tom* đối với trận Nam Bắc phân tranh tại Hoa Kỳ. Rồi, ai dám bảo quyển *Contrat Social* của Jean Jacques Rousseau đóng vai trò nhỏ trong cuộc Cách mạng 1789 của Pháp. Đó là tôi chưa dám mời bạn để ý đến sức ảnh hưởng ngoài sức tưởng tượng của cuốn *Coran* đối với các dân Hồi, Ả Rập, các cuốn *Tam tạng* đối với các dân Ấn Độ, Hoa, Nhật, Việt nhất là cuốn *Thánh kinh* đối với toàn thế giới.

Sách Edouard Trogan[1] gọi nó "Không danh từ nào đẹp và vĩ đại bằng nó". Phải. Nó là kho lẫm của

---

1. Édouard Trogan (1861-1934): Nhà văn người Pháp.

văn hóa, văn minh. Nó theo trí óc con người từ lúc con người thơ ấu biết đọc đến khi xuống mồ. Nếu không sợ quá đáng thì người ta nói toàn thể đời sống một người biết đọc, ham đọc được điều khiển bởi cuốn sách. Danh từ *Sách* ở đây tôi không muốn hiểu theo nguyên ngữ của tiếng *Bible* mà gốc Hy Lạp là *Ta Biblia* có nghĩa là những sách. *Bible* nghĩa chính là sách trên mọi cuốn sách tức là *Thánh kinh*. Không. Tôi muốn hiểu sách với nghĩa thông thường với nó. Tôi muốn bạn lưu ý cái ma lực nắm quần chúng của sách. Qua bao nhiêu thời đại, sách vẫn còn giữ được uy tín trên quần chúng là kho lẫm của kiến thức. Không phải vô lý hay lòe bịp mà mỗi lần lên diễn đàn Lassalle hay bày biện sách la liệt trước mặt ông. Người ta thấy rằng báo chí chung số phận phù du của 24 giờ, rằng màn nhung hay màn bạc cũng là những ngôi sao xẹt như các ngôi sao sân khấu, điện ảnh. Còn sách vở nằm đó. Thinh lặng mà cứ chờ đợi chỉ dẫn cho con người. Những cuốn sách da, sách chỉ thảo, sinh hoạt người Do Thái, chôn tận lòng đất cạnh bờ biển chết, những tấm đồng đát vàng ngọc chép các trận đánh ở thành Troie rồi cùng bạc số của thành ấy mà vùi lấp dưới quê hương của âm dương, những bản đá chép đời sống các vua Ai Cập trong các kim tự tháp ngàn đời cổ kính, tất cả những hình thức sách ấy với trùng trùng điệp điệp sách sau ngày Gutenberg phát minh ấn cố, đang là bảo đảm bình tĩnh cho các nền văn hóa

văn minh nhân loại. Tôi thấy quá thừa nếu tôi kéo dài ở đây ích lợi của sách. Tôi cũng đã nói nhiều với bạn trong cuốn *Chung bóng với cảo thơm* về những loại sách phá hoại. Trong chương này, tôi muốn bạn quan tâm nhất khía cạnh tuyên truyền của sách.

Để truyền bá tư tưởng, con người dùng sách và cho đặng đi đến chỗ có những sách in đẹp lộng lẫy ngày nay, đã trải qua bao nhiêu gian khổ.

Người cổ Ai Cập và La Hy phải chép sách trên một thứ giấy bằng cây papyrus gọi là chỉ thảo. Người ta cuộn chỉ thảo lại như bồ ví lúa của ta. Chữ viết trên đó dễ tróc, nên lúc đọc và lúc cuốn phải cẩn thận.

Ở Tiểu Á Tế Á[1], tại Peegane, vài ba thế kỷ trước Chúa giáng sinh nhất là ở La Mã thời Hoàng đế Auguste, người ta dùng da thú vật thuộc láng gọi là sách da (Parchemin). Trong các tu viện Công giáo, nhiều tu sĩ công phu ngồi chép thật kỹ toàn bộ *Kinh thánh* hay toàn bộ luật tu viện vào các sách da. Sách da bền hơn chỉ thảo vì ít bị mối và ít sợ ẩm ướt.

Ở Trung Hoa ngày xưa, người ta viết sách trên những thẻ chẻ tre ra. Sử chép cách ấy gọi là Thanh sử.

Tại Bamberg, năm 1461, Plister phổ biến lối viết sách trên bàn gỗ.

---

1. Tiểu Á Tế Á: Tên cũ của đảo Anatolia, nay thuộc Thổ Nhĩ Kỳ.

Hồi xưa ở Ý, những gia đình quý phái chép tên họ vua chúa, ông bà bằng những thẻ vàng. Danh tiếng nhất là cuốn sách vàng ở thành Venise có từ thế kỷ 13.

Vì nhà in chưa có, nên thời xưa có những hãng tổ chức chép sách mướn. Còn có những người đi chép sách dạo nữa. Giá thuê thường mắc vì lối chép này rất công phu. Vậy mà gần một phần nền văn hóa Thiên Chúa giáo trước khi nghề in ra đời, được các tu sĩ gửi trên những bản chỉ thảo, cuộn da. Các sách ấy đầu thời trung cổ về trước là những mỹ phẩm. Cái đẹp nằm trên cái chí tử công phu. Nhìn chúng người ta có cảm tưởng là mồ hôi của người viết rơi ròng ròng xuống các giọt mực của bút lông.

Cách nay lối năm thế kỷ, Gutenberg đã mở cho sách một kỷ nguyên phát triển kinh khiếp. Gutengerg là người Đức, thợ máy sinh và chết ở Mayence, lối năm 1400-1468. Ông phát minh máy in năm 1440. Người ta nói ông là người dưới sự bảo trợ Adolphe II de Nassau Tổng giám mục Mayence, đã điều khiển in cuốn *Kinh thánh* đầu tiên bằng chữ in.

Phát minh của Gutenberg không bao lâu đã được truyền bá khắp Âu châu. Khai thác đắc lực nhất là những tu viện Thiên Chúa giáo. Người ta chẳng những in *Thánh kinh*, các sách của các Thánh phụ mà còn in những tác phẩm của Thánh Thomas d'Aquin. Ngày nay còn lại trên 250 bản in cuốn *Contra Gentiles*

của Saint Thomas. Sau thế kỷ 15, các nhà xuất bản lừng danh là Alde, Plantin... Theo Jacques Rodolphe Rousseau ngày 21/3/1884 ở Pháp có đạo luật cho các nhà xuất bản thành lập nghiệp đoàn. Nhờ nghiệp đoàn này các quyền lợi nhà xuất bản được bảo đảm. Họ chia các sách xuất bản làm 13 loại:

- Sách cổ điển
- Sách phát thưởng
- Sách văn học tổng quát
- Sách văn chương tưởng tượng (tiểu thuyết, truyện ngắn, thơ, kịch)
- Sách y học
- Sách khoa học thuần túy và ứng dụng. Sách khoa học quân sự và hàng hải. Sách chỉ nam và họa đồ
- Sách kinh nguyện
- Sách tặng biếu
- Sách quý lớn (Bách khoa toàn thư)
- Sách luật học, pháp học và hành chính
- Sách bình dân và sách định kỳ
- Sách kỹ thuật
- Sách kiến trúc và nghệ thuật

Ngày nay sách vở như rừng biển, người ta có thể chia làm nhiều loại khác. Mỗi loại lại chia ra từng các tiểu loại rất chi ly phiền toái.

Hằng năm, ở các quốc gia tân tiến, số sách xuất bản không biết cơ man nào kể cho hết.

Ngay từ năm 1935, mà ở Nga xuất bản 24.764 quyển, ở Nhật 29.983, ở Anh 15.413, ở Hoa Kỳ 205.170.809, ở Pháp 10.262. 10 năm về trước mà còn vậy huống hồ năm tôi viết cho bạn đây.

II. LOẠI SÁCH NÀO TUYÊN TRUYỀN ĐẮC LỰC NHẤT?

1. Xét nội dung: Xét về nội dung thì hết các loại sách liệt kê ở mục trên đều tác dụng tuyên truyền. Tư tưởng như nước, chúng là những cái máng, những ống cống ban phát nước cho thiên hạ. Nhưng đứng trên lĩnh vực diễn tả tư tưởng thì người ta chia rừng sách nhân loại làm hai loại chính yếu: Loại sưu khảo và loại tưởng tượng.

Loại sưu khảo là loại khi viết phải nghiên cứu kiến thức cổ kim rồi dựa vào đó biên soạn ra một cái gì mới mẻ. Loại này gồm các sách thần học, triết học, khoa học, văn học, sử ký, địa lý, từ điển, tôn giáo, giáo khoa, y học...

Loại tưởng tượng gồm các tiểu thuyết, truyện ngắn, thơ kịch là loại khi viết óc nghiên cứu được vận dụng đến tối đa óc tưởng tượng.

Muốn truyền bá tư tưởng đắc lực thì bạn không nên trọng, không nên khinh loại nào cả.

Mỗi loại có tác dụng riêng của nó.

Nếu bạn đọc toàn bộ *Kinh thánh*, bạn thấy đủ thứ loại văn trong đó.

Nghị luận thần học thì có các bức thư của Thánh Paul.

Nghị luận triết lý thì có Liber Sapientiae.

Thuật sự thì có Liber Exodi.

Tiểu thuyết và thơ lãng mạn thì không đâu bằng Canticum Canticorum.

Vì cái hình thái đa diện về văn chương như vậy toàn bộ *Kinh thánh* gồm *Cựu ước* và *Tân ước* từ mấy ngàn năm nay đã xâm nhập vô cùng sâu rộng vào tâm não nhân loại.

Các tư tưởng gia lừng danh trên thế giới xưa nay không đi con đường khác hơn các tác giả *Kinh thánh*.

Người thì dùng lối văn tưởng tượng làm thơ, soạn kịch như Homère, Virgile, Shakespeare, Racine, Nguyễn Du.

Người thì dùng lối văn sưu khảo viết những bộ sách nát óc như Saint Thomas, Nietzsche, Karl Marx.

Người khác vừa viết nghị luận vừa viết tiểu thuyết và kịch. Đừng kể Voltaire chi, hãy nói Jean Paul Sartre, Maurice và Daniel Rops.

Sartre viết nghị luận nát óc trong *L'être et le néant*[1], trong *Critique de la raison dialectique* nhưng Sartre cũng dùng ngòi bút tiểu thuyết, kịch để lôi cuốn độc giả trong *La Nausée, Le Mur, Les Mouches, La Putain respectueuse.*

Maurice nghiêm trang trong *La vie de Jésus, Le Fils de l'homme,* nhưng Maurice cũng thơ mộng trong *Les mains jointes, Orages* và bay bướm trong *La chair et le sang.* Còn Daniel Rops còn rõ rệt hơn nữa. Ông làm thơ (*Orphiques*). Ông viết tiểu thuyết (*L'âme obscure, L'epée de feu*). Rồi ông phê bình văn học (*Péguy, Psichari, Rimbaud: le drame spirituel*). Ông viết loại bỏ túi (*Missa est*). Nhất là ông viết bộ *Histoire sainte,* nghiên cứu toàn bộ lịch sử Công giáo hội mà có lẽ xưa nay chưa có bộ nào viết về loại này có giá trị khoa học và đọc say mê bằng.

Chỉ sợ có nội dung phá hoại chứ xét kỹ thì loại sách khảo cứu tưởng tượng cũng đều có ma lực tuyên truyền khả quan. Đừng nói hay hay dở, mấy bộ tiểu thuyết *Đông Châu liệt quốc, Tam quốc, Thủy hử* tạo một chu vi ảnh hưởng ở Á Đông kém gì các bộ *Tứ thư* và *Ngũ kinh.* Cái cân là nhà tuyên truyền

---

1. Tên tiếng Việt được dịch lại là *Tồn tại và hư vô* – một tác phẩm lớn, hơn 700 trang sách của Jean-Paul Sartre (1905-1980), một trong những nhà triết học hàng đầu của Pháp thế kỷ 20 và là một trong những người sáng lập ra chủ nghĩa Hiện sinh.

phải biết lựa món ăn tinh thần thích hợp cho từng giới độc giả.

