

Phát huy vai trò của ngành công nghiệp xuất bản trong việc gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc

Ngày nhận bài: 05/10/2024 | Ngày phản biện: 07/10/2024 | Ngày xuất bản: 23/10/2024

Tác giả: Phạm Thị Liên (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Qua gần 40 năm đất nước ta thực hiện công cuộc đổi mới, việc xây dựng và phát triển văn hóa có nhiều thay đổi nhanh chóng, tích cực. Các sản phẩm văn hóa và nhu cầu hưởng thụ văn hóa ở Việt Nam ngày càng phát triển phong phú, đa dạng. Đặc biệt, tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã mở ra một “thiên đường” tiện ích về các sản phẩm văn hóa hiện đại như E-book, Audio book, nghệ thuật số, các kênh phim trực tuyến,... Sự thay đổi mang tính bước ngoặt ấy mang đến nhiều cơ hội phát triển cho ngành công nghiệp xuất bản, nhưng cũng đặt ra thách thức lớn, trong đó có nguy cơ xóa nhòa ranh giới giữa các quốc gia, dân tộc về văn hóa. Điều đó đặt ra yêu cầu đối với ngành công nghiệp xuất bản là vừa phải phát triển xứng tầm, vừa phải góp phần gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

1. Công nghiệp xuất bản và thực trạng ngành công nghiệp xuất bản ở Việt Nam hiện nay

1.1. Công nghiệp xuất bản

Công nghiệp xuất bản là một thuật ngữ bao hàm các hoạt động liên quan đến sản xuất, phát hành và phân phối các xuất bản phẩm (XBP) (sách, báo, tạp chí, tài liệu điện tử và các hình thức xuất bản khác) như một ngành công nghiệp - mang tính sản xuất hàng loạt, trong trình độ khoa học công nghệ xác định là trình độ sản xuất công nghiệp. Công nghiệp xuất bản là quy trình hoạt động xuất bản gắn với sự sáng tạo và ứng dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ số. Công nghiệp xuất bản có vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin, tri thức, văn hóa và giải trí đến cộng đồng, đồng thời góp phần tích cực vào sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước.

Trên thế giới, khái niệm công nghiệp xuất bản bắt đầu xuất hiện vào khoảng thế kỷ 19, khi công nghệ in ấn phát triển. Cùng với đó, nhu cầu hưởng thụ văn hóa và các XBP phát triển rất mạnh mẽ, đã thúc đẩy sự thay đổi nhanh chóng về loại hình và số lượng của XBP. Nhờ đó, xuất bản không chỉ còn là một hoạt động văn hóa mà còn trở thành một ngành công nghiệp thực thụ, với sự tham gia của các doanh nghiệp, nhà xuất bản, nhà in và các kênh phân phối chuyên nghiệp.

Ở Việt Nam, thuật ngữ công nghiệp xuất bản đã được nhắc đến từ khoảng những năm 1986 khi đất nước bước vào thời kỳ đổi mới, tuy nhiên khái niệm này chỉ được sử dụng rộng rãi từ khi Chỉ thị số 42-CT/TƯ ngày 25/8/2004 của Ban Bí thư về “Nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản” được ban hành, với việc thực hiện nhiệm vụ “kép”: Vừa là ngành tư tưởng, văn hóa, vừa là ngành kinh tế. Khi hoạt động xuất bản có sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân và bắt đầu mở rộng hợp tác quốc tế, tham gia vào các hiệp định và tổ chức quốc tế về xuất bản, đặc biệt với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông vào những năm 2000, đã tạo điều kiện cho ngành công nghiệp xuất bản phát triển rõ nét, nhất là trong lĩnh vực xuất bản điện tử và phân phối XBP qua các kênh trực tuyến.

1.2. Thực trạng ngành công nghiệp xuất bản Việt Nam hiện nay

Trong những năm qua, bên cạnh việc thực hiện tốt những mục tiêu, nhiệm vụ đã đề ra, giữ vững định hướng chính trị, thích ứng với cơ chế thị trường, đáp ứng tốt hơn nhu cầu đọc của nhân dân, góp phần xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, ngành Xuất bản cũng có nhiều đổi mới về nội dung, phương thức lãnh đạo, chỉ đạo, nhằm nâng cao chất lượng quản lý hoạt động xuất bản.

