

HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN THỰC HIỆN MỤC TIÊU KINH TẾ VÀ VĂN HÓA

ThS. THÁI THU HOÀI (*)
ThS. TRẦN THỊ QUYÊN (*)

Tóm tắt: *Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa là mối quan hệ có tính chất thống nhất trong hoạt động xuất bản. Các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm luôn được Đảng, Nhà nước định hướng một cách toàn diện và sâu sắc, tạo mọi điều kiện để hoạt động xuất bản phát huy tốt cả vai trò kinh tế và sứ mệnh văn hóa của mình.*

Từ khóa: *hoạt động xuất bản; kinh tế; văn hóa*

Ngày nhận: 11/01/2021 Ngày phản biện: 18/01/2021 Ngày duyệt đăng: 22/4/2021

1 Định hướng phát triển của Đảng đối với hoạt động xuất bản

Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa VIII) về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc được xem là bản cương lĩnh văn hóa trong bối cảnh đất nước đang từng bước hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. Từ những quan điểm chỉ đạo cơ bản, những nhiệm vụ cụ thể và những giải pháp lớn, đến năm 2004, Ban Bí thư Trung ương Đảng tiếp tục ban hành Chỉ thị số 42-CT/TW về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản. Chỉ thị là sự cụ thể hóa Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII trong lĩnh vực xuất bản, xác định tầm quan trọng của hoạt động xuất bản đối với sự phát triển kinh tế, văn hóa nước ta, đồng thời đưa ra định hướng của Đảng đối với hoạt động này:

“Nhận rõ sự nghiệp xuất bản là một lĩnh vực 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, có nhiệm vụ tích lũy và

truyền bá các giá trị tinh thần, góp phần nâng cao dân trí, phát triển văn hóa, xây dựng nền tảng tư tưởng, thế giới quan, nhân sinh quan cách mạng và khoa học của xã hội; xây dựng đạo đức, lối sống và phát triển toàn diện nhân cách con người Việt Nam; góp phần đào tạo nhân lực, bồi dưỡng nhân tài, hình thành xã hội học tập. Hoạt động xuất bản phải chăm lo bảo vệ, khẳng định và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc, đồng thời mở rộng giao lưu văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại và đấu tranh không khoan nhượng với các quan điểm sai trái, lạc hậu.

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. Cần xây dựng những chính sách và cơ chế phù hợp để xuất bản hoạt động có hiệu quả trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”¹.

Định hướng của Đảng đã khẳng định rõ xuất bản là hoạt động đặc thù với nhiệm vụ trọng tâm là nâng cao dân trí, giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc,

(*) Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh.

đóng góp vào sự phát triển toàn diện của đất nước. Việc thực hiện nhiệm vụ trên không tách rời nỗ lực nâng cao hiệu quả kinh doanh, mở rộng thị trường và quy mô xuất bản, hướng tới mục tiêu hội nhập với ngành công nghiệp xuất bản thế giới. Điều này có nghĩa rằng, hoạt động xuất bản trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa cần bảo đảm đồng thời hai mục tiêu: mục tiêu kinh tế và mục tiêu văn hóa tư tưởng.

2. Thực hiện mục tiêu kinh tế và văn hóa trong hoạt động xuất bản

Về kinh tế

Thực hiện chủ trương xã hội hóa hoạt động xuất bản. Hoạt động xuất bản đã huy động được nhiều nguồn lực để phát triển sự nghiệp xuất bản - in - phát hành. Nhờ đó, mọi cá nhân trong xã hội đều có thể tham gia hoạt động xuất bản ở một hay một số khâu nhất định. Tính đến nay, trên cả nước có khoảng 14.000 đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm, gần 1.300 nhà in, gần 60 nhà xuất bản với hàng trăm nghìn lao động trực tiếp, gián tiếp và rất nhiều cá nhân tham gia với tư cách là tác giả, dịch giả, người biên soạn, cộng tác viên,... Điều này giúp cho hệ thống xuất bản, phát hành sách phát triển ngày càng rộng khắp, kịp thời đáp ứng nhu cầu của bạn đọc; đồng thời góp phần tạo ra nhiều việc làm cho người lao động, đóng góp vào sự phát triển của nền kinh tế nói chung.