Nếu biên khảo, sáng tác không đủ thì phiên dịch, phóng tác. Nhờ dịch thuật mà các quốc gia thể hiện được tinh thần năm châu chung chợ. Ở nước nào cũng có những nhà văn trứ danh đảm trách phiên dịch. Ở Pháp Baudelaire[1] dịch *Edgar Poe*. Gide[2] dịch *Rabindranath Tagore*. Tại Đức Goethe dịch *Benvenut Cellini Diderot*. Nhờ Fitzgerald mà cuốn *Rubayat* của Ba Tư mới lừng danh đối với người Anh. Không có Boy Zalenski[3] thì làm sao người Ba Lan thưởng thức nhiều ngòi bút cổ điển Pháp. Người Trung Hoa nào dám phủ nhận công dịch thuật những Montesquieu, Voltaire, Rousseau của Lương Khải Siêu và Khương Hữu Vi. Không nhờ Valey Burnouf, Goethe thì làm sao Tây phương nối nhịp cầu với Đông phương nhất là làm sao người da trắng thấu dáo được Khổng giáo và Phật giáo.

---

1. Charles Piere Baudelaire (1821-1867): Là một trong những nhà thơ có tầm ảnh hưởng lớn nhất thuộc trường phái Tượng trưng chủ nghĩa của thế kỷ 19 ở Pháp.

2. André Paul Guillaume Gide (1869-1951): Nhà văn xuất chúng của thế kỷ 20, từng đoạt giải Nobel Văn học năm 1947.

3. Wacław Michał Zaleski (1799-1849): Nhà văn, nhà thơ, nhà phê bình, nhà nghiên cứu văn hóa dân gian, chính khách và Thống đốc Galicia, Tây Ban Nha.

2. Xét hình thức: Cứ thường thì người ta viết những sách khổ lớn, để truyền bá tư tưởng. Vả lại có những đề tài bắt buộc phải xuất bản sách khổ lớn. Bạn tưởng tượng bộ *Encyclopédie* tức là *Dictionnaire raisonné des sciences, arts et métiers par une société des gens de lettres* của nhóm Diderot, D'Alembert mà in cỡ nhỏ sao được. Còn nói chi các bộ *Grande encyclopédie, inventaire raisonnée des sciences, des lettres et des gens de lettres* gồm 31 quyển của nhóm Berthelot, Boutroux, Brunetière, Lauson, bộ *The Encyclopédia Britannica* gồm 23 cuốn to, của trên 30 tác giả trong đó có những tên tuổi bất hủ như Einstein, De Broglie... bộ *Encyclopédie universal illustrada europeo amerieana* gồm 62 cuốn của Tây Ban Nha, bộ *Bolseja Sovetskaja Enziklopédija* gồm 30 cuốn của Nga, bộ *The Encyclopédia americana a library of universal knowledge* của Hoa Kỳ gồm 20 cuốn, các bộ ấy thì chắc chắn phải in thành những pho vĩ đại. Đó là tôi chưa kể với bạn các bộ *Summa théologica* của Saint Thomas, *Dictionnaire de Théologie, Dictionnaire biblèque, Dictionnaire des Pères*, mỗi bộ trung bình 20 quyển to bằng mỗi quyển của *Larousse du XXè siècle.*

Tuy đề tài sách bắt buộc in sách khổ lớn nhưng người ta luôn cố gắng tìm mọi cách để in sao cho sách gọn gàng, rẻ tiền, dễ tiêu thụ... Mấy ngày trước khi tôi viết cho bạn đây tôi có mua được cuốn *Kinh thánh* bản dịch mới nhất gọi là *Bible de Jérusalem*. Bạn biết

toàn bộ *Kinh thánh* mà người ta in gọn, đẹp cỡ bao lớn không. Chỉ bằng một bảy một mười với hộp dẹp bạn đựng thuốc hút thôi.

Người ta còn tổ chức in loại bỏ túi, vừa đẹp vừa rẻ tiền để dễ phổ biến. Tháng 7.1965 tôi mua tại nhà sách Liên Châu ở Sài Gòn cuốn *Jésus en son temps* của Daniel Rops loại bỏ túi có 36$ trong khi đó loại in thường gần 300$.

Có những vấn đề muốn lọt dễ vào quần chúng nhà văn phải viết loại sách tập. Các loại sách này mỏng, khổ nhỏ, vừa bỏ túi, đọc dễ hiểu, in hấp dẫn, bình dân thích tiêu thụ do đó hấp thụ mau những cao về triết lý, khoa học, chính trị...

Để phổ biến sâu rộng trong quần chúng sách thường được in càng nhiều bản càng hay. Năm 1936, tại Nga Xô, tác phẩm dịch của Hégel in đến 101.000 cuốn, riêng tác phẩm của Pouchkine mà phát hành đến 12 triệu bản.

Trước khi chấm dứt tiểu mục này, tôi muốn bạn lưu ý đến hai loại sách dùng để kiểm tra khả năng phổ biến của sách vở đó là thư mục và thống kê.

a) Thư mục: Có thể gọi thư mục là mục lục các sách. Ông tổ của thư mục có lẽ là Claudios Galenos (139-200), một y sĩ Hy Lạp đã có công sắp loại thành mục lục các bài ông viết về y khoa.

Nhưng cuốn thư mục tổ chức có khoa học nhất, nổi tiếng nhất đầu tiên là cuốn *Liber de Scriptoribus ecclésiastivis* của Jean Trithéim xuất bản năm 1494. Thư mục này liệt kê 1.000 tác giả giáo sĩ, tu sĩ từ thời thánh Augustin về sau. Mãi đến thế kỷ 16 mới có thư mục văn học thế tục. Đó là cuốn *De Medecine claris scriptoribus* của Symphorien Champier xuất bản năm 1506. Còn thư mục có tính cách quốc tế đầu tiên thì phải kể cuốn *Bibliotheca Universalis toát yếu* 12.000 cuốn sách của Conrad Gesner. Từ đó về sau nhiều loại thư mục của tư nhân hay của quốc gia ra đời. Người ta đúc kết kinh nghiệm của tiền bối để thành lập một khoa học riêng gọi là thư mục học. Bàn về môn này, có những cuốn *Manuel de bibliographie historique* của Lauglois và *Manuel de Bibliographie générale* của Stein.

Theo người Mỹ và Anh thì thư mục học có đối tượng nghiên cứu lịch sử quyển sách. Còn người Pháp thì coi phần việc chính của nó là liệt kê các ấn loát phẩm. Bạn nên hiểu thư mục học là môn nghiên cứu về phương pháp đăng ký, phân loại sách báo căn cứ vào các tiêu chuẩn nào đó như tác giả, niên biểu, đề tài...

Người ta chia ra nhiều loại thư mục đại khái như thư mục tổng quát, chuyên môn thư mục đề danh, giải thích...

b) Thống kê: Thống kê đây là một loại tập san liệt kê của từng ngành sinh hoạt trong nước chẳng hạn như *Le journal de la société de statistique de Paris*. Có khi người ta xuất bản thống kê dưới hình thức niên giám (Annulaire statistique). Chính phủ mà xuất bản thống kê là vì tinh thần dân chủ, muốn cho người công dân biết các khía cạnh sinh hoạt trong nước. Nước nào tiến bộ khả quan trên thế giới đều có thống kê.

Bộ thương mại Hoa Kỳ cứ 10 năm thì xuất bản một cuốn *Statical Abstract*.

Bộ thương mại Anh thì cho ra cuốn: *Statistique Abstract for the British Empire*.

Ở Ý, đáng kể thì có cuốn *Compendio statistice*.

Về phương diện quốc tế thì cuốn *Annulaire statistique de la société des Nations* do hội Quốc Liên xuất bản, tạp chí *Revue de l'institut international de statistique* là những thống kê nổi tiếng.

III. PHÒNG ĐỌC SÁCH VÀ THƯ VIỆN

Nói đến sách như một phương tiện đắc lực để tuyên truyền thì phải nói những phương tiện giúp sách được sử dụng chu đáo đó là phòng đọc sách và thư viện.

Để phổ biến sâu rộng sách báo trong quần chúng, khuyến khích họ đọc, chính phủ hay tư nhân

hay tổ chức những phòng đọc sách. Nói phòng đọc sách tất nhiên người ta nghĩ ngay đến thư viện, nhỏ hay lớn nhưng vẫn phải có.

Người ta lựa những nơi có đông người một trường học, một hãng xưởng, một cơ quan hành chính, văn hóa, một tu viện hay trong những khu phố, thư viện.

1. Phòng đọc sách:

– Phép tắc thì tùy chỗ buộc chỗ không. Bạn liệu trước để tránh mọi rắc rối.

– Phòng đặt ở địa điểm dễ lưu thông. Chú trọng đặc biệt các điều kiện vệ sinh.

– Tiện nghi sắp đặt trật tự. Đừng rườm rà. Cần thoáng khí, rộng rãi. Yên tĩnh là gốc.

– Có người lao công chuyên trách vệ sinh.

– Chọn người chuyên môn về thư viện, giàu óc tổ chức, khéo xã giao mà cũng cương nghị để bảo đảm trật tự.

– Trong phòng đọc sách và thư viện chứa tối thiểu:

+ Những nhật báo đầy đủ tin tức nhất.

+ Những tạp chí khác loại và đủ loại.

+ Những sách hay.

– Nếu tiện có những tủ kính mé ngoài nhìn vào được, dành riêng cho một số người muốn đọc qua vài tin tức mà không đủ giờ vào thư viện lâu.

– Hệ thống ánh sáng tổ chức chu đáo nhất là những nơi không có điện hay thường bị cúp điện.

– Có những bàn trống ngồi đọc dược mà viết lách cũng tiện.

– Có điện thoại càng hay.

– Một phòng khách để tránh độc giả nói chuyện trong phòng đọc sách.

– Nếu có phòng đọc sách cộng đồng thì phòng ấy đừng gây ồn ào các phòng khác. Người xướng đọc phải có nghệ thuật đọc trước công chúng. Lựa sách báo xuất sắc nhất, hợp thời nhất thì việc đọc cộng đồng mới vừa ích lợi vừa hấp dẫn.

– Đọc sách cộng đồng mà có tổ chức chiếu ảnh (projection) thì việc dọc dễ sinh ích lợi hơn.

– Nếu độc giả nào có những câu hỏi thì nên viết giấy gửi trước để các kỳ sau trả lời cẩn thận hơn trả lời liền.

2. Thư viện:

– Thư viện có điểm khác hẳn phòng đọc sách là có thể cho mượn sách về nhà. Sách đọc tại chỗ hay

đem về nhà cũng phải làm phiếu cẩn thận. Người ta áp dụng phương pháp hộp thẻ. Thẻ đại khái ghi:

+ Họ tên
+ Địa chỉ
+ Loại sách
+ Số thứ tự sách
+ Tên tác giả
+ Tên sách
+ Ngày mượn - Ngày trả.

– Nếu khéo tổ chức thì thư viện lưu động phục vụ độc giả rất đắc lực. Thường vì tốn kém, thiếu người chuyên trách mà thư viện lưu động hiếm hoi. Thư viện lưu động đáng khuyến khích nhất là nó kích thích người ta đọc, giúp độc giả khỏi tốn công đi mượn và trả sách.

3. Hội học: Học hội (cercle d'étude) là tổ chức học tập thể cho người lớn. Không phải học theo nghĩa nhà trường nhưng căn bản là học. Người ta tổ chức đọc sách chung, bình luận sách báo chung, mở các cuộc thuyết trình, hội thảo. Bài vở được quay ronéo cẩn thận. Sách báo hay được phân công đọc rồi người đọc thuyết trình lại cho kẻ khác nghe điều mình đọc. Thỉnh thoảng tổ chức những cuộc du ngoạn để giữa cuốn sách và cuộc đời có nhịp cầu liên lạc. Bầu khí

học hội có tính cách câu lạc bộ nên hấp dẫn hơn học đường. Thường nó dành riêng cho thanh niên và người lớn đã ra đời nhiều năm.

Tóm lại sách là một trong những phương tiện bén nhọn nhất để truyền bá tư tưởng. Nó là kho lẫm của văn hóa, văn minh. Người đời có nó vừa như một tôn sư vừa như một người bạn tốt suốt đời.

Giáo dục, nghệ thuật và đoàn thể

"Cách riêng lòng ái quốc sẽ vô ích nếu không bắt nguồn đầu tiên từ giáo dục công dân.

Nghệ thuật chỉ là diễn tả, phát xuất tâm tình thâm thúy nhất của cá nhân.

Chính đoàn thể là phương tiện tuyên truyền."