Nước ta hiện có 57 nhà xuất bản, hoạt động ở nhiều lĩnh vực ngành nghề, đã tổ chức xuất bản được nhiều ấn phẩm có nội dung chuyên sâu, hình thức, thể loại và đề tài đa dạng, phong phú, hấp dẫn, góp phần tích cực đưa Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng và các văn bản của Bộ Chính trị, Ban Bí thư vào cuộc sống; nhiều ấn phẩm về kinh tế, xã hội, văn hóa gắn với quảng bá hình ảnh, đất nước con người Việt Nam... đã tạo được sức lan tỏa tích cực trong toàn xã hội. Công tác truyền thông, phát triển văn hóa đọc cũng được chú trọng nhằm quảng bá, đưa sách đến với người đọc một cách trực tiếp

và nhanh chóng nhất. Hoạt động khai thác bản quyền, xuất bản các đầu sách dịch; đưa XBP Việt Nam ra quốc tế, phục vụ công tác thông tin đối ngoại được tăng cường.

Tín hiệu tích cực cho sự phát triển ngành công nghiệp xuất bản ở Việt Nam là ngành xuất bản đã chú trọng đầu tư ứng dụng công nghệ số để triển khai một số nội dung chính như số hóa dữ liệu, tạo dữ liệu lớn (big data), chuyển đổi số quy trình làm việc, ứng dụng công nghệ trong nâng cấp phần mềm biên tập, quản lý xuất bản theo chuẩn quốc tế. Các đơn vị cũng phát triển các nền tảng xuất bản và phát hành điện tử dùng chung nhằm giảm chi phí đầu tư. Những thay đổi này đã góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động xuất bản, bước đầu đáp ứng được yêu cầu phát triển ngành công nghiệp xuất bản ở Việt Nam.

Các XBP cũng ngày càng đa dạng, phong phú về thể loại, nội dung, hình thức, nhất là các XBP điện tử đang ngày càng được độc giả quan tâm bởi tính tiện ích và tương tác cao, khả năng tiếp cận nhanh chóng. Hiện nay có 28/57 nhà xuất bản được xác nhận đăng ký hoạt động xuất bản XBP điện tử. Trí tuệ nhân tạo cũng đang được ứng dụng rộng rãi trong công tác biên tập nội dung sách, nhất là các định dạng sách điện tử (E-book), sách nói (audio book), sách đa phương tiện (multimedia)..., bước đầu bắt nhịp được sự phát triển của thị trường XBP điện tử trong khu vực và trên thế giới.

Theo số liệu của Cục Xuất bản, In và Phát hành, trong 6 tháng đầu năm 2024, các nhà xuất bản đã xuất bản 25.510 cuốn với 397.758.084 bản (tăng 18,9% về cuốn và tăng 31% về bản). Trong đó: XBP dạng sách in đạt 23.066 cuốn với 370.545.267 bản (tăng 20% về cuốn và tăng 29,2% về bản); XBP dạng điện tử đạt 1.550 XBP (tăng 1,4%); XBP khác dạng đĩa CD, DVD, bản đồ, bưu ảnh, lịch các loại đạt 894 XBP với 27.212.817 bản (tăng 29% về số XBP và tăng 62,9% về bản)⁽¹⁾. Những con số này cho thấy, về cơ bản hoạt động xuất bản vẫn duy trì nhịp độ tăng ổn định, đáp ứng nhu cầu bạn đọc.

Tuy nhiên hiện nay, hoạt động xuất bản vẫn còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng hết được các yêu cầu về phát triển ngành công nghiệp xuất bản. Mặc dù lĩnh vực xuất bản điện tử ở Việt Nam đã có hơn 10 năm phát triển, song để xây dựng hệ sinh thái xuất bản tích hợp giữa truyền thống và công nghệ số hiện đại, đồng bộ thì vẫn còn hạn chế; số lượng các nhà xuất bản đầu tư cơ sở vật chất hiện đại, có hoạt động xuất bản điện

tử đã tăng lên 49,1%, nhưng nền tảng hạ tầng kỹ thuật của ngành xuất bản cơ bản còn lạc hậu; tổng số lượng XBP điện tử vẫn còn thấp, chỉ chiếm 6,07% tổng số XBP và chưa thực sự có bước tiến mạnh về doanh thu.

