

theoretisches Niveau und die größtmögliche praktische Bezogenheit des Studiums in den Seminaren erreicht werden.

Alle Werktätigen einbeziehen

Die Parteileitungen sollten danach streben, daß gerade für das Studium in diesen Seminaren auch parteilose Angehörige der Intelligenz, bewährte Neuerer, Rationalisatoren, erfahrene Brigadiere u. a. gewonnen werden. Das hilft uns, eine große Zahl der aktivsten Menschen aus der Forschung und Entwicklung und aus der Produktion mit den Grundsätzen des neuen ökonomischen Systems vertraut und ihre Erfahrungen damit nutzbar zu machen.

Die Propagandaarbeit in den Betrieben darf sich aber nicht nur auf die qualifizierte Arbeit in den Zirkeln und Seminaren des Parteilehrjahres beschränken. Die Planaufgaben und das neue ökonomische System der Planung und Leitung müssen allen Werktätigen in den Betrieben nahegebracht werden.

In einigen Betrieben erklärten Kollegen, die sich mit der Richtlinie für das neue ökonomische System der Planung und Leitung der Volkswirtschaft beschäftigten, daß es ihnen schwerfällt, allein mit diesem Dokument zurechtzukommen. Manche Begriffe daraus können sie nicht ohne weiteres verstehen. Sie baten darum, ihnen durch Konsultationen oder populäre Vorträge beim Verständnis dieser neuen ökonomischen Probleme zu helfen. Das ist für die Parteileitungen und die Propagandisten ein wichtiger Hinweis.

Mit der Durchsetzung des neuen ökonomischen Systems hat die populäre Erläuterung der ökonomischen Gesetze des Sozialismus größte Bedeutung erlangt. Die Parteileitungen sollten es als eine ihrer Hauptaufgaben ansehen, jetzt eine populäre ökonomische Massenpropaganda zu entwickeln. Dazu sollten sie sich vor allem auf die Lektorate stützen. Diese haben sich bereits in vielen Betrieben als ausgezeichnetes Instrument der ökonomischen Propaganda erwiesen. Ausgehend von den betrieblichen Schwerpunkten, sollten die Parteileitungen jetzt mit den Lektoraten die Themen festlegen, die in der nächsten Zeit im Betrieb

behandelt werden. Dabei ist immer zu berücksichtigen, daß die erste Voraussetzung für eine wirkungsvolle ökonomische Propaganda ihre enge Verbindung mit jenen Problemen ist, vor denen die Belegschaft eines Betriebes oder einer Abteilung steht.

So wirft zum Beispiel die Herausarbeitung der Perspektive eines Betriebes vor der Belegschaft viele Fragen auf: Welche Veränderungen ergeben sich in der Technologie und damit in der Arbeit der Menschen? Welche neuen beruflichen Anforderungen werden gestellt? Wie muß die Qualifizierung erfolgen? Wird das Geld stimmen? u. a. Alle diese Fragen müssen beantwortet werden. Wie soll denn die Perspektive eines Betriebes anders verwirklicht werden als durch die tatkräftige und bewußte Mitarbeit der Werktätigen!

Von Walter Ulbricht lernen

Die wertvollen Hinweise, die Genosse Walter Ulbricht bei seinen Besuchen in den Betrieben auch für die Entwicklung der ökonomischen Propaganda gibt, sollten von den Parteileitungen und Propagandisten viel stärker genutzt werden. Bei der Besichtigung der Volkswerft in Stralsund erläuterte Genosse Walter Ulbricht in seiner Antwort auf die an ihn gestellte Frage, warum die Produktionskosten dieser Werft noch um etwa 20 Prozent über dem vergleichbaren westdeutschen Niveau liegen, den Werftarbeitern den Zusammenhang von Kosten und Lebensstandard. Bei seinem Besuch in den EAW Berlin-Treptow ging Genosse Walter Ulbricht von der Tatsache aus, daß dieser Betrieb noch mit Verlust arbeitet, und stellte die Frage: Kann man mit planmäßigen Verlusten den Lebensstandard heben? Von dieser Frage ausgehend, entwickelte er dann die Aufgaben der Werktätigen dieses Betriebes. Das Auftreten des Genossen Walter Ulbricht ist ein lehrreiches Beispiel für eine lebensnahe Propaganda, eine Propaganda, die nicht „allgemein erklärt“, sondern die wirklichen Probleme beim Namen nennt und die Wege zu ihrer Lösung weist.

Dr. Heinz Puder