– Jacques Drieucourt

ĐẠI YẾU

I. Giáo dục và truyền bá tư tưởng

II. Nghệ thuật và truyền bá tư tưởng

III. Đoàn thể và truyền bá tư tưởng.

I. GIÁO DỤC VÀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Platon mở trong khu vườn của một ông bạn là Acadamus một trường học, lấy tên ông bạn này đặt cho trường gọi là Académie. Lối năm 334, Aristote lập tại thành Nhã Điển một học đường tên là Lycée. Gọi tên ấy vì trường ở gần đền thờ Apollon Lycéen. Trong suốt 12 năm, nơi đây Aristote sản xuất những tác phẩm triết lý, khoa học. Trường dạy hai giới, giới đệ tử

chọn lọc và công chúng đến dự tự do. Nếu Socrate đặc biệt ở lối dạy mà đưa những câu hỏi theo khích biện pháp (maieutique) thì Aristote đặc biệt ở chỗ lúc dạy thì đi chứ không ngồi. Vì đó các đồ đệ của ông người ta gọi là những hành sinh (péripatéticieus). Thích Ca trước khi truyền bá đạo lý khắp chúng sinh đã dạy cho hai đệ tử đầu tiên tên là Trapousha và Bhallika. Khổng Tử sau thời gian du thuyết, thấy thất bại nên ngồi yên viết sách dạy học. Bao quanh ông là những Tử Lộ, Tử Cống, Tử Trương... Còn Chúa Giêsu thì ai cũng biết trong suốt ba năm truyền giáo đã tận tâm dạy dỗ 12 môn đồ của mình thế nào.

Qua các tài liệu lịch sử trên, bạn thấy giáo dục được các vĩ nhân dùng làm lợi khí truyền bá học thuyết của mình.

Aristote quan niệm giáo dục vì nhắm hạnh phúc của quốc gia nên phải được điều khiển của quốc gia. Xưa nay, ở nhiều nước, không phải người ta bằng lòng luôn về nền giáo dục chính phủ điều khiển, nhưng không ai có ý nghĩ tách rời giáo dục ra khỏi chính quyền. Nói như vậy không có nghĩa là chính quyền không chia sớt quyền giáo dục với những tổ chức tư. Lịch sử đã chứng minh quá rõ rệt ở ngoại quốc cũng như ở Việt Nam, những tổ chức giáo dục tư đã cộng tác với chính quyền một cách khả quan trong lĩnh vực đào tạo thế hệ tuổi xanh. Đáng kể nhất là trong các

tổ chức này là hệ thống giáo dục các cấp của giáo hội Công giáo.

Xét cho cùng, tự bản chất giáo dục không thể đứng trung lập, khách quan được.

Tại sao? Bởi lẽ đơn sơ giáo dục là gì nếu không phải là tạo những con người, những công dân để sống đời sống của xã hội, là phát triển họ toàn diện để họ xây dựng đất nước trong tương lai. Mục đích chính yếu của giáo dục là phục vụ xã hội nên chính quyền điều khiển nó là hợp lý. Có điều là chính quyền phải sáng suốt tuyển trạch người xứng đáng để đảm nhiệm vai trò giáo dục nhất là phải có một chính sách giáo dục con người, con người được quan niệm là một nhân vị gồm xác và hồn phải phát triển cá nhân tính mà cũng phải phát triển xã hội tính.

Chính quyền mà không có chính sách giáo dục đúng lý tưởng con người thì cũng đắc tội với quốc dân y như không dùng quyền của mình mà kiểm soát các cuộc giáo dục tư để có những dầu độc ngấm ngầm về tà thuyết dần dần phá hoại dân tộc.

Giáo dục cần phải được chính quyền điều khiển hỗ trợ, kiểm soát nhưng không nên chế ngự một cách độc tài. Lòng ái quốc, sản phẩm của giáo dục lý tưởng, giống như một thứ bông hoa, chỉ tươi nở và sinh kết quả sung mãn khi được tự do vừa phải để phát triển mọi khả năng.

Muốn đạt mục tiêu tuyên truyền hữu hiệu trong lĩnh vực giáo dục, như tuyên truyền không thể quên các công tác đầu não sau đây:

– Phải đào tạo những nhà giáo dục hữu tài, hữu đức và giàu nhiệt tâm xây dựng tương lai đất nước.

– Phải có ý thức hệ phục vụ con người và xã hội. Tiêm nhiễm ý thức hệ ấy vào các cán bộ giáo dục để họ lây cho các tầng lớp thụ giáo.

– Tu chỉnh và luôn theo dõi để kiện toàn vừa chương trình sư phạm vừa chương trình giáo dục các cấp. Thành lập thanh tra đoàn trung ương để bảo đảm chính sách giáo dục toàn quốc thi hành đúng chủ trương của chính quyền.

– Trong phạm vi cá nhân, ai muốn truyền bá một học thuyết nào, một hệ thống tư tưởng nào, ngoài các phương tiện khác, người ấy không nên bỏ qua giáo dục. Trong nhiều tác phẩm trước tôi đã nói tuổi trẻ như cục sáp. Nó sẽ thành hình tượng gì phần lớn tùy ở bàn tay nhồi nắn của nhà giáo dục. Vả lại, ai có kinh nghiệm sư phạm tất biết rằng, trong lớp học, kẻ thụ giáo dễ chịu ảnh hưởng của nhà giáo lắm nhất là khi nhà giáo có thực học và tư cách cao nhã. Bởi vậy truyền bá tư tưởng không phương tiện nào toàn bị bằng giáo dục cả.

– Muốn quảng bá tư tưởng, đừng chỉ nghĩ đến việc giáo dục lớp trẻ mà còn phải lưu ý tổ chức các cuộc

giáo dục quần chúng. Tôi muốn nhấn mạnh những lớp dạy người lớn, các khóa huấn luyện về các ngành chuyên môn nào đó cho lứa tuổi đã ra đời nhiều năm.

II. NGHỆ THUẬT VÀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Ở vương cung thánh đường La Mã, có một ngôi tượng vĩ đại bằng cẩm thạch tạc hình Thánh Moise, điêu khắc phẩm lừng danh của Michel Ange.

Nhìn tượng Moise này người ta hình dung được nhà cách mạng bất hủ của Do Thái với tướng diện oai nghiêm đang truyền lại Thập giới điều cho dân chúng Do Thái sau lúc ông đã lĩnh của Thượng đế từ núi Sinai đi xuống. Người ta cũng ý thức được cái kính cẩn, thiên linh của luật Thiên Chúa toát ra trong dáng điệu, cử chỉ của bức tượng Moise hùng vĩ.

Trước vương cung thánh đường Sài Gòn, ngôi tượng Đức mẹ Maria Nữ vương hòa bình bằng đá trắng, tay cầm trái đất, gương mặt xinh tươi, trang nghiêm, hiền hậu, sừng sững đứng giữa trời ngày đêm. Ai đi ngang Nhà thờ nhà nước, nhìn pho tượng ấy mà lòng không thấy dịu đi lòng hiếu thắng, bôn chôn[1] háo lợi, tị hiềm.

Tôi có một văn hữu. Trên bàn viết anh đặt một tượng Đức Như Lai. Lần nọ đến nhà anh chơi, tôi

1. Nôn nao, thấp thỏm.

nhìn tượng Phật. Anh hỏi tôi biết tại sao anh để bức tượng ấy? Tôi nhìn anh để đoán ý anh. Anh liền nói: "Để mỗi lần lòng phàm tục thấy bận rộn, tôi nhìn nét mặt điềm tĩnh của Phật mà trong người mình thấy yên ổn lại". Tôi thấy anh có lý.

Khi bạn nghe ông bà nói về tiếng sáo của Trương Lương, khi bạn đọc *Thánh kinh* thấy chép rằng thành trì kiên cố của Jérice phải đổ nhào vì tiếng còi inh ỏi, tiếng la ầm ĩ của quân dân của ông Josué thì bạn nghĩ sao về ảnh hưởng của âm thanh, của âm nhạc. Dưới ngòi bút của Homère, trong *Iliad*, thì dân thành Troie tán đởm kinh hồn vì tiếng gào thét của Achille ầm ĩ hơn cả còi thúc quân.

Nếu những bản nhạc dạo phát ra từ những đại dương cầm đã làm cho các tín đồ Công giáo dễ cất lòng bên đấng tối cao thì tiếng kèn, tiếng trống trong các cuộc hành quân cũng làm cho chiến sĩ hăng máu hơn, coi rẻ tử thần hơn. Tôi không biết tiếng hát của các nàng ngư nữ ngoài biển cả có làm cho các ngư ông say mê không chứ tiếng thông reo ở Đà Lạt làm lòng tôi nao nao buồn, tiếng chuông ngân của chùa Xá Lợi làm tâm hồn tôi như muốn lâng lâng thoát tục. Rồi mỗi lần nghe bản quốc ca tự đáy lòng bạn rộn lên cái gì?

Những điêu khắc phẩm, những nhạc phẩm có tác dụng mạnh trong việc truyền bá tư tưởng thì

những kiến trúc phẩm, họa phẩm cũng không kém ma lực ảnh hưởng trên quần chúng.

Những kim tự tháp của Sakkarah, của Gizeh, hình Sphins của Giseh đã gây cho người Ai Cập cổ thờ cái gì vĩ đại, uy quyền, giàu sang. Các khải hoàn môn của Drusus, Titus, Septine – Sévère, Gallien Constantin ở La Mã, các khải hoàn môn Porte Saint Denis của vua Louis XIV, Carroussel và Etoile của Napoleon Đệ nhất, đều là những công trình kiến trúc mà các đế vương ấy dùng nói lên với dân chúng sự hiển vinh của mình.

Các đại thánh đường cất theo kiểu Romane hay Gothique như đại thánh đường Notre Dame ở Strasbourg, Saint Paul ở London, Saint Pierre ở La Mã, Notre Dame ở Anvers, với sự hùng vĩ và cổ kính của chúng làm cho tâm hồn Công giáo đồ cũng như bao nhiêu du khách mỗi khi thưởng ngoạn đâm ra nghĩ ngợi cái gì cao cả, hướng thượng. Ở Việt Nam, đặt chân lên miền Thùy Dương, viếng thăm lăng tẩm các đế vương của ta ngày xưa lòng bạn không thấy hoài cổ, bùi ngùi sao? Các bức họa trong hang động của Eyzie Altamira cho ta biết người cổ sơ trong các bộ lạc có những tín ngưỡng dặc biệt đối với núi rừng và cầm thú. Các bức bích họa dưới thời trung cổ trong những cung điện đế vương diễn tả cảnh sống phong lưu đài các của bực "cha mẹ dân" thời bấy giờ.

Ở Hy Lạp trong đền thờ Télèphe diễn tả lòng tin tưởng nơi các thần thoại của người dân cổ Hy Lạp.

Nếu nói nghệ thuật, bạn cũng không quên ảnh hưởng của khiêu vũ, của thơ, của hùng biện.

Người cổ sơ chẳng những khiêu vũ biểu lộ niềm vui khi bộ lạc chiến thắng mà trong nhiều vũ điệu nói lên sức chống đối thiên nhiên áp bức, thú rừng hãm hại. Từ năm 1588 trong *Orchésographie*, Thoinot Arbeau đã cho ta biết ông là người có sáng kiến đầu tiên nghiên cứu cách ghi chú những nhịp khiêu vũ. Phương pháp của ông được Feuillet kiện toàn năm 1701 trong cuốn *Chorégraphie*. Đến năm 1765, thì Maguy cho ra đời *Principes de chorégraphie*, nó như một thứ tự điển về ký chú khiêu vũ học. Nhờ những công trình ấy mà khiêu vũ, từ những hình thức cổ sơ, man rợ trở thành nghệ thuật biểu lộ được tâm tưởng con người một cách sâu sắc. Xưa nay trong những hoàng cung hễ sau các chiến thắng quân sự mà có yến tiệc thì có nhảy múa. Hát bộ của ta cũng là một hình thức và là một bằng chứng lịch sử.

Thơ thì đáng lý bàn chung với vấn đề sách báo. Nhưng ở đây xét về mặt nghệ thuật thì thơ được coi là nghệ phẩm. Hùng biện cũng là một nghệ thuật song ta đã xét trong chương nói về nghệ thuật thuyết phục nên miễn lặp lại ở đây.

Thí dụ thơ mà ảnh hưởng quần chúng rõ rệt nhất là những thiên anh hùng ca của Homère trong *Iliad, Odyssée*, của Virgile trong *Enéide*. Nếu ngày xưa Térence, Lucius, Horace ở La Mã làm thơ sửa đời thì La Fontaine ở Pháp đã gây một ảnh hưởng xã hội không nhỏ bằng những ngụ ngôn chân lý.