Về nhân lực, phần lớn đội ngũ nhân lực ở các nhà xuất bản chưa tiếp cận được với những vận động mạnh mẽ về công nghệ, kỹ thuật và nguồn thông tin khổng lồ hiện nay. Sự hợp tác giữa nhà xuất bản với các doanh nghiệp công nghệ cũng còn nhiều hạn chế. Các nhà xuất bản còn thiếu sự hợp tác với nhau trong việc kinh doanh sách điện tử trên mạng Internet, làm giảm khả năng cạnh tranh với các trang mạng sách trực tuyến khác. Hiện nay có 4 nền tảng xuất bản điện tử dùng chung và đang triển khai nền tảng thứ 5, nhưng việc ứng dụng công nghệ tích hợp, đưa AI vào hỗ trợ quy trình xuất bản chưa có kết quả rõ nét...

2. Vai trò của công nghiệp xuất bản trong việc gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc

Công nghiệp xuất bản là một bộ phận quan trọng của công nghiệp văn hóa, là một trong 12 thành phần của ngành công nghiệp văn hóa⁽²⁾, vì nó đóng vai trò thiết yếu trong việc truyền tải tri thức, văn hóa, giáo dục, giải trí và bảo tồn di sản văn hóa. Ngành công nghiệp văn hóa được hiểu “là ngành công nghiệp sáng tạo, sản xuất, tái sản xuất, phổ biến, tiêu dùng các sản phẩm và các dịch vụ văn hóa bằng phương thức công nghiệp hóa, tin học hóa, thương phẩm hóa, nhằm đáp ứng nhu cầu văn hóa đa dạng của xã hội, các hoạt động đó được bảo vệ bởi bản quyền”⁽³⁾. Ngành công nghiệp văn hóa, trong đó có công nghiệp xuất bản được xác định là một trong năm mục tiêu của việc xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam trong thời kỳ mới⁽⁴⁾.

Với lĩnh vực xuất bản, Đảng Cộng sản Việt Nam và Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn khẳng định đây là lĩnh vực văn hóa – tư tưởng quan trọng của Đảng, Nhà nước và nhân dân, là một bộ phận của nền văn hóa Việt Nam. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã sớm đưa ra quan điểm về phát triển văn hóa và xây dựng nền văn hóa dân tộc: “Trong công cuộc kiến thiết nước nhà, có 04 vấn đề phải chú ý đến cùng, phải coi trọng ngang nhau là chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội”⁽⁵⁾; và xây dựng nền văn hóa dân tộc phải gắn với kinh tế và chính trị, văn hóa không thể đứng ngoài “mà phải ở trong kinh tế và chính trị”. Bản chất của hoạt động xuất bản là truyền bá văn hóa và tri thức, cũng như phát huy các giá trị văn hóa, bởi vậy, xuất bản cũng có mối quan hệ biện chứng với các lĩnh vực

khác, trong đó có kinh tế và chính trị. Hoạt động xuất bản phải coi trọng việc phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng, đồng thời phải có "trách nhiệm" trong việc gìn giữ và phát triển văn hóa dân tộc.

Nhằm khẳng định vai trò, vị trí và định hướng phát triển ngành công nghiệp xuất bản, Chỉ thị số 42-CT/TW ngày 25/8/2004 của Ban Bí thư Trung ương Đảng khóa IX về "Nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản" đã nêu rõ: "Hoạt động xuất bản phải coi trọng việc phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng, đáp ứng nhu cầu đọc của nhân dân, đồng thời phải thực hiện tốt nhiệm vụ kinh doanh, xây dựng ngành xuất bản thành một ngành kinh tế - công nghệ phát triển toàn diện, vững chắc". Đảng và Nhà nước cũng xác định rõ vai trò, vị trí của ngành công nghiệp xuất bản đối trong việc giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong thời kỳ hội nhập, là thực hiện đồng thời chức năng tư tưởng - văn hóa (nhiệm vụ chính trị), với chức năng kinh tế (nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh).

Tại Đại hội Đảng lần thứ XIII, trong nội dung xây dựng và phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam, Đảng ta đã xác định: "Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hoá và dịch vụ văn hoá trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hoá Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị và thành tựu mới của văn hoá, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới... Sắp xếp ngành xuất bản, in và phát hành theo hướng tinh gọn, chất lượng, hiện đại hoá". Đây là nội dung quan trọng, vừa mang tính định hướng, vừa khẳng định vai trò của hoạt động xuất bản trong phát triển ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa, qua đó hoạt động xuất bản góp phần xây dựng và phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam, tạo động lực to lớn cho sự phát triển nhanh, bền vững của đất nước trong thời gian tới.

