

## KINH NGHIỆM TẠI VIỆT NAM.

Dưới đây là một vài kết luận và bài học thu rút ở kinh nghiệm của các hoạt động thông tin và tuyên truyền tại Việt Nam.

1. Lời nói phải đi đôi với việc làm mới thuyết phục được đối tượng:

"Lời nói phải đi đôi với việc làm" câu này đã hầu như biến thành một sáo ngữ. Đó là hình thức tuyên truyền bằng hành động. Một lần nữa, hình thức này lại chứng tỏ rất hiệu nghiệm tại Việt Nam. Tuy nhiên, và cũng là một điều đáng ngạc nhiên, là rất nhiều người có khả năng, nhưng vì bị công việc bận rộn hàng ngày lời cuốn nên có khuynh hướng quên mất những điều mà mình đã biết rồi. Họ bị choáng mắt bởi những kế hoạch hào nhoáng mà thực chất chỉ là những lời lẽ rất kêu, không có giá trị gì ngoài tánh cách mới lạ của nó.

Trong công việc bận rộn hàng ngày, họ đã quên theo dõi mối tương quan giữa việc làm và lời nói. Việc làm là thực chất, lời nói chỉ là hình bóng.

2. Không thể vượt quá phạm vi chính sách hoạt động căn bản.

Một lần nữa, đây là một sự thật không thể chối cãi được. Ở Việt Nam, điều này đã trở thành một định luật. Tuyên truyền và chính sách tổng quát liên quan mật thiết với nhau như hai mặt sấp ngửa của một đồng tiền. Khi chính sách hay thi tuyên truyền có thể thúc đẩy cho chính sách thêm hữu hiệu và mau có kết quả. Khi chính sách không phù hợp với thực tế thì bao nhiêu nỗ lực về tuyên truyền cũng không thể giúp chính sách thành công được.

3. Công tác càng được thông hợp thì kết quả càng chắc chắn.

Nói một cách khác, càng thông hợp thì công tác càng hữu hiệu. Sự thông hợp khi nào cũng hơn sự cộng chung những thành phần lẻ tẻ. Điều này rất đúng đối với sự phối hợp các cơ quan thuộc tòa đại sứ Mỹ cũng như đối với sự hợp tác giữa chính phủ Hoa Kỳ và chính phủ Việt Nam.

4. Các phân tử thuộc ngành chiến tranh tâm lý phải tự xem mình như là những công-trình-sư xa-hội chứ không phải là những kế-hoạch-gia.

Cần phải gạt bỏ những kế hoạch lâu dài và thiếu tính cách linh động. Bánh xe lịch sử xoay chuyển không ngừng. Kinh nghiệm mỗi mỗi này chồng chất thêm trên toàn bộ kinh nghiệm cũ. Những kế hoạch tổng quát rất mau lỗi thời vì những kế hoạch mới. Vì vậy sự linh động uyển chuyển là then chốt cho sự thành công. Định luật này có ảnh hưởng gay gắt nhất đối với cơ quan Viện Trợ Kinh Tế Mỹ và những cố vấn quân sự vì họ cần phải dự trù kế hoạch trước một thời gian khá dài. Nhưng những người không quá bị ám ảnh bởi kế hoạch tổng quát mà chỉ lo làm cho xong phận sự của mình và luôn luôn tự hỏi lý do của công việc của mình, những người chịu khó tìm cách điều chỉnh những bộ phận trục trặc của một bộ máy thay vì khoanh tay chờ phá hủy toàn bộ để chế tạo một bộ máy mới, những người đó có nhiều hy vọng hành động dung mức và có hiệu quả.

5. Nên trừ liệu từng kế hoạch cục bộ:

Nếu ham dự trù kế hoạch quá tổng quát thì công tác sẽ bị sa lầy vì tính chất quá nặng nề, còn nếu không bị sa lầy đi nữa thì cũng không tránh khỏi sự kiện theo đuổi một công tác đã mất hết tính cách lợi lộc và "dẫm lao phải theo lao" dễ rơi bị đi sai đường lạc lối. Hãy thi hành công tác nào xét ra cần thiết, tuân tự mà tiến. Đây, dường như là một quan điểm thiên cận, song lẽ, nhiều kế hoạch hợp lý góp lại có thể đưa đến thắng lợi cuối cùng.

6. Phương trình "vấn đề và đáp ứng" là khuôn khổ hoạt động hữu hiệu nhất.

Ta hãy tìm kiếm những vấn đề cần phải giải quyết và đồng thời tìm kiếm lời giải đáp cho những vấn đề này. Đường lối tìm vấn đề để đáp ứng là đường lối trống thẳng vào thực tế và là đường lối hoàn toàn thích hợp với quan niệm thực hiện kế hoạch.

7. Không thể hoạt động được nếu không có tin tức đầy đủ và thích đáng.

Không bao giờ có thể cho rằng mình am hiểu quá phiêu một vấn đề. Nói một cách tổng quát, mức độ thành công của một kế hoạch tùy thuộc trực tiếp ở tính cách đầy đủ hay không của các tin tức liên quan tới tình hình đối phương, nghĩa là liên quan đến vấn đề mà ta phải giải quyết, tất nhiên sự thành công của kế hoạch trực tiếp tùy thuộc sự am hiểu kế hoạch đó. Kiến thức do kinh nghiệm phát sinh ra. Nếu các nguồn tin được khai thác,

nếu thu lượm được các mặt tin thuộc loại Phông Nhi, kết quả cuối cùng là có đầy đủ tài liệu đề hoạch định đường lối đáp ứng. Kế hoạch thoát thai từ đường lối đáp ứng này -- không sợ tình trạng khan hiếm ý kiến. Nếu có một nguồn tin tức đối đảo thì tự khắc phát sinh nhiều vấn đề để giải quyết.

8. Tại một quốc gia kém mở mang, đường lối tuyên truyền qua những phong trào xã hội có tác dụng hơn đường lối tuyên truyền bằng thông tin đại chúng.

Đường lối tuyên truyền thông tin đại chúng, tất nhiên, là lối tuyên truyền bằng lời nói, các ấn loát phẩm và tranh ảnh tí như truyền đơn, bích chương, báo chí, các buổi phát thanh, chiếu bóng và diễn thuyết. Tuyên truyền qua các phong trào xã hội hoặc qua các tổ chức quần chúng thì có thể lồng vào các đoàn thể trong nước, tí như phong trào Thanh Niên Cộng Hòa và phong trào Liên Đới Phụ Nữ. Trong trường hợp không có một hệ thống thông tin đại chúng toàn hảo và một quần chúng được lối thông tin đó hấp dẫn thì đường lối tuyên truyền qua các phong trào xã hội xét ra hữu hiệu hơn nhiều. Lắm khi đây là đường lối tuyên truyền duy nhất có thể ăn sâu vào từng lớp nông dân thất học. Nếu có thể được thì việc tăng cường cơ cấu thông tin đại chúng là việc đáng làm. Mặt khác, đường lối tuyên truyền qua những phong trào xã hội cũng đặc biệt có hiệu lực là khi trào lưu đã chuyển hướng nghĩa là khi sự thắng lợi đang nghiêng hẳn về ta.

-/-