Như vậy bạn thấy toàn bộ nghệ thuật gồm điêu khắc, âm nhạc, kiến trúc, hội họa, khiêu vũ, thơ, hùng biện là phương tiện vô cùng phong phú để truyền bá tư tưởng.

Con người là con vật nặng về lý trí song trong thực tế sống bằng tình cảm hơn trí tuệ. Mà nghệ thuật kết thành bằng nghệ cảm, đáp ứng các nhu cầu tình cảm nên dùng nghệ thuật dẫn dụ con người là thượng sách. Người càng đi sâu vào lĩnh vực tinh thần càng ít thiên về nghệ thuật. Nhưng trong xã hội hạng người ấy là thiểu số. Quảng đại quần chúng sống bằng tình cảm nhiều hơn lý luận. Vì đó, bạn thấy những hình thức nghệ thuật mà trí thức cho là bình dân, là rẻ tiền thì quần chúng say mê. Tuyên truyền là định nắm quần chúng mà tại sao ta không đáp ứng cái gì quần chúng đòi hỏi.

III. ĐOÀN THỂ VÀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Tôi hiểu đoàn thể bằng một nghĩa rộng là bất cứ tập thể nhân tạo nào như đoàn thể chính trị, đảng

phái, hiệp hội tu hành, văn hóa, thương mại, thể thao. Tập thể nhân tạo khác tập thể tự nhiên là những tập thể có do phát triển của giống người như gia đình, bộ lạc, quốc gia. Tập thể nhân tạo được cấu thành bởi sáng kiến cá nhân bởi đồng ý của nhiều người để đoạt một mục đích nào đó.

Tại sao đoàn thể là yếu tố căn bản của tuyên truyền.

Trước hết, tự bản chất con người có xu hướng về xã hội, muốn sống chung, cộng tác với nhiều người. Đó là óc hướng xã.

Hơn nữa hễ nhiều tay thì vỗ nên bộp, ba cây dụm lại thì nên hòn núi cao, việc gì có nhiều người đồng tâm chí thực hiện thì dễ thành công.

Dựa vào bao điều kiện đó, tuyên truyền lấy đoàn thể làm lợi khí là chí lý.

Trong lĩnh vực chính trị, bạn có thiếu gì bằng chứng. Ý thức hệ chính trị nào cũng cần đảng phái để thực hiện trong nhân dân.

Cuốn *Cuộc chiến của tôi* của Hitler không có đảng Quốc xã thì cũng chỉ là một trong những cuốn tự truyện của bao nhiêu nhà văn khác viết lúc trà dư tửu hậu.

Trên địa hạt văn hóa, chắc bạn thấy những kết quả không chối cãi được của tổ chức quốc tế gọi là UNESCO chứ.

Còn các cộng đồng tu sĩ của các tôn giáo như tu viện của Fakirs, tu viện thánh Benoit, thánh Eugnace de Loyola là gì nếu không phải là những đoàn thể sống chung tuân phục một kỷ luật để thực hiện đắc lực giáo lý của đạo.

Đoàn thể tổ chức quy củ nhất, hùng cường nhất để chống ngoại xâm, để bảo tồn xứ sở đoàn thể quá rõ rệt mà ít ai để ý là đoàn thể bạn quá biết là gì chứ. Là quân đội. Không có quân đội thì chiến lược, chiến thuật để làm gì.

Ở nhiều nước, người ta quan trọng hóa đảng chính trị đến thành tôn thờ nó. Manoilesco[1] nói: "Đảng phái, trong tâm tưởng các đảng viên, là một khí cụ thần thánh để cứu vãn quê hương". Ngày nay ở bất cứ nước nào, trong các lĩnh vực, muốn truyền bá cái gì, người ta cần nhờ đoàn thể. Vì đó bạn thấy các hiệp hội dưới muôn ngàn hình thức, mọc lên như nấm. Là nhà văn nếu bạn không vào một văn đoàn quốc tế nào như Pen Club chẳng hạn thì cũng sẽ có văn thi đoàn nào đó trong nước mời bạn vào. Bạn là cầu thủ? Bạn là nghệ sĩ? Sẽ có hội thể thao, hội nghệ sĩ yêu cầu sự gia nhập của bạn.

---

1. Mihail Manoilescu (1891-1950): Nhà báo, kỹ sư, nhà kinh tế, chính trị gia người Rumani, từng là Bộ trưởng Ngoại giao Rumani năm 1940.

Trong đoàn thể nhờ đồng lý tưởng, có điều lệ, quy chế chung, có kỷ luật nghiêm chỉnh, các đoàn viên dễ đoạt được mục đích mà mình theo đuổi.

Tóm lại, ngoài các phương tiện khác, tuyên truyền có giáo dục, nghệ thuật và đoàn thể là những phương tiện bén nhọn để đắc lực mà xưa nay những tay cự phách lãnh đạo quần chúng không bao giờ bỏ qua.

Màn bạc - màn nhung - điện báo - vô tuyến điện - điện thoại và vô tuyến truyền hình

"Văn minh của hình ảnh là một con người mới xuất hiện trong thế giới mới."

– Gusdorf

"Nhật báo không giấy, không khoảng cách."

– Lénine

ĐẠI YẾU

I. Màn bạc và truyền bá.

II. Màn nhung và tuyên truyền.

III. Điện báo vô tuyến điện. Điện thoại và tuyên truyền.

IV. Vô tuyến truyền hình và tuyên truyền.

I. ĐIỆN ẢNH VÀ TUYÊN TRUYỀN

Điện ảnh là máy rọi những hình ảnh linh động lên màn bạc. Danh từ điện ảnh dịch bởi tiếng *xinêmatographie* mà danh từ này thoát thai từ các tiếng Hy Lạp *kinématos* là máy động và *graphein* là ghi chép.

Xét quá trình tiến triển của nó, ta thấy điện ảnh là kết quả của một chuỗi nghiên cứu, thí nghiệm dài đằng đẵng. Theo *Larousse du XXè siècle*, thì người đầu tiên có sáng kiến về sự lưu lại hình ảnh trên võng mô là giáo sĩ Nollet ở thế kỷ 18.

Giáo sư Joseph Plateau, người Bỉ, dựa vào nhận xét của Nollet chế ra một cái máy làm cho các chuyển động thành hư ảnh nhờ sự lưu lại hình ảnh trên võng mô. Máy đó gọi là hư ảnh cơ, dịch bởi tiếng *phénakistiscope*, gốc Hy Lạp là *phénakistikos* là người lừa gạt và *skopein* là nghiệm xét. Đồng thời với Plateau, Stampter chế ra máy hoạt nghiệm dịch bởi tiếng *stroboscope* gốc Hy Lạp là *strobos* với nghĩa xoay chuyển, *skopein* là nghiệm xét.

Năm 1851, Duboscq[1] sáng chế máy sinh nghiệm dịch bởi tiếng *bioscope* gốc Hy Lạp, *bios* là sống, *skopein* là nghiệm xét. Ông bắt dùng những ảnh chụp để thí nghiệm. Năm 1860, Seguin[2] và năm 1864, Ducos du Hauron[3] cũng còn dùng ảnh chụp. Rồi Linnet[4] năm 1868 thế các ảnh chụp bằng những ảnh vẽ tay. Năm

1. Louis Jules Duboscq (1817-1886): Nhà sản xuất nhạc cụ, nhà phát minh, nhiếp ảnh gia người Pháp.

2. Marc Seguin (1786-1875): Kỹ sư, nhà phát minh người Pháp.

3. Louis Arthur Ducos du Hauron (1837-1920): Nhiếp ảnh gia ảnh màu đầu tiên.

4. John Barnes Linnett (1831-?): Người phát minh kiểu sách lật.

1874 nghĩ ra cách chụp ảnh đường đi của sao Vénus. Năm 1878, Muybridge, người Mỹ tìm cách chụp những đường chim bay. Năm 1882, Marey[1] chế ra cái máy chụp ảnh những vật máy động. Năm 1893, Demeny[2] chế ra máy chụp động ảnh (Chronophotographe). Từ năm 1892, Thomas Edison chế ra máy ký ảnh (Kinetographe) và máy hoạt ảnh (Kinétoscope).

Các nhà thông thái trên chưa phát minh được điện ảnh mà đã dọn đường.

Chính hai anh em Lumière là Louis Jean Lumière và Auguste Lumière đã thừa hưởng các công trình trên, chế tạo ra máy điện ảnh đầu tiên.

Louis Lumière, nhà hóa học Pháp sinh năm 1864 tại Besançon, chết năm 1948 tại Baudol. Auguste Lumière, Hàn lâm học sĩ Pháp, sinh tại Besançon năm 1862 chết tại Lyon năm 1954.

Năm 1895, Louis Lumière cùng với anh lập một máy điện ảnh đầu tiên ngày 28/2/1895 ở dưới hầm hiệu Grant café ở Ba Lê.

Điện ảnh của hai anh em Lumière còn câm. Chính Auguste với sự kiện toàn của Léon Gaumont,

---

1. Étienne-Jules Marey (1830-1904): Nhà khoa học, nhà sinh lý học người Pháp.

2. Georges Demenÿ (1850-1917): Nhà phát minh, nhà soạn nhạc, đạo diễn người Pháp.

Poulsen, Petersen làm cho điện ảnh nói. Người có công nhất chế ra điện ảnh màu là Léon Gaumont.

Ngày nay trên thế giới, người ta nói có ước lượng trên 130.000 rạp xinê chứa triệu triệu khán giả. Chỉ mỗi 70 năm thôi mà xinê đã gây một thế lực ảnh hưởng không lượng được. Phát xuất từ căn bản khoa học, sau bao nhiêu năm dò dẫm, thí nghiệm, nó trở thành một nghệ thuật, một kỹ nghệ và dĩ nhiên là lợi khí kinh doanh.

Nhà kỹ nghệ sản xuất dụng cụ điện ảnh. Nghệ sĩ sản xuất phim ảnh. Thương gia xuất bản và phân phối phim. Ba hạng người này đi liền nhau, rần rộ tạo nên cái mà Claude Beauvalet gọi là "văn minh của hình ảnh".

Tại sao nhà tuyên truyền phải khai thác điện ảnh để truyền bá tư tưởng. Có thể trả lời đơn sơ là tại khả năng vô cùng phong phú của điện ảnh trong việc thu hút, huấn luyện quần chúng.

Nếu một tờ báo, một cuốn sách chỉ biết làm cho quần chúng đọc, thì điện ảnh vừa làm cho họ đọc, vừa làm cho họ thưởng ngoạn và nghe nữa. Tâm lý học cho ta biết con người lý luận, phán đoán dựa vào hình ảnh. Cái khả giác làm nền tảng cho cái khả tri. Tâm lý học ứng dụng cũng cho ta biết con người tự nhiên ưa thích hình ảnh. Điều này không phải chỉ đúng cho trẻ con mà cũng đúng cho người lớn. Hình ảnh hấp dẫn thì trẻ

già gì cũng thích. Mà điện ảnh là văn minh của hình ảnh, nên nó chiếm cứ tâm não quần chúng là phải.

Điều nghe và thấy phải được chuyển thành hình ảnh rồi mới ám thị con người để con người nhớ. Còn điện ảnh thì vì tự bản chất là hình ảnh nên trực tiếp ám thị khán giả.

Diễn thuyết hay viết lách còn dễ bị hiểu lầm, xuyên tạc chứ hình ảnh thì không ai bóp méo vê tròn được. Nó tự nó, đập vào tâm óc con người, ám ảnh con người, bắt con người rung động khi vui phớ lớ, khi buồn rũ rượi, lúc bồi hồi lúc lo sợ.

Điện ảnh lại còn có thể tập hợp các khả năng tuyên truyền khác. Trong điện ảnh bạn gặp hùng biện gia, tiểu thuyết gia, thi gia và nhà chụp ảnh. Tuyên truyền bằng ý tưởng sách báo nhiều khi quần chúng còn khó hiểu, dễ quên. Còn hình ảnh đi ngay, đi sâu vào tiềm thức của họ. Có những đoạn phim đập mạnh tâm để một số người làm họ nhớ suốt đời. Điện ảnh nhờ khả năng thu gồm hình ảnh vạn vật, các khía cạnh sinh hoạt xã hội, những nếp sống cá nhân, mà sau sự phát minh nghề in đã đứng đầu trong việc ảnh hưởng dẫn dụ quần chúng. Nhà tuyên truyền sâu sắc, nhiều khi không để lộ ý tuyên truyền, mà cứ khai thác đúng mức điện ảnh và như vậy là tuyên truyền đắc lực nhất. Quần chúng biết định nhồi sọ họ, họ ngại, họ trách. Cứ để các sự việc xảy ra bằng hình ảnh xâm chiếm tâm địa họ, điều khiển họ.