Nhất quán với tư tưởng đó, cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã xác định cho ngành xuất bản: "Giữ vững định hướng chính trị, tư tưởng, bảo đảm hài hòa giữa nhiệm vụ chính trị và sản xuất kinh doanh, phục hồi và phát triển mạnh mẽ văn hóa đọc; ..., góp phần khẳng định vị thế, vai trò là một trong những hoạt động tư tưởng sắc bén của Đảng, Nhà nước và nhân dân; là một bộ phận quan trọng của nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc"⁽⁶⁾.

Như vậy có thể thấy, ngành công nghiệp xuất bản có vị trí, vai trò rất quan trọng trong việc gìn giữ, phát triển bản sắc văn hóa dân tộc, nhất là trong giai đoạn toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế và trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, khi các công nghệ số, thực tế ảo, internet vạn vật... tác động mạnh mẽ, xóa nhòa mọi ranh giới quốc gia, trong đó có ranh giới giữa các nền văn hóa. Khi con người chỉ cần ngồi ở nửa này bán cầu mà có thể đọc, nghe, nhìn các hoạt động ở nửa kia bán cầu, có nghĩa là sự giao thoa văn hóa không còn biên giới quốc gia, thì nguy cơ về "hòa tan" là điều đáng lo ngại. Trước thách thức đó, với lợi thế là một ngành công nghiệp văn hóa, ngành công nghiệp xuất bản cần chuyển biến như thế nào để vừa đáp ứng được yêu cầu, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, xã hội, vừa gìn giữ được bản sắc văn hóa dân tộc?

3. Một số đề xuất nhằm phát huy vai trò của công nghiệp xuất bản trong việc gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc

Như đã đề cập, ngành công nghiệp xuất bản là ngành sản xuất ra các sản phẩm văn hóa đặc biệt, có tính trí tuệ, có ý nghĩa xã hội và văn hóa để thu về những nguồn lợi kinh tế. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, ngành công nghiệp xuất bản ở Việt Nam đứng trước nhiều cơ hội để phát triển các XBP hiện đại, tiện ích; hoạt động xuất bản từ môi trường sản xuất truyền thống, phân phối trực tiếp, bị giới hạn về không gian và thời gian, dần chuyển sang môi trường xuất bản hiện đại với ứng dụng công nghệ số trong quy trình và cách thức xuất bản, cùng với bước nhảy vọt về tốc độ và phạm vi chia sẻ, lan tỏa XBP đến toàn thế giới. Với quy trình, cách thức xuất bản mới đã tạo bước tiến vượt trội để ngành xuất bản đưa được các sản phẩm văn hóa của đất nước nhanh chóng, dễ dàng đến với bạn đọc trong nước và trên thế giới, đồng thời cũng nhanh chóng tiếp nhận được các XBP trên thế giới vào Việt Nam.

Cùng với cơ hội thì những thách thức đối với ngành công nghiệp xuất bản Việt Nam cũng không nhỏ, trong đó có nguy cơ phai nhạt bản sắc văn hóa dân tộc, nguy hiểm hơn là bị "xâm lăng văn hóa" hoặc bị "tự đồng hóa". Điều này là một thách thức lớn không chỉ đối với ngành xuất bản, mà còn với mọi lĩnh vực trước tiến trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Trước bối cảnh đó, chúng tôi đưa ra một vài đề xuất nhằm thúc đẩy vai trò của công nghiệp xuất bản trong việc giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, nhằm củng cố "sức mạnh mềm quốc gia" và khẳng định "chủ quyền văn

hóa” Việt Nam.

Trước hết, cần tiếp tục khẳng định quan điểm, ngành công nghiệp xuất bản vừa là một trong những công cụ sắc bén của Đảng trên mặt trận tư tưởng, văn hóa, vừa tham gia tích cực trong việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa đặc sắc của dân tộc.

Để giúp ngành xuất bản thực hiện được điều đó, các cơ quan quản lý nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện các chính sách, pháp luật về xuất bản một cách đồng bộ, phù hợp với điều kiện thực tế, có các cơ chế ưu đãi cho ngành xuất bản như ưu đãi về thuế, hỗ trợ kinh phí, tài trợ các dự án xuất bản liên quan đến bảo tồn văn hóa.... để khuyến khích, tạo điều kiện cho các nhà xuất bản tập trung xuất bản nhiều XBP có giá trị về tư tưởng, chính trị, văn hóa, nhằm góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng, có tác dụng lan tỏa lớn trong đời sống xã hội. Đối với các nhà xuất bản, cần tiếp tục bám sát nhiệm vụ chính trị, tôn chỉ, mục đích hoạt động; nâng cao năng lực quản lý, vận hành và khả năng tiếp cận thị trường; lựa chọn các hình thức XBP phù hợp, hấp dẫn để chuyển tải các nội dung về tư tưởng, chính trị, văn hóa.

