

BÁO CHÍ VỚI NHIỆM VỤ TUYÊN TRUYỀN KINH TẾ

GÓP PHẦN THỰC HIỆN THẮNG LỢI CÁC MỤC TIÊU NHIỆM VỤ KINH TẾ - XÃ HỘI DO ĐẠI HỘI VIII ĐỀ RA

PTS. PHẠM QUANG NGHỊ
Ủy viên BCHTW Đảng CSVN

Phó trưởng ban TT - VH Trung ương

Những thành tựu to lớn của công cuộc đổi mới trong 10 năm qua đã và đang tạo ra thế và lực mới để đất nước ta bước vào thời kỳ phát triển mới. Những tiền đề cần thiết cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa đã được tạo ra, quan hệ của nước ta với các nước trên thế giới mở rộng hơn bao giờ hết, khả năng giữ vững độc lập tự chủ và hội nhập với cộng đồng thế giới tăng lên. Đó là thời cơ lớn cho sự phát triển của đất nước. Tuy nhiên, bốn nguy cơ mà Hội nghị đại biểu toàn quốc của Đảng giữa nhiệm kỳ (1.1994) nêu ra đến nay vẫn còn nguyên ý nghĩa. Trong bốn nguy cơ đó thì nguy cơ tụt hậu xa hơn về kinh tế so với nhiều nước trong khu vực vẫn là thách thức to lớn và ngày càng gay gắt bởi điểm xuất phát của ta quá thấp, lại phải đi lên trong môi trường cạnh tranh rất quyết liệt. Đồng thời bốn nguy cơ đó lại có



quan hệ với nhau; trong tuyên truyền kinh tế không nên chỉ thấy nguy cơ về tụt hậu kinh tế mà phải thấy cả ba nguy cơ khác.

Từ phân tích tình hình đất nước và bối cảnh quốc tế, Đảng ta đã nêu lên nhiệm vụ phải tập trung mọi nỗ lực để phát triển kinh tế; coi phát triển kinh tế là nhiệm vụ trọng tâm

trong giai đoạn hiện nay. Tinh thần đó được thể hiện tập trung trong các văn kiện Đại hội 8 của Đảng. Báo chí nói chung và đặc biệt là báo chí khối kinh tế nói riêng cần phải đi đầu trong việc tuyên truyền các quan điểm và nội dung đường lối kinh tế của Đảng, đưa đường lối kinh tế của Đảng đến với từng người, từng gia đình; giúp cho các cấp, các ngành, các địa phương nắm vững đường lối kinh tế của Đảng, từ đó vận dụng sáng tạo vào điều kiện cụ thể của ngành, địa phương mình, phấn đấu thực hiện thắng lợi các mục tiêu kinh tế - xã hội Đại hội Đảng đã đề ra.

Để báo chí tuyên truyền các vấn đề kinh tế có hiệu quả, từng cơ quan báo chí phải có sự chuẩn bị khá toàn diện từ kế hoạch tuyên truyền những vấn đề cơ bản, lâu dài cho đến từng vấn đề cụ thể trong từng thời điểm; từ đổi mới cơ cấu các chuyên mục cho đến hình thức thể hiện và thể loại; từ việc bồi dưỡng nâng cao trình độ của phóng viên viết về kinh tế cho đến tiếp tục bổ sung phóng viên cho

những quan điểm thể hiện tinh thần đổi mới hết sức sáng tạo và sâu sắc. Làm tốt điều này không những củng cố niềm tin của các tầng lớp nhân dân vào đường lối kinh tế đúng đắn của Đảng, mà từ đó càng nâng cao thêm quyết tâm thực hiện thắng lợi đường lối đó. Vấn đề cốt lõi của đường lối kinh tế của Đảng trong giai đoạn hiện nay là: tập trung mọi lực lượng, tranh thủ thời cơ, đẩy mạnh công cuộc đổi mới một cách toàn diện và đồng bộ, tiếp tục phát triển nền kinh tế nhiều thành phần, vận thành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước theo định hướng XHCN; phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Xuất phát từ những kết quả to lớn đạt được sau 10 năm thực hiện đường lối đổi mới và từ những tiền đề kinh tế, xã hội đã được tạo ra, Đại hội nhận định rằng nước ta đã chuyển sang thời kỳ phát triển mới, thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Đây là một nhận định, một chủ

trương cực kỳ quan trọng, có ý nghĩa chỉ đạo mọi hoạt động trong những năm tới.

Đại hội 8 của Đảng nêu lên quan điểm phát triển lực lượng sản xuất và xây dựng quan hệ sản xuất mới theo định hướng xã hội chủ nghĩa, trong đó nhấn mạnh xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của chủ nghĩa xã hội, thực hiện công

linh vực này...

Tóm lại, có rất nhiều việc báo chí phải làm. Ở đây chúng tôi xin nêu lên một số vấn đề và một số điểm cần chú ý trong tuyên truyền kinh tế.