Nên nhớ trước hết quần chúng đi xem chiếu bóng là để giải trí. Họ không đi tìm những bài học đâu. Các phim chuyên môn giáo dục hãy để cho những người đang ở thời kỳ thụ huấn. Quần chúng tìm vui, hãy để hình ảnh tự nhiên nắm tiềm thức của họ. Không phải quá đáng khi Jalabert nói: "Người trung bình có đầu óc cừu non. Tự bản chất vì nhu cầu bắt chước vì lười biếng làm ngược lại trào lưu, họ sẵn sàng chấp nhận những giải quyết của kẻ khác". Vì chính quần chúng có thái độ như vậy nên khi sử dụng điện ảnh, nhà tuyên truyền nghiễm nhiên là thầy của quần chúng. Xin bạn cho tôi nhắc lại, bạn làm thầy mà quần chúng không chịu biết mình làm học trò. Đặc tính của điện ảnh là ảnh hưởng mà không làm cho người ta biết bị ảnh hưởng. Một đặc tính nữa của nghệ thuật thứ bảy là gợi cảm. Nó không khô khan như sách báo mà lay động tận gốc rễ tâm hồn.

Dựa vào các yếu tố trên, bạn thấy điện ảnh có tầm ảnh hưởng kinh khủng trong thế giới hiện tại. Nói đến ảnh hưởng này, trước hết người ta nghĩ ngay đến Hoa Kỳ, cách riêng thủ đô của các minh tinh màn bạc là Hollywood. Mỗi tuần có trên 130 triệu vé xinê được tiêu thụ tại Hoa Kỳ. Cũng ở đây, theo Reymond, lối năm 1932, mà có đến 1.000.000 người sống nhờ nghề sản xuất, phân phối phim ảnh.

Còn nói chi ngày nay và khắp hoàn cầu, không đâu không có bóng của thần hình ảnh.

Chắc bạn hỏi điện ảnh, ảnh hưởng trên ai nhất. Trước khi trả lời câu hỏi này, tôi muốn bạn biết qua các loại phim chính và do đó bạn sẽ đoán biết giới nào trong xã hội thích loại phim nào. Trước hết nên kể phim thời sự. Phim này cho quần chúng biết sinh hoạt chính trị, quân sự, kinh tế, xã hội, văn hóa, quốc nội và quốc tế. Loại phim này thì tuổi trẻ, nhất là thiếu nhi không thích bao nhiêu. Khách ruột của nó là người lớn tuổi, lưu tâm đến thời cuộc.

Phim giáo dục là loại phim đặt nặng vấn đề giáo huấn, đào tạo. Thường là những phim hay về nội dung. Khán giả sở trường của nó là giới thụ giáo.

Phim đạo là thứ phim có mục đích truyền giáo. Cứ tâm lý thường thì tín đồ đạo nào thích phim chiếu về đạo ấy. Tuy nhiên nếu phim nội dung sâu sắc, nghệ thuật trác luyện thì dù nặng đạo nào cũng có thể thu hút các giới khán giả kỹ lục. Chẳng hạn các phim *Quo Yadis, Ben Hur, Barabbas.*

Phim du lịch chuyên giới thiệu những phong cảnh kỳ thú năm châu, những nếp sống đặc biệt của các sắc dân. Những phim này không phải chỉ những người du lịch say mê mà những người ham hiểu xa biết rộng cũng thích.

Còn phim chiến sự thì sao? Loại phim nầy có lẽ nhờ khía cạnh gây rùng rợn của nó mà hình như giới nào cũng thích nếu không thấy mình bị "tuyên truyền".

Sau hết, phổ thông nhất là các loại phim trinh thám, tình cảm xã hội. Chúng là món ăn của các giới. Người ta khai thác triệt để hai yếu tố tình và tiền rồi xen lẫn vào đó những ý xây dựng nào đó.

Chia các loại phim như trên thì bạn thấy giới nào cũng nằm trong tầm ảnh hưởng của màn bạc cả. Có điều khác là khả năng hấp thụ của từng người. Và đặt vấn đề khả năng hấp thụ thì giới dễ chịu ảnh hưởng điện ảnh nhất là phụ nữ và giới tuổi trẻ. Điện ảnh đập mạnh tình cảm, uốn nắn ai non óc phán đoán nên phụ nữ và tuổi trẻ là thị trường đắc lực của nó.

Bác sĩ Bogdanowicz nói ở Pologne trong giới học sinh thì 94% nam sinh và 89% nữ sinh mỗi tuần đều đi xinê.

Tại Ý, theo bác sĩ Fabio Pennachi thì thanh niên nam nữ mỗi tuần xem chiếu bóng từ 65 đến 80%. Xin bạn tưởng tượng giùm tôi con số tuổi trẻ viếng màn bạc mỗi ngày, mỗi tuần, ở Hoa Kỳ, Pháp, Nhật và Việt Nam. Tôi xin nhắc những rạp chiếu thường trực nữa nhé.

Ở đây tôi không đặt vấn đề phim đồi trụy mà người ta gọi là "phim con vật nào đó". Tôi cũng không nói các rạp thường trực tạo hoàn cảnh đen tối thế nào đó cho thế hệ trẻ đến đổi có một ông nghị ở Việt Nam năm 1965 đời đóng cửa hết. Tôi chỉ muốn nói khía cạnh tâm lý này. Là giới thanh thiếu niên,

nhất là phái yếu làm mồi ngon nhất của ảnh hưởng điện ảnh.

Nếu bạn là linh mục, nhà sư, quan tòa, hay người kiểm duyệt của chính quyền thì bạn cần lưu ý góc cạnh luân lý của điện ảnh trên tuổi trẻ. Ông M.P. Martin dựa vào một nhà thần kinh học người Đức cung cấp cho bạn tài liệu này. Ông này nói đã làm một bản thống kê về một số phim có tính cách phiêu lưu và ông thấy trong 250 phim có:

– 97 cuộc ám sát, 51 vụ ngoại tình, 19 cuộc dụ dỗ, 22 vụ bắt cóc và 45 cuộc tự tử.

– Các anh hùng chính của phim này là 176 tên đạo tặc, 25 gái điếm, 35 chàng say rượu.

Nếu con trẻ, thanh niên, phụ nữ mà mê các phim ấy thì tâm hồn họ sẽ ra sao. Và xin bạn nhớ cho là tài liệu trên đây rút ra trong một phúc trình của một tổ chức bảo vệ nhi đồng, thanh niên từ năm 1928. Nghĩa là nó ra đời trước kẻ viết cho bạn đây hai năm. Đâu bạn thử làm thống kê theo kiểu trên các phim cạo bồi từ năm 1950 về sau coi...

Nhưng đó là tôi nói bạn là nhà luân lý. Ở đây tôi muốn bạn lưu ý đặc biệt sứ mệnh tuyên truyền. Cho nhà tuyên truyền thì nhi đồng, thiếu niên, thanh niên nam nữ là miếng đất phong phú đó. Bạn hãy lồng khuôn ý thức hệ của bạn vào phim ảnh. Nó sẽ giúp bạn đắc lực.

Luôn tiện, tôi cũng xin nhắc bạn một hình thức phim ảnh hấp dẫn quần chúng không kém các phim ảnh nghiêm trang hay tình tứ, đó là... Con Mickey của Walt Disney. Lối vẽ hoạt kê chớp chóp nhảy nhót ra muôn hình vạn trạng đó coi có vẻ con nít đấy, mà đã gây một chu vi ảnh hưởng khắp Hoa Kỳ và thế giới trong mấy mươi năm gần đây. Nó khai thác khía cạnh mỉa mai, trào lộng xã hội là món ăn thích miệng của quần chúng.

Đồng ý điện ảnh là thầy của quần chúng, là động cơ khuấy động tình cảm khán giả và nhất định muốn nắm quần chúng phải dùng màn bạc nhất là đối với tuổi trẻ, song chắc bạn hỏi tôi phải dùng kế hoạch nào để thành công.

Nếu là luân lý gia, bạn đừng thấy cái bóng tối của hình ảnh màn bạc mà bất mãn. Không ai đi quăng con dao vì lý do nó có thể làm đứt tay. Đấng cứu thế nhập thế để cứu thế chứ không ở trên trời hay hiện hình Chúa trời mà cứu thế. Trong *Phúc âm Jean* đoạn XVII, câu 15 Ngài báo các môn đồ đệ phòng cái ác chứ Ngài không bảo họ trốn xã hội (Non rogo ut tollas eos de mundo, sed ut serves eos a malo).

Bạn đừng bao giờ có ý nghĩ biến điện ảnh thành "Điện ảnh tuyên truyền". Làm vậy quần chúng ngại. Hãy nhét chân lý, gương mẫu, lẽ thiện vào phim ảnh rồi để màn bạc tự hành động và ảnh hưởng.

Bạn chiếu phim ở đâu. Bất cứ ở đâu có thể được. Đức Pie XI, trong thông điệp về giáo dục thanh niên khuyên bạn: "Hãy tổ chức điện ảnh ở đâu mà nhân đức không bị tiêu hủy". Chỉ có điều kiện đó thôi. Bạn có thể dùng các rạp lớn ở đô thị, các học đường, các hội quán, trụ sở ở tỉnh, ở quê. Bạn có thể tổ chức chiếu phim lưu động, chiếu phim trong các gia đình.

Dù tuyên truyền, đừng quên xinê quần chúng coi là môn giải trí. Do đó đừng tạo nó thành khắc khổ, nhồi sọ. Phải có những tiện nghi hấp dẫn, làm hài lòng thì khách mới đông.

Khéo chọn phim. Xây dựng mà phải có nghệ thuật. Hấp dẫn đi đã rồi hãy hướng dẫn.

II. MÀN NHUNG VÀ TUYÊN TRUYỀN

4, 5 thế kỷ TCN, ở Hy Lạp nghệ thuật sân khấu còn quá thô sơ. Người ta diễn kịch trên những sạp ván đại khái giống ở một vài nơi miền thôn quê của ta. Các hí viện xây cất bằng gạch ngói như hí viện của Dionysos, của Delphes, của Syracuse đều có từ thế kỷ 4 TCN cả. Trong hí viện, đặc biệt là có một chỗ rộng, tròn dành riêng cho dàn nhạc gọi là Orchestra, ngay ở giữa nơi này đặt bàn thờ Dionysos. Theo Plutarque trong cuốn *Đời sống của Solon* thì Thespis đóng kịch cho Solon coi.

Trước thời Solon, chỉ có những khúc hát múa tế thần Bacchus thôi. Không có tài liệu nào chắc chắn rằng Thespis soạn kịch. Người ta chỉ nói ông là tác giả vở Alceste nhưng thiếu bằng chứng đứng vững. Người ta nói Susarion là thủy tổ của hài kịch và Eschyle tổ chức các diễn viên trên sân khấu ca hát, nhảy múa chu đáo phân biệt với khán giả vì trước thời Eschyle khán giả cùng diễn viên có lúc lẫn lộn, người mà đem phụ nữ lên sân khấu đóng kịch là Phrynichus con của Polyphradmon người thành Nhã Điển.

Ở La Mã, hí viện cất bằng gạch ngói bởi Pompée năm 55 trước Chúa giáng sinh. Còn trước năm này, người ta cũng diễn kịch trên những sạp ván. Trong hí viện La Mã khác của Hy Lạp là không có cái gọi là Orchestra chiếm một chỗ rộng sân khấu có chỗ xây gạch, có chỗ làm bằng cây. Theo Alexis Pierron[1] thì Livius Andronicus[2], Névius[3] và Ennius[4] theo vết chân của Eschyle, Sophocle mà du nhập cho La Mã những vở kịch đầu tiên.