Thứ hai, các nhà xuất bản cần tăng cơ cấu các XBP có nội dung về văn hóa, con người và đất nước Việt Nam, gắn liền với truyền thống và bản sắc văn hóa dân tộc.

Để làm tốt nhiệm vụ giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, việc tập trung phát triển các XBP gắn liền với văn hóa truyền thống là một trong những nhiệm vụ quan trọng của ngành công nghiệp xuất bản. Trong cơ cấu XBP, cần có cơ cấu hợp lý, chú ý xuất bản những đầu sách có đề tài, nội dung về văn hóa Việt Nam; công tác kế hoạch đề tài cần khai thác các nội dung phong phú về đặc trưng và các giá trị văn hóa dân tộc; cần khuyến khích các nhà văn, nhà nghiên cứu lịch sử - văn hóa sáng tác và biên soạn các tác phẩm về lịch sử, văn hóa dân gian, lễ hội, phong tục tập quán của các dân tộc Việt Nam... Ngoài sách giấy truyền thống, cần phát triển các dạng XBP hiện đại như sách điện tử, sách nói, sách đa phương tiện có hình ảnh, video... về văn hóa, con người Việt Nam để tăng tính hấp dẫn, dễ tiếp cận được nhiều đối tượng độc giả, đặc biệt là giới trẻ.

Thứ ba, cần tiếp tục phát triển văn hóa đọc và định hướng văn hóa đọc trong cộng đồng, nhằm nâng cao trình độ văn hóa, tri thức cho người dân, định hướng cho văn hóa đọc của xã hội hướng đến những giá trị nhân văn, tốt đẹp, đồng thời đáp ứng

được nhu cầu giải trí, học tập bằng nhiều hình thức đa dạng (đọc, nghe, nhìn...) để phát triển nhân cách và tự hoàn thiện bản thân, xây dựng thế giới quan, nhân sinh quan đúng đắn, nhân văn.

Trên thực tế, ngành xuất bản Việt Nam đã có những bước tiến vô cùng mạnh mẽ, đưa nước ta từ một quốc gia thiếu sách vươn lên phát triển ngang tầm khu vực, với số lượng xuất bản trên 450 triệu bản sách/năm, với mức bình quân đạt 6 bản sách/người/năm. Tuy nhiên đó vẫn là những con số còn rất khiêm tốn. Vì vậy, ngành xuất bản cần đẩy mạnh hơn nữa các giải pháp để tuyên truyền, đưa Ngày Sách và văn hóa đọc Việt Nam 21/4 lan tỏa rộng rãi, trở thành sự kiện văn hóa nổi bật; phát triển các mô hình quảng bá sách hiệu quả như Đường Sách, Hội sách,... để tạo thành điểm nhấn văn hóa, tạo thói quen cho độc giả, thu hút sự quan tâm của cộng đồng đến sách và các XBP khác, đưa văn hóa đọc trở thành nhu cầu không thể thiếu đối với mỗi cá nhân.

Bên cạnh đó, ngành xuất bản phải đóng vai trò quan trọng trong việc sàng lọc, lựa chọn những nội dung văn hóa phù hợp để xuất bản, giới thiệu đến công chúng những XBP có giá trị, thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của xã hội và định hướng văn hóa đọc. Nhất là trong bối cảnh hiện nay, các phương tiện truyền thông trực tuyến, các kênh giải trí ngày càng nở rộ, cung cấp nhiều sản phẩm văn hóa đến người đọc, trong đó còn tồn tại nhiều xuất bản phẩm kém chất lượng, truyền bá các quan điểm văn hóa chưa chuẩn mực, làm xói mòn các giá trị văn hóa - xã hội, xem nhẹ tính giáo dục, định hướng thẩm mỹ... Bởi vậy, ngành xuất bản cần chủ động lan tỏa các giá trị văn hóa - xã hội tích cực, định hướng văn hóa, phát huy tốt nhất việc bồi đắp, làm giàu văn hóa dân tộc và khắc chế tối đa những hệ lụy, tiêu cực.