Một là, báo chí cần làm rõ cơ sở lý luận, thực tiễn của những quan điểm của Đảng ta trong đường lối phát triển kinh tế. Đó là

24 PHÁT TRIỂN KINH TẾ

ng nghiệp hóa, hiện đại hóa là nhiệm vụ trọng tâm trong suốt thời kỳ quá độ. Trong khi coi trọng việc phát triển lực lượng sản xuất thông qua đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đồng thời khẳng định tiếp tục thực hiện việc phát triển nền kinh tế nhiều thành phần, coi đó là biện pháp xây dựng quan hệ sản xuất phù hợp trong thời kỳ quá độ đi lên chủ nghĩa xã hội. Đó là nhận thức hết sức khoa học về mối quan hệ giữa lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất, về mục tiêu và bước đi trong thời kỳ quá độ.

Vấn đề Đại hội nhấn mạnh sự cần thiết phải chăm lo đổi mới và phát triển kinh tế nhà nước và kinh tế hợp tác, làm cho kinh tế nhà nước hoạt động thực sự có kết quả để làm tốt vai trò chủ đạo, cùng với kinh tế hợp tác xã phấn đấu dần dần trở thành nền tảng của nền kinh tế quốc dân. Văn kiện Đại hội cũng nêu rõ phải phát triển rộng rãi các hình thức kinh tế tư bản nhà nước; cải thiện môi trường đầu tư; giúp đỡ kinh tế cá thể, tiểu chủ giải quyết các khó khăn về vốn, công nghệ, thị trường tiêu thụ sản phẩm v.v...

Mỗi báo, tạp chí xuất phát từ chức năng, nhiệm vụ, đối tượng bạn đọc của mình để triển khai tuyên truyền những vấn đề trên đây, làm phong phú, sâu sắc quan điểm, đường lối kinh tế của Đảng.

Hai là, báo chí phải hết sức coi trọng việc tham gia tổng kết thực tiễn, kịp thời phát hiện, biểu dương nhân tố mới, cách làm hay, điển hình tốt. Khi vạch ra đường lối kinh tế và các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội 1996 - 2000 và 2020 là căn cứ vào khả năng yêu cầu phát triển của đất nước trên những nét chính. Các lĩnh vực kinh tế cụ thể từ xuất nhập khẩu, đầu tư nước ngoài, ngân hàng, tài chính tiền tệ, cơ chế quản lý, sự quản lý điều hành vĩ mô của nhà nước... đều đang trong quá trình đổi mới; nhiều vấn đề còn đang phải tìm tòi hoặc

phải tiếp tục hoàn thiện. Vì thế, cần thông qua thực tiễn, bằng thực tiễn để đúc rút kinh nghiệm, kịp thời phát hiện nhân tố mới, điển hình mới để nhân lên; đồng thời phát hiện những sơ hở, những điểm không còn phù hợp hoặc bất hợp lý để kịp thời điều chỉnh.

Trong thời gian qua, báo chí đã có những đóng góp quan trọng trong việc phát hiện những sơ hở trong công tác quản lý, những điểm không phù hợp trong chính sách và hướng đầu tư, trong chính sách thuế, trong công tác xuất nhập khẩu v.v... Những phát hiện của báo chí đã giúp cho các cơ quan chức năng kịp thời điều chỉnh, tạo điều kiện phát triển sản xuất, tránh được những thiệt hại về kinh tế cho đất nước. Thí dụ, khi nhà nước cho xuất khẩu gỗ dăm, cấm xuất khẩu gỗ tròn, một số cơ sở xuất khẩu vì lợi ích cục bộ đã chẻ gỗ tròn thành gỗ dăm để xuất khẩu. Như vậy thực tế là chúng ta vẫn không ngăn chặn được tình trạng xuất khẩu gỗ tràn lan. Hoặc trong khi các nhà máy sản xuất giấy của ta thiếu nguyên liệu và xuất hiện "con số" giấy (tháng 3, 4 năm 1995) thì một số nơi vẫn xuất khẩu gỗ dăm, gỗ mảnh. Khi báo chí phát hiện tình trạng đó và phân tích nguyên nhân, nhà nước đã điều chỉnh thuế xuất khẩu gỗ dăm, nhờ đó đã ngăn chặn được tình trạng xuất khẩu gỗ ọ ạt. Đó là một trong rất nhiều ví dụ mà báo chí đã có đóng góp.