---

1. Alexis Pieron (1814-1878): Nhà văn người Pháp.

2. Livius Andronicus (280-205 TCN): Nhà thơ, nhà sử học người La Mã.

3. Gnaeus Naevius (270-201 TCN): Nhà thơ, nhà sử học người La Mã.

4. Quintus Ennius (239-169 TCN): Nhà văn, nhà thơ người La Mã, cha đẻ của thơ ca thời La Mã.

Ở Trung Hoa, tuồng có từ đời Hán. Theo cổ nhạc phụ uyển thì Hán Vũ Đế lập nhạc phụ. Đời Đường gọi nó là giáo phường. Một nơi giống công sở bây giờ mà dùng để soạn bài ca hát, tập nhảy múa, tế thần. Lý Diên Nhiên được vua cử phụ trách dạy hát múa ở Nhạc phủ. Ở đền Đồng Tước, mỗi ngày bọn tì thiếp gia nhân của vua làm lễ cúng quải cũng nhảy múa ca hát. Xóm Bình Khang ở đời Đường, ca nhi tổ chức ca vũ cho người ta coi.

Ở Âu châu, đầu thời trung cổ, người ta diễn kịch không thay đào đổi kép ra vô như bây giờ mà có chỗ cho họ đứng sẵn, đến phiên thì diễn.

Ở Việt Nam xưa thì sao? Theo *Khâm định việt sử* và *Lịch triều hiến chương* thì nhân lễ sinh nhật của vua Thái Tông (1029) có tổ chức ca hát, đờn địch nhảy múa.

Đến năm 1044, Thái Tông đánh Chiêm Thành bắt tại kinh đô Phật Thệ trên trăm cung nữ đem về Thăng Long cho múa hát.

Năm 1270, Trần Quốc Khang đến trước mặt vua Thánh Tông múa điệu mọi được vua hưởng ứng, múa theo.

Theo *Khâm định việt sử* và *Đại Việt sử ký toàn biên* thì đời Nhân Tôn (1279-1284) quân ta lúc đánh quân Nguyên bắt được anh phường tuồng tên Lý Nguyên

Cát. Anh này phỏng theo tiếng ta viết vở *Vương Mẫu hiến bàn đào* lúc diễn có 12 người khăn áo, hia mão, ca hát nhảy múa.

Theo *Minh Mạng chính yếu* thì nhân lễ lục tuần của bà Hoàng thái Hậu, các nhạc công múa khúc *Trinh tường*. Năm 1837, lễ thất tuần bà Hoàng thái Hậu, bộ Lễ chỉ thị chuẩn bị sẵn ả đào và phường tuồng để ca hát, diễn kịch.

Nhìn qua vài nét lịch sử của sân khấu Hy Lạp La Mã, Trung Hoa và Việt Nam ta thấy hồi xưa tuồng kịch, ca xướng thường để tế thần và mua vui cho vua chúa.

Có thể nói từ thế kỷ 16 trở về sau sân khấu mới được tổ chức khả quan nhiều nơi trên thế giới. Ở Anh có một Shakespeare vĩ đại với hàng loạt bi kịch bất hủ trong đó bạn có thể kể *Roméo et Juliette, Jules César, Hamlet*. Ở Pháp có những Molière với *Le misanthrope, L'avare, Les femmes savantes*, Racine với *Andromaque, Athalie, Plaideurs*, Corneille với những *Le Cid, Horace, Caine Polyecte*.

Tại Việt Nam thì theo Đào Duy Anh trong *Văn hóa sử chương* do Bốn phương xuất bản, trang 285 thì... chỉ thấy lối múa về tôn giáo như lên đồng ở các phủ điện am tĩnh, múa văn và múa võ ở lễ Nam giao, múa bát vật, múa tứ Linh, múa tam đa, bát tiên ở các cuộc diễn lễ và các lối phổ thông ở giáo

phường là múa bông và múa bắt bài. Diễn nội dung nặng luân lý rút trong các truyện Tàu như *Đông châu liệt quốc, Tam quốc, Thủy hử,* ta có hát bộ. Hát bộ được sửa đổi từ nội dung đến hình thức ta có cải lương. Còn lối diễn kịch theo Âu Mỹ thì ta bắt đầu từ lúc diễn tuồng *Bệnh tưởng* mà Nguyễn Văn Vĩnh dịch của Molière.

Từ năm 1945 đến nay thì hát bộ lép bóng trong khi cải lương và tân kịch thịnh hành. Ta thấy trong các lĩnh vực từ xã hội, chính trị, tôn giáo, văn hóa, người ta tổ chức tuồng kịch với mục đích phổ biến trong quần chúng những ý tưởng nào đó. Tuồng *Lương tâm đấng linh mục* của Michel Mỹ muốn đề cao lương tâm cẩn mật của linh mục khi ngồi tòa cho giáo dân xưng tội. Phùng Há hay Kim Cương đóng vai Điêu Thuyền là cố ý cho ai nấy biết mặt ngọn lưỡi của mỹ nhân đối với võ tướng. Thẩm Thúy Hằng, Túy Phượng lên sân khấu thoại kịch dại khái làm công việc của người cổ vũ cho luân lý xã hội. Thanh Nga, Thanh Thanh Hoa, Ngọc Giàu ca vọng cổ cũng đại khái hô hào cho tam cang ngũ thường. Trong mấy năm khói lửa người ta lồng khuôn vào Hát Bộ, cải lương, thoại kịch những ý tưởng chính trị.

Nhưng nội dung sân khấu dù có màu sắc nào, đứng khía cạnh tuyên truyền, bạn cũng thấy nó là phương tiện đắc lực ảnh hưởng quần chúng.

Quần chúng có nhiều người mê màn nhưng cũng như màn bạc vì cái trước có nhiều điểm giống cái sau. Họ giải trí nhờ nhìn, nghe. Tôi nói có nhiều mà không nói tất cả vì kinh nghiệm cho ta thấy cách riêng ở Việt Nam, có nhiều lớp người không thích xinê mà ùn ùn đến đầy các rạp cải lương. Lại có một số ông già bà cả nghe ở đâu có hát bộ thì mưa gào gió lộng gì cũng đi cho được. Tại sao nhiều người muốn truyền bá tư tưởng mà không biết câu quần chúng bằng những mồi quần chúng thích? Sân khấu là xã hội thu ngắn, là một đoạn đời tóm lược. Mà xã hội kết thành bằng quần chúng mà các đoạn đời quần chúng đã sống, đã biết ở người xung quanh. Vì đó sân khấu được họ thích. Hơn nữa, ở Việt Nam những câu lục bát, những điệu nhạc buồn của vọng cổ, nói lối, những kiểu ăn mặc lòe loẹt, sặc sỡ, cánh chuồn, hia mão, áo thụng bắt chước của Tàu, tất cả những cái ấy thâm nhiễm đâu tận đường gân thớ thịt người dân. Thành ra họ thích cải lương, hát bộ. Ai chê họ là lạc hậu, là hạ cấp. Mặc kệ. Từ các cụ già đến các cô cậu sồn sồn, từ người quý phái đến cô ở gánh nước đều lấy những kép độc, đào thương làm thần tượng. Đêm nào cũng như đêm nấy các rạp hát ở thủ đô đều chật như nêm. Nhà tôi có mấy cô ở hễ vừa mở máy thu thanh, nghe é é trong đó thì biết ngay là ai rồi. Thỉnh thoảng họ lại còn điểm trong câu chuyện những mẩu đời tư của nghệ sĩ sân khấu đại loại như Thanh Nga có phải con nuôi không, Thanh

Thanh Hoa đi đâu mười mấy bữa độ nọ, Việt Hùng đụng xe hồi nào, Thành Được làm cái gì mà Út Bạch Lan hết lủi đầu vô xe lại vô chùa.

Đại chúng là địa bàn hoạt động của bạn tuyên truyền. Bạn khai thác sân khấu hết các hình thức của nó.

Có điều là cũng như trong điện ảnh, muốn nắm quần chúng đừng lộ liễu bộ mặt tuyên truyền. Điều này những người làm chính trị và truyền giáo cần lưu ý nhất. Đừng bắt chính nghĩa và chân lý hò hét buộc khán giả rước mình. Hãy cho chúng núp trong các tình tiết của sân khấu và chính sự việc giảng thế cho ta hùng biện hơn là ta nhồi sọ.

Sau hết, đừng cẩu thả hình thức. Nội dung kịch tuồng hay đến đâu mà sân khấu xịc xạc, đào kép non tay, màn chấn bê bối, trang sức cẩu thả, ngôn từ diễn xuất vụng về thì sớm muộn cũng rã gánh, thưa rạp. Quần chúng không khó nắm nhưng không phải nhảy cóc nhảy nhái, bôi mặt vẽ râu, phùng mang trợn mắt kiểu say mơ mà chiếm được ở họ cảm tình.

Nhân bàn về sân khấu, tôi muốn bạn đừng bỏ qua vấn đề ca xướng. Tuy vấn đề này nằm trong nghệ thuật, điều đã được xét trong chương trước. Nhưng ngày nay ở nước ta ca xướng đi liền sân khấu và đi cặp với các hình thức kịch tuồng, nên nếu muốn sân khấu thành công phải có nghệ thuật ca xướng. Ngày xưa, ông bà ta có mặc cảm ít đẹp đối với nghề ca hát.

Mấy tiếng xướng ca vô loại có nghĩa không mấy gì đẹp. Ngày nay thỉnh thoảng người ta cũng chỉ trích nội dung nhiều bài hát.

Trong cuốn *Comment Propager nos idées*, Henri Colas trách rằng có những bản hát gây "tai nạn cá nhân, tai nạn gia đình, tai nạn xã hội."

Tôi không muốn nhấn mạnh với bạn phương diện luân lý mà xin bạn khai thác tác dụng tuyên truyền của những bài hát.

Ca xướng, trước hết phải nhớ nghệ thuật. Hát hay thì ý ta tuyên truyền mới lọt được vào tâm quần chúng. Hát đi hát lại mà có nghệ thuật thì những bản cũ lắm lúc có ma lực ám thị khả quan. Coi chừng những bản lạ quá, khó khăn quá, có thể hay cho nhạc sĩ mà quần chúng nghe như vịt nghe sấm. Nên nhớ ta tuyên truyền chứ không phải thi ca nhạc để so tài về nhạc lý. Khi viết cho bạn đây tôi nhớ có linh mục nọ bên Pháp truyền giáo bằng cách đi ca hát, đờn địch lưu động để người ta thưởng thức chân lý *Phúc âm* rung động trong âm thanh ru hồn. Thực là một gương sáng cho tuyên truyền.

III. ĐIỆN BÁO, VÔ TUYẾN ĐIỆN, ĐIỆN THOẠI VÀ TUYÊN TRUYỀN

1. Điện báo: Ta dịch tiếng *télégraphie* của Pháp ra điện báo. Đáng lẽ phải dịch là điện ký vì gốc Hy Lạp

télé là xa, *graphein* là viết. Máy điện báo là máy dùng để truyền thông cách khoảng xa những tin tức.

Đừng đặt vấn đề điện, mà chỉ nói chuyện thông tin, thì có thể nói hễ có loài người là đã có thông tin. Cổ nhân không hiểu thông tin quá ư phức tạp như vấn đề truyền thông mà Cộng đồng Vatican II, khóa 4 phải bàn nát óc và tuyên bố vĩ đại.

Phương tiện phổ thông nhất để truyền tin của người cổ sơ là ngôn ngữ, ngôn ngữ dưới mọi hình thức phát âm của nó. Người Vedda ở đảo Ceylan truyền tin bằng một thứ âm thanh đặc biệt, nghe như càu nhàu, cằn nhằn. Lúc lâm nạn, kêu cấp cứu, sơn nhân ở Nouvelle Guinée ứng lên một tiếng kéo dài, lớn dần mà nghe như bị bóp họng. J. E. Lips theo tài liệu của nhà thám hiểm Vanoverberg cho ta biết người Négritos truyền tin bằng năm cách là:

– La điếc rái mà đều giọng để hỏi: "Là ai?"

– La thấp mà tiếng giống nhau để hỏi: "Cái gì? Cần gì?"

– La điếc rái mà ngắn để bảo: "Hãy đến."

– La điếc rái, kéo dài ban đầu lớn sau nhỏ dần đến khi tắt: để bảo khi có sấm sét bão tố.

– Lối kêu thứ năm là kêu ra vẻ cảm động.

Các bộ lạc Do Thái mấy ngàn năm trước Chúa

giáng sinh mỗi lần báo tin hễ ban ngày dùng khói ban đêm dùng lửa.

Người mọi Bắc Mỹ dùng tên lửa.

Người cổ Hy Lạp đốt lửa trên những tháp cao. Nhờ cách này mà người ta báo tin cho Clytemnestre thành Troie thất thủ.

Người Banda ở Oubangui dùng hai loại tiếng Linda và Okporo để báo tin.