Thứ tư, đẩy mạnh quảng bá lịch sử, văn hóa Việt Nam ra thế giới thông qua các giao dịch mua bán, chuyển nhượng sách và bản quyền trên phạm vi toàn cầu, qua đó giúp độc giả trên thế giới có những thông tin đầy đủ về văn hóa và con người Việt Nam, để thêm hiểu và yêu mến Việt Nam, giúp cho cộng đồng người Việt ở nước ngoài thêm gắn bó với quê hương, đất nước.

Để thực hiện được mục tiêu đó, ngành xuất bản Việt Nam cần chủ động kết nối với thị trường xuất bản thế giới, mở rộng mối quan hệ hợp tác xuất bản toàn diện với các

nước, tham gia chặt chẽ vào hoạt động của các nhà xuất bản quốc tế, thường xuyên tham gia các triển lãm, hội chợ sách và các chương trình, hoạt động trao đổi học thuật của ngành xuất bản thế giới nhằm đưa XBP Việt Nam đến được độc giả trên thế giới một cách nhanh nhất, hiệu quả nhất. Bên cạnh đó, cần tận dụng ưu điểm của internet để quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam đến với bạn bè quốc tế thông qua các XBP điện tử, nhằm khẳng định các giá trị xã hội và truyền thống tốt đẹp của Việt Nam, bản sắc Việt Nam.

Thứ năm, xây dựng thí điểm nhà xuất bản số và từng bước đồng bộ mô hình nhà xuất bản số (electronic publishing, digital publishing) nhằm tối ưu quy trình xuất bản, phát hành, phát huy được ưu thế về khai thác, sử dụng tài nguyên nội dung tri thức, trong đó có nguồn tài nguyên dồi dào về văn hóa Việt Nam.

Trước bối cảnh toàn cầu hóa và tác động của cuộc cách mạng 4.0, mô hình nhà xuất bản số là xu hướng của tương lai, vì ngành xuất bản muốn phát triển, thực hiện tốt chức năng văn hóa - tư tưởng, góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc thì cần phải xây dựng chiến lược phát triển theo hướng số hóa, gắn kết chặt chẽ với tổng thể phát triển hạ tầng số, kinh tế số, chính phủ số của đất nước; đồng thời tiến tới xu hướng tích hợp sản phẩm, tích hợp nền tảng để đảm bảo tính thương mại hóa trong phát hành và phân phối XBP.

Cuối cùng, cần có sự tự vận động mạnh mẽ của các nhà xuất bản trong việc thay đổi công nghệ, nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ..., đáp ứng được những thay đổi to lớn, nhanh chóng về công nghệ số, công nghệ xuất bản trên thế giới và trong nước, từ đó đáp ứng được các yêu cầu chung đối với ngành xuất bản Việt Nam, và quan trọng hơn là làm tốt vai trò của mình trong việc tích lũy, truyền bá tri thức, nâng cao dân trí và phát triển các giá trị văn hóa, nhân cách và trí tuệ con người Việt Nam./.

Tài liệu tham khảo

(1) Cục Xuất bản, In và Phát hành (2024), "Báo cáo Hoạt động xuất bản 6 tháng đầu năm 2024 và triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2024" tại Hội nghị giao ban công tác xuất bản 06 tháng đầu năm 2024, được tổ chức tại Hà Nội, ngày 31/7/2024.

(2) Thủ tướng Chính phủ (2016), Quyết định số 1755/QĐTTg, ngày 8/9/2016, của Thủ tướng Chính phủ, phê duyệt "Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến

năm 2030".

(3) Đoàn Minh Huấn, Nguyễn Ngọc Hà (2014), "Công nghiệp văn hóa", Tạp chí Lý luận chính trị, số 12/2014.

(4) Ban chấp hành Trung ương Đảng (2014), Nghị quyết Hội nghị lần thứ chín BCH Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước" (Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014).

(5) Hồ Chí Minh: Về văn hóa, Bảo tàng Hồ Chí Minh, Hà Nội, 1997, tr.11.

(6) Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (2022), Thư chúc mừng gửi ngành Xuất bản, In và Phát hành sách Việt Nam nhân dịp kỷ niệm 70 năm Ngày truyền thống của ngành (10/10/1952 - 10/10/2022), <https://special.nhandan.vn/thu-chuc-mung-70-nam-nganh-xuat-ban/index.html>, truy cập ngày 04/10/2024.