Ba là, báo chí luôn luôn nắm vững định hướng chính trị trong tuyên truyền kinh tế. Có người nghĩ kinh tế là kinh tế, nó không liên quan đến chính trị. Nếu xét từng sản phẩm, từng hàng hóa riêng biệt, điều đó có thể đúng. Nhưng khi xét một nền kinh tế, một chính sách, một chủ trương kinh tế thì lại hoàn toàn khác. Trong thực tế, kinh tế và chính trị có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Lênin nói: chính trị là biểu hiện tập trung của kinh tế. Chúng ta chủ trương phát triển kinh tế nhiều thành phần vận hành theo cơ chế

thị trường, theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Điểm cần nắm mà chúng ta phải nắm vững chính là nội dung định hướng xã hội chủ nghĩa của các vấn đề kinh tế. Chúng ta chủ trương phát triển kinh tế nhiều thành phần, tạo điều kiện để các thành phần kinh tế phát triển hết tiềm năng, để tăng nhanh lực lượng sản xuất của đất nước; chúng ta thừa nhận sự tồn tại lâu dài của các hình thức thuê mướn lao động, nhưng không để nó biến thành quan hệ thống trị, dẫn tới sự phân hóa xã hội thành hai cực đối lập. Trong tuyên truyền, báo chí phải giúp cho mọi người hiểu rõ chủ trương của Đảng là chúng ta phấn đấu để kinh tế quốc doanh, kinh tế nhà nước đóng vai trò chủ đạo, cùng với kinh tế hợp tác xã dần dần trở thành nền tảng của nền kinh tế quốc dân... Một khi nắm chắc những quan điểm lớn này, chúng ta sẽ xử lý đúng đắn từng tin, bài, câu chữ trên báo chí. Không bao giờ, dù vô tình, để cho khuynh hướng "tư nhân hóa" tràn lan xuất hiện trong tâm lý độc giả và dư luận xã hội. Chúng ta coi trọng việc mở rộng hợp tác đầu tư của nước ngoài nhưng không bao giờ tạo ra tâm lý và dư luận xã hội tự ty dân tộc trong quan hệ với nước ngoài hoặc cổ vũ cho tâm lý "sùng ngoại" trong tiêu dùng...

Bốn là, báo chí cần làm chức năng hướng dẫn dư luận. Phóng viên là người rất nhạy cảm với cuộc sống, cả với nhân tố mới, điển hình tốt lẫn mặt xấu, tiêu cực. Là người hướng dẫn dư luận, khi báo chí phê phán yếu kém, tiêu cực, tham nhũng là để bài trừ, hạn chế tới đa những hiện tượng đó, tạo điều kiện cho nhân tố mới, mặt tốt nảy nở phát triển. Trong tuyên truyền kinh tế cần chú trọng, phản ánh nhân tố mới, điển hình làm ăn giỏi, hết sức tránh tình trạng trong báo chí chỉ nêu mặt tiêu cực, không nêu mặt tích cực, hoặc ngược lại. Đồng thời trong đấu tranh chống tham nhũng

phải kiên trì và kiên quyết, nhưng phải chính xác, đúng luật pháp, tôn trọng quyền được cải chính khi báo thông tin sai. Trong quá trình thông tin, có sai sót là điều khó tránh; cái cần phải tránh là biết sai mà không cải chính; càng không bao giờ làm cái việc biết sai mà vẫn cứ thông tin.

Cũng như các lĩnh vực khác, trong thông tin, tuyên truyền kinh tế cũng có những điều nên và không nên. Trong nền kinh tế thị trường, rất nhiều thông tin kinh tế cần phải bí mật. Các vấn đề, các số liệu kinh tế liên quan đến lợi ích đất nước, như đầu tư nước ngoài, xuất nhập khẩu, dự trữ quốc gia v.v... đăng hay không đều phải cân nhắc mặt lợi, mặt hại. Thí dụ, khi báo chí phản ánh tình trạng ứ đọng thóc và giá thóc quá rẻ, nông dân yêu cầu nhà nước phải thu mua thóc thừa trong dân là xuất phát từ lợi ích của nông dân; thế nhưng, chính thông tin đó lại làm cho phía đối tác nước ngoài ép chúng ta hạ giá gạo xuất khẩu. Vô tình làm thiệt hại không chỉ cho nông dân mà còn cho cả đất nước. Hoặc báo chí thông tin tình trạng sử dụng hóa chất quá mức qui định đối với cây trồng, vật nuôi khiến phía nước ngoài ngừng nhập các mặt hàng này của ta, v.v... Có thể nêu lên hàng loạt ví dụ tương tự do xử lý thông tin không tốt đã đưa tới những hậu quả bất lợi, trái với ý muốn. Chính vì sự phức tạp và đa dạng của thông tin mà càng đòi hỏi phải nâng cao tinh thần trách nhiệm, sự nhạy cảm chính trị của người làm báo.

Trên đây là một số vấn đề chúng ta cần bàn bạc, trao đổi để tìm ra những biện pháp, cách thức tuyên truyền có hiệu quả nhất, góp phần thực hiện thắng lợi NQ ĐH 8 của Đảng.

Phát biểu trong Hội thảo Báo chí kinh tế lần thứ ba, tổ chức tại TP.HCM ngày 3 đến 5 tháng 10 năm 1996.