Trên Vạn Lý Trường Thành, Tần Thủy Hoàng đã cho đốt những lồng đèn gió không tắt để báo động thủ thành. Thế kỷ thứ 4 TCN, Enée le Tacticien đã dùng hệ thống bình đựng nước rồi chuyền dây để báo tin.

Muốn thông tin từ Phi châu qua Sicile, người Carthage dùng cù lao Pantellaria làm trung gian.

Người Gaulois trong thời gian chống César đã dùng các mật hiệu để truyền tin quân sự. Như vậy bạn thấy người xưa đã có những cách truyền thông của họ. Từ những dấu hiệu mà Cléomène và Polype tập trung vào những hiệu điển đến hệ thống truyền tin có vẻ đại quy mô nhất ở cổ thời của dân La Mã, hệ thống đi từ La Mã qua Pháp, Tây Ban Nha, qua Gibraltar đến Ai Cập, đến các miền của hai con sông Tigre, Euphrate rồi trở về La Mã, từ các cách truyền thông đó đến hệ thống điện báo của thời đại ta, bạn thấy con người đã qua bao nhiêu dờ dẫm để tiến bộ.

Bên Âu Tây, các hệ thống truyền tin mà người xưa để lại bị các cuộc xâm lăng tàn phá. Nhờ khoa học tiến bộ, hằng chuỗi nhà thông thái kế tiếp nhau kiện toàn những thể cách truyền tin. Từ thế kỷ 16, các linh mục Kessler, Paulian và bác sĩ Robert Hooke đã dùng những phương tiện vật lý học mà vẫn thất bại. Rồi những Guillaume Arnontons năm 1690, Dupuis năm 1778, Dom Gauthey năm 1783, Bergstrasser năm 1787, mỗi người đều bù đầu nát óc trong tìm tòi mà phương pháp truyền thông vẫn còn luộm thuộm. Phải đợi đến năm 1791, Claude Chappe, một linh mục mới chế ra được cách thông tin bằng điện.

Nghị định ngày 24/9/1793 cho phép cha Chappe đặt hệ thống điện báo trên các tháp chuông, nóc nhà thờ. Năm 1844, người ta lập một đường dây thông tin giữa Paris và Rouen, dài 5.000 cây số gồm 534 khoảng.

Điện báo của cha Chappe về sau được thay thế bởi điện báo quang học của Leseurre và vô tuyến điện.

Năm 1774, Lesage dựng một dài điện báo khả quan nhất từ trước đến giờ tại Génève. Đài này về sau được Coxe và Ampère sửa lại cho hoàn bị. Điện báo mà ghi trên giấy là phát minh của Steinheii năm 1837. Cùng năm này, Morse đã chế ra điện báo nhờ điện nam châm. Năm 1851 người ta điện báo từ Anh qua Pháp bằng dây đặt dưới đáy biển. Sau đó một thời gian Meyer phát minh điện báo tự ký và Bain phát

minh điện báo tự động. Nhiều đài điện báo mà dùng một dây là do sáng kiến của linh mục Laborde và De Coincy trong thời gian từ 1860 đến 1865.

2. Vô tuyến điện: Vô tuyến diện (*T.S.F ou radiotélégraphie*) là điện báo không dây điện trung gian giữa máy phát và máy thu thanh. Những làn sóng điện Hertz được chuyền đi dưới đất và trên không trung. Nhờ những công trình nghiên cứu chí tử công phu của Hertz, Faraday, Kelvin nhất là Lodg, Marconi đã phát minh vô tuyến điện. Công trình vĩ đại của nhà thông thái người Ý này, tôi đã bàn cùng bạn trong một chương trên.

Vô tuyến điện từ ngày được sử dụng đầu tiên ngày 18/01/1903 để liên lạc Cap-Cod với Poldhu đến bây giờ đã được kiện toàn và vô cùng trọng dụng. Nó đóng vai trò tối hệ trong Đệ Nhị chiến 1914 – 1918. Ngày nay trong địa hạt thông tin nó đứng đầu sổ.

3. Điện thoại: Danh từ này dịch bởi tiếng *telephone* của Pháp mà gốc Hy Lạp *télé* là xa, *phoné* là âm thanh. Máy điện thoại là khí cụ dùng truyền tiếng nói hay bất cứ âm thanh gì đi cách khoảng xa. Người phát minh điện thoại là một tu sĩ trẻ, tên Dom Gauthey, năm 1782 đã trình lên Hàn Lâm viện khoa học một máy điện thoại thô sơ có thể dùng nói chuyện trong gia đình. Đến năm 1861, điện thoại mới được một bước tiến nữa nhờ một giáo sư người Đức tên Philippe Reiss.

Danh từ điện thoại (téléphone) bắt đầu được sử dụng từ đó. Công trình của Reiss về sau được kiện toàn bởi Graham Bell, Auguste Watson nhất là Hughes, điện thoại được sử dụng đầu tiên tại Ba Lê. Người ta bắt đầu nối thành này với Bruxelles của Bỉ và London của Anh.

Một phương tiện truyền thông hiện tại ăn đứt báo chí điện ảnh trong nhiều phương diện là phát thanh. Chỉ những âm thanh rung động ở màn lưới máy vi âm mà từ thành thị đến thôn quê, ta truyền thông tư tưởng đến quần chúng.

Ngày nay gần khắp thế giới, phát thanh và thâu thanh được phổ thông. Ngay từ năm 1931 nghĩa là cách nay trên 30 năm mà Burrows Tổng thư ký của Union Internationale de Radio diffusion còn cho ta bản thống kê thế này:

- Cả thế giới có cả trăm triệu thính giả, Âu châu chiếm hết 42 triệu.

- Ở Hoa Kỳ có trên 13 triệu máy thâu thanh, ở Đức 3.731.000, ở Anh 3.626.000, ở Đan Mạch 420.000.

Người ta gọi phát thanh là tuyên truyền tận từng nhà vì mỗi người ở tại gia mà hấp thụ được điều truyền thông. Từ ngày báo chí thịnh hành lời nói mặc dù được hùng biện ủng hộ cũng phải nhượng bộ nó. Song khi phát thanh ra đời, lời nói gây ảnh hưởng vượt quá xa báo chí. Đức giáo hoàng

có thể ngồi yên trong tư phòng của Ngài mà nói cho trên 600 triệu Công giáo đồ nghe. Những Johnson, Kossyguine, De Gaulle có thể nằm ghế phô tơi hút ống bíp nghe chính mình truyền và nghe một lượt với năm châu. Không phải vô lý khi Lénine gọi phát thanh là "nhật báo không giấy cũng không khoảng cách". Nó không như hùng biện nói cho một thiểu số người. Nó không như báo chí khó lọt vào hang cùng ngõ hẻm của quần chúng.

Nhờ những sóng điện, nó vượt trùng dương nối liền các quốc gia, gây thông cảm giữa các chính phủ, đặc biệt nhất là nó chui qua các vách tường của những quốc gia đóng cổng để củng cố chỗ ngồi cho chính nghĩa và tình huynh đệ quốc tế.

Ngày xưa theo lối thông tin bằng những đường dây quốc tế, chính quyền một quốc gia độc lập muốn nói chuyện với người của mình ở ngoại quốc còn sợ bị kiểm duyệt hay gián đoạn, ngày nay có hệ thống vô tuyến điện của mình, người ta tránh được hết các bất tiện ấy. Nhờ hệ thống vô tuyến điện như lưới nhện bao trùm thế giới hiện tại nên các chủ nghĩa tha hồ vượt các biên cương lọt vào hết mọi quốc gia. Năm 1939, Hitler đã gửi tối hậu thư cho Ba Lan thì năm 1965 Trung Quốc cũng gửi tối hậu thư cho Ấn Độ.

Trong lĩnh vực quốc gia, quốc dân có thể trực tiếp nghe tiếng chỉ đạo của lãnh tụ của mình. Ngày xưa

muốn nghe Périclès công dân thành Nhã Điển phải ồ ạt tập trung đến Acropole. Ngày nay, công dân nước nào cũng có thể chỉ vặn cái nút máy thâu thanh là rót vào tai họ từ tin quốc nội đến quốc ngoại, hết thông cáo thì đến trực tiếp truyền thanh, tân nhạc, cổ nhạc...

Cái quan tâm của nhà tuyên truyền quay về vấn đề tâm lý được đặt ra là thế lực ảnh hưởng, ma lực ám thị của ông khuếch âm. Nó là phù thủy của quần chúng. Nó nằm trong mọi gia đình, trên đầu giường của những người mà ta vì lý do này, lý do nọ không gặp được. Một phương tiện như vậy lại được máy nói và máy ghi âm yểm trợ nữa thì thật là chiếc dữa tiên để tuyên truyền.

Những đĩa hát của máy nói, những băng nhựa của máy ghi âm sẽ thay thế cho ba tấc lưỡi của bạn gieo rắc trong quần chúng qua máy phát thanh. Máy nói dưới hình thức Pick-up ngày nay nhiều gia đình sang trọng lấy làm hãnh diện mà coi như tiện nghi quý báu. Người ta thích tiếng nó ấm, dội nghe thâm trầm nhất là có âm thanh nổi. Ngày mà ông già Edison trình phát minh máy nói lên Hàn lâm viện khoa học, ngày 11.3.1878 huy hoàng đó, cũng là ngày ông chuyển cho bạn một bí quyết thành công trong công tác tuyên truyền. Vô tuyến điện ra đời có phần mở rộng, tiếp tay nó chứ không thay thế hẳn nó được. Vị trí nó khiêm tốn mà đặc biệt. Muốn ý thức tại sao thì bạn thử nghe rồi so sánh cùng một bản nhạc ngoại

quốc mà dài phát thanh và Pick-up phát ra đi coi cái nào hấp dẫn bạn hơn. Còn máy ghi âm thì đích thị là ngọn lưỡi thứ hai của bạn. Nhờ nó bạn tập thuyết trình, bạn tập hát, rồi nó sẽ trung thành phát thanh lại những gì bạn đã ghi của bạn hay của kẻ khác.

IV. VÔ TUYẾN TRUYỀN HÌNH VÀ TUYÊN TRUYỀN

Ngày 04/10/1965, Đức Giáo hoàng Phaolô VI đến trụ sở Liên Hiệp Quốc ở Hoa Kỳ đọc một diễn văn quan trọng kêu gọi hòa bình thế giới. Sở cảnh sát và công an Hoa Kỳ bố trí một lưới an ninh gồm 18.000 nhân viên cảnh sát dọc lộ trình đi qua của nhà lãnh đạo tinh thần thế giới. Người ta dành cho Ngài một chiếc xe hơi đặc biệt hiệu Lincoln Continental nguyên giá là 1.500 Mỹ kim. Xe này đặc biệt vì phần sau mui xe có thể gỡ ra, bên phải có ghế dựa cao và tay vịn để Đức giáo hoàng đứng ngồi mà 5 triệu người hiện diện thấy được Người trực tiếp và trên 10 triệu người thấy được người bằng vô tuyến truyền hình nhờ vệ tinh Chim Sốm.

Đây là một bằng chứng hùng hồn để bạn tin tưởng khả năng tuyên truyền của vô tuyến truyền hình. Nhật báo quần chúng chỉ đọc.

Điện ảnh: Quần chúng đọc nghe và nhìn mà chỉ một thiểu số thôi.

Phát thanh: Quần chúng thưởng thức đa số mà chỉ nghe thôi.

Còn vô tuyến truyền hình, đa số quần chúng nghe và nhìn thấy mà lòng cảm động, như chính mình đang hiện diện trước quang cảnh được truyền thông. Quả thực như tác giả thông điệp Miranda Prorsus nói: "Điện thị có những đặc tính của nó. Bởi vì nhờ nó mà thấy nghe được các sự việc xảy ra chính lúc chúng xảy ra và nghe thấy một cách khích động đến đỗi như người ta tham dự ở đó, một thứ cảm động được tăng cường bởi sự thân mật của đời sống gia đình". Biết khả năng tuyên truyền của cái mà có người gọi là "nghệ thuật thứ tám" nên hiện nay, ở các nước tiên tiến, chính phủ độc quyền về điện thị. Sự độc quyền này có lẽ bớt dần khi nó được phổ thông. Đối với nhà tuyên truyền, dù điện thị nằm trong quyền kiểm soát của ai, vấn đề phải đặt là tận dụng nó để gieo rắc tư tưởng trong quảng đại quần chúng.

Bat

Sau khi đọc từ đầu đến cuối sách, nghĩa là đã tìm hiểu bản chất của tuyên truyền và các phương tiện của nó, chắc bạn có hai nhận xét trụ cột này:

– Bản chất của tuyên truyền là phương tiện để tư tưởng được truyền bá.

– Tuyên truyền có nhiều hình thức từ diễn đàn, báo chí, sách vở, giáo dục, nghệ thuật đoàn thể, màn bạc; màn nhung, điện báo, vô tuyến điện, điện thoại và vô tuyến truyền hình, nói tắt tuyên truyền là một kỹ thuật. Tự bản chất tuyên truyền không có lý do tồn tại cho nó. Nó có vì tư tưởng. Mục đích tối hậu của nó là làm khí cụ phổ truyền chân lý, chính nghĩa. Hai thứ này được quan niệm mỗi người mỗi cách. Thích Ca quan niệm chân lý không giống Karl Marx. Lenin quan niệm chính nghĩa khác Gandhi. Tư tưởng của các nhà lãnh đạo quần chúng không đồng nhất, điều đó không ăn thua gì đến bản chất của tuyên truyền. Nó là phương tiện. Nó có là có vói, có cho tư tưởng.

Tư tưởng là con đẻ của bộ óc. Bộ óc cần biết, thèm biết rồi cái biết lại thấy cần được thống truyền. Yếu tố hiếu tri và yếu tố hướng xã của tư tưởng hàm súc lý do tồn tại của tuyên truyền. Nhờ tuyên truyền, mà cá nhân này hiểu cá nhân kia mà có đời sống xã hội, từ xã hội gia đình đến xã hội bộ lạc, thôn xã, quốc gia, quốc tế. Dĩ nhiên là khi đóng vai trò của mình, tuyên truyền đi từ hình thức đơn giản đến hình thức tổ chức đại quy mô, chu đáo. Không ai nói nàng dùng lời đường mật tỏ tình với chàng là tuyên truyền nhưng xét cho kỹ thì lời đường mật trong trường hợp đó đóng vai trò bộc lộ tình yêu là một hình thức truyền đạt tâm tình. Ông tù trưởng hô hào dân dưới quyền ông cũng có bộ lạc là ông làm gì nếu không phải là làm công việc đại khái như Hitler đăng đàn cổ vũ chủ nghĩa quốc xã, nghĩa là tuyên truyền. Ngày nay tuyên truyền trong công vụ đã trở thành phức tạp nhất là nhờ tiến bộ khoa học đã thành một kỹ thuật đại quy mô. Thời tiền sử muốn tuyên truyền người ta thổi tù và, bắn tên lửa, kêu hú bằng những âm thanh trầm bổng khác nhau. Hiện tại người ta dùng báo chí rồi điện ảnh, vô tuyến truyền thanh, truyền hình... Trong mỗi hình thức kỹ thuật đó còn bao nhiêu là cái chi li phiền toái nữa.

Như vậy bạn nói tuyên truyền vừa là phương tiện của tư tưởng vừa là một kỹ thuật là nói một điều chí lý.

Đặt vấn đề quan yếu trên như thế rồi, bạn không còn thấy khó khăn gì khi phải đánh giá tuyên truyền. So sánh có hơi gượng gạo nhưng tôi có thể tạm sánh với bạn tuyên truyền giống như nguyên tử lực. Nguyên tử lực dùng trị bệnh được mà dùng giết người cũng được. Thích Ca dùng tuyên truyền phổ biến đạo từ bi được mà Tần Thủy Hoàng dùng tuyên truyền bắt vô số dân Trung Hoa dùng xương máu xây Vạn Lý Trường Thành cũng được nữa. Nhà luân lý hay quan tòa có thể kết tội tuyên truyền nào đó với ác ý của ai đó chứ không vô lý kết tội chính tuyên truyền. Tự bản chất tuyên truyền đáng ca tụng vì nó có giá trị nhân bản, nó có vì tâm tưởng con người, nghĩa là để phục vụ con người. Người nào lạm dụng khả năng của nó để hành ác thì chính ác ý cùng ác vi của kẻ ấy đáng kết án chứ không phải chính việc tuyên truyền. Hitler dùng chiếc vi âm để xô dân tộc Đức đến chỗ điêu linh chứ khí cụ tuyên truyền đó có thể dùng kêu gọi hòa bình được chứ, điển hình là trường hợp Giáo hoàng Paul VI trong ngày 04/10/1965 tại Hội trường Liên Hiệp Quốc ở Hoa Kỳ. Hơn nữa, để kết luận và dứt lời, tôi thấy tuyên truyền được đặt đúng ý hướng bản chất của nó. Chắc bạn cũng như tôi đồng ý với Jacques Driencourt trong câu này: "Tuyên truyền là một hiện tượng xã hội. Nó phải là một thành phần trong thân phận con người, lịch sử đã thiết lập nó như vậy mà tâm lý học cũng chứng minh thế ấy. Ảnh

hưởng kẻ khác hay bị kẻ khác ảnh hưởng đó là sự hiện đến với chính bản tính con người. Làm phần tử trong một cộng đồng cá nhân là triền miên bị thúc đẩy làm những công việc mà đơn độc không bao giờ thành tựu được".

Trong cộng đồng nhân loại, con người ảnh hưởng qua lại, tương trợ nhau trong từ việc công đến việc tư. Đó là sự kiện không ai chối cãi được. Tuyên truyền có để làm gạch nối giữa người và người thì trong các phương diện đối xử, tuyên truyền chẳng những hữu ích mà tối cần. Vai trò nổi bật của nó là phổ biến tư tưởng và gây thông cảm. Nói cách khác nó là khí giới của chân lý và tình thương. Con người hiện tại đói khát sự thật và lòng nhân. Sự thật để được chấp nhận ở đâu có lòng nhân làm bầu khí dọn đường, nuôi dưỡng. Tuyên truyền được quan niệm như vậy thì đích thị là phương tiện để cá nhân và nhân loại ngày càng tiến bộ trên đường văn minh vật chất, tinh thần và tâm đức.

Sách tham khảo

Tên sách	Tên tác giả	Tên nhà xuất bản
Comment propager nos idées	Vô danh	Bloud et Gay
La Propagande, nouvelle force politique	Jacques Driencourt	Armand Colin
Cinéma Télévision et pastorale	Nhiều tác giả	Fleurus
Pour bien faire sa publicité	Louis Angé	Oliven
Les orgines de la vie humaine	J. E. Lips	Payot
L'imprimé de publicité	C. Laville	Topo
Sa majesté la publicité	J. Arren	Marne
Manuel de publicité	Louis Angé	Baillière
Histoire du cinématographe	Michel Coisac	Grenelle – Paris
Le cinéma soviétique	Leon Moussinae	Gallimard
Panorama de la radio	A. Coeuroy	Kra
La Technique des affaires	L. Chambonnaud	Dunod

Cour de T.S.F	M. Adam	Radio Magazine
Traité pratique de publicité	Hémet	Poissonnière
Manuel du conférencier	De Lannay	Le thielleux
Conférences pour adultes	Dupuy	Colin
L'organisation des conférences, guide pratique	J. Desgranges	Gigrord
Les pièces de théâtre	Louis Bethléem	Revue des lectures
La littérature ennemie de la famille	Bethléem	Bloud et Gay
Les mal faiteurs littéraires	Cornut	Téqui
Ma bibliothèque	Le Chercheur	Spes
Les livres qui s'imposent	Duval	Beauchesne
Le journalisme d'aujourd'hui	G. Bourdon	Delagrave
Souvenirs de journalisme	Talmeyr	Plon
Thuật lãnh đạo	Hoàng Xuân Việt	Nhân Xã
Thuật tổ chức	Hoàng Xuân Việt	Sống Mới
Thuật hùng biện	Hoàng Xuân Việt	Sống Mới
Thuật nói chuyện	Hoàng Xuân Việt	Khai Trí

Tia sáng

"Các sử gia sẽ nói thế kỷ 20 là thế kỷ tuyên truyền."

Jacques Driencourt

"Lý tri sáng tạo khoa học,

Tình cảm dẫn đạo lịch sử."

Gustave Le Bon

"Không có cái gì mỉa mai bằng tự do ngôn luận. Ngày xưa người ta không dám tư tưởng tự do. Ngày nay được phép mà người ta không thể tự do tư tưởng được."

Oswald Spengler

"Hữu xạ tự nhiên hương! Phải. Mà trên đời không phải luôn như vậy. Đèn đốt giấu mãi trong chậu úp thì đừng mong soi sáng ai."

Waterstone

"Tuyên truyền! Con quái vật này người ta có thể tập nó thuần thục để phục vụ cái thiện, bắt nó bảo thủ cái mà Platon gọi là nhà nước công chính không?"

Jean Jacques Chevalier

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN
64 Bà Triệu - HÀ NỘI
Điện thoại: (08.04) 39434044 - 62631715, Fax: 04.39436024
Website: www.nxbthanhnien.vn;
E-mail: nxbthanhnieninfo@gmail.com
* Chi nhánh tại Tp. Hồ Chí Minh
27B Nguyễn Đình Chiểu - P. Đa Kao - Q.1
Điện thoại: (08) 39305243

THUẬT GÂY ẢNH HƯỞNG
HAY LÀ TRUYỀN BÁ TƯ TƯỞNG

Chịu trách nhiệm xuất bản
Giám đốc - Tổng biên tập
Nhà văn Nguyễn Xuân Trường

Biên tập: Ngụy Nguyên Hà
Sửa bản in: Nga Nguyễn
Bìa: Nguyễn Mạnh Cường
Trình bày: Vũ Lê Thư

In 2.000 cuốn, khổ 13x20,5 cm, tại Công ty TNHH In TMDV Nguyễn Lâm.
Địa chỉ: Số 352 Giải Phóng, Q. Thanh Xuân, TP. Hà Nội.
Giấy chứng nhận đăng kí kế hoạch xuất bản số: 308-2019/CXBIPH/15-08/TN.
QĐXB số: 93/QĐ-NXBTN do Nhà xuất bản Thanh Niên cấp ngày 25/1/2019.
ISBN: 978-604-975-766-2. In xong và nộp lưu chiểu năm 2019.

CÔNG TY CP VĂN HÓA TRUYỀN THÔNG SỐNG

Trụ sở chính: 176 Thái Hà, P. Trung Liệt, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội | **Tel:** (024) 3 722 62 34 | **Fax:** (84-24) 3 722 62 37
VPGD: Phòng 308, tầng 3, Tòa nhà số 14 Pháo Đài Láng, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội | **Tel:** (024) 6 656 60 58
Phòng kinh doanh: Tel: (84-24) 3 773 8857 | **Email:** sale@alphabooks.vn
VPĐD phía Nam: 138C Nguyễn Đình Chiểu, P.6, Q.3, TP. Hồ Chí Minh | **Tel:** (028) 3 822 03 34

Sống | Tủ sách Học làm người

"Trước hết xin bạn hãy là tín đồ của thần chân lý. Phải phục vụ chân lý thì cuộc đời mới thực có chân giá trị. Tuyên truyền dù tinh xảo đến đâu mà bạn phổ biến tà thuyết thì công lao của bạn rút cục là bia cho đời nguyền rủa. Nói chân lý là nói những lý ít ra không bị lung lay dưới sự kiểm soát của triết học và khoa học. Không có gì khốn đốn cho một đời người bằng hy sinh phục vụ trọn kiếp cho một tà thuyết. Cũng có gì đáng nguyền rủa bằng dùng tà thuyết mà mê hoặc hạng ngu dốt, xô đẩy thế hệ này qua thế hệ kia vào vòng mê hoặc. Đời này đã lỗ đời sau không có gì bảo đảm vốn lời."

hoàng xuân viêt

CÔNG TY CP VĂN HÓA TRUYỀN THÔNG SỐNG
Trụ sở chính: 176 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội | **Tel**: (024) 3722 62 34 | **Fax**: (84-24) 3 722 62 37
VPGD: Phòng 308, tầng 3, Tòa nhà số 14 Pháo Đài Láng, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội | **Tel**: (024) 6 656 60 58
Phòng kinh doanh: **Tel**: (84-24) 3 773 8857 | **Email**: sale@alphabooks.vn
VPĐD phía Nam: 138C Nguyễn Đình Chiểu, P.6, Q.3, TP. Hồ Chí Minh | **Tel**: (028) 3 822 03 34

Tìm mua ebook của Sống tại: waka.vn, miklapp.com, Alezaa.com

ISBN: 978-604-975-766-2

9 786049 757662

8 936158 590303

Thuật gây ảnh hưởng...

Giá: 89.000đ