Mở rộng mạng lưới, xây dựng thương hiệu và hợp tác quốc tế. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm có cơ hội tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm từ hoạt động xuất bản của các nước trên thế giới. Những phương thức kinh doanh mới ngày càng phát triển phục vụ tối đa nhu cầu khách hàng. Nhiều đơn vị thích ứng nhanh với nền kinh tế thị trường, hoạt động hiệu quả và

có xu hướng mở rộng quy mô ra các khu vực trên cả nước. Các nhà xuất bản lớn, ngoài trụ sở chính còn có các chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại các tỉnh, thành phố lớn trên cả nước. Các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm cũng nỗ lực xây dựng hệ thống phân phối ở nhiều thị trường khác nhau. Đứng đầu là Công ty Cổ phần Phát hành sách Thành phố Hồ Chí Minh Fahasa với 112 nhà sách từ Bắc vào Nam. Công ty Sách Phương Nam (thuộc Công ty Cổ phần Văn hóa Phương Nam) với khoảng 30 nhà sách trên cả nước, trong đó có hệ thống Book City hiện đại bậc nhất Việt Nam hiện nay. Bên cạnh đó là xu hướng phát triển các mô hình kinh doanh như cafe sách, hội quán, thư quán... nhằm thu hút khách hàng, xây dựng đội ngũ người đọc - khách hàng thân thiết. Đã có nhiều đơn vị khẳng định được thương hiệu của mình trên thị trường như: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật với mảng sách lý luận, chính trị, pháp luật; Nhà xuất bản Trẻ với mảng sách kiến thức, kỹ năng cho thanh thiếu niên; Nhà xuất bản Kim Đồng với mảng sách dành cho thiếu nhi; Nhã Nam gắn liền với những tác phẩm văn học nổi tiếng thế giới; Alphabooks với mảng sách kinh tế - kinh doanh - làm giàu; Fahasa định vị trong lòng bạn đọc là “Hệ thống nhà sách chuyên nghiệp”;...

Các đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm cũng chú trọng phát triển mối quan hệ hợp tác với nhiều tập đoàn, nhà xuất bản lớn trên thế giới được tin cậy và đánh giá cao như: Macmillan, Mc. GrawHill, Longman, Oxford University Press, Dorling Kindersley, Harper Collins UK, Simon and Schuster UK... Sự hợp tác diễn ra trong các hoạt động như xuất nhập khẩu, mua bán bản quyền, chuyển giao khoa học và công nghệ, xúc tiến thương mại...

Việc tổ chức và tham gia các hội chợ, triển lãm sách trong nước và quốc tế diễn ra khá thường xuyên, góp phần quan trọng vào công tác quảng bá xuất bản phẩm, nâng cao hiệu quả kinh doanh và chuyên nghiệp hóa hoạt động xuất bản.

Ứng dụng khoa học và công nghệ. Các nhà xuất bản ở Việt Nam đang từng bước nỗ lực để thích ứng với cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Hiện nay, có 6 đơn vị tham gia xuất bản sách điện tử là Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật; Nhà xuất bản Giáo dục; Nhà xuất bản Quân đội nhân dân; Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông; Nhà xuất bản Y học; Nhà xuất bản Tài nguyên - Môi trường và Bản đồ Việt Nam. Trong tương lai không xa, xu hướng xuất bản số sẽ phát triển song song với phương thức xuất bản truyền thống. Các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm ở các thị trường lớn tập trung đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ, phát triển hoạt động kinh doanh trực tuyến với những chương trình trọng tâm như: tiếp cận, nghiên cứu, định hướng nhu cầu khách hàng, marketing xuất bản phẩm, phân phối hàng hóa, chăm sóc khách hàng, quản trị kinh doanh... Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19

ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động tiêu thụ hàng hóa, các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm đã chuyển hướng sang phát triển thương mại điện tử, tham gia hội sách trực tuyến quốc gia tại địa chỉ book365.vn do Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức, thúc đẩy quảng cáo qua việc phát trực tiếp (live stream) hay qua những “kênh” thu hút người dùng như Youtube, Instagram... Điều đó cho thấy công nghệ ngày càng có vai trò quan trọng, giúp các doanh nghiệp ứng phó hiệu quả với những thách thức trong thời đại mới.

Về văn hóa, tư tưởng

Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ của mình, các nhà xuất bản và đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm không ngừng nỗ lực cung cấp ngày càng nhiều sách có giá trị thuộc mọi lĩnh vực chính trị, pháp luật, văn hóa, xã hội, giáo dục, kinh tế, công nghệ... phục vụ nhu cầu của độc giả. Với số lượng bản in tăng theo từng năm, mức hưởng thụ sách của người dân Việt Nam đã cải thiện hơn so với những năm trước đây.

Hoạt động xuất bản phục vụ các dịp lễ lớn của đất nước. Các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm đã xuất bản và phát hành nhiều bộ sách lớn, có giá trị, có ảnh hưởng sâu rộng trong xã hội

MỘT SỐ CHỈ TIÊU KINH TẾ TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN

Chỉ tiêu/năm	2015	2017	2020
Số lượng xuất bản phẩm (nghìn cuốn)	24.000	30.851	36.218
Số lượng bản in (triệu bản)	270,4	312,5105	402,002
Doanh thu (tỷ đồng)	2.143	2.892,585	2.665,879
Lợi nhuận sau thuế (tỷ đồng)	100	190,489	112,610
Nộp ngân sách (tỷ đồng)	47,7	109,311	151,839

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo tổng kết của Cục Xuất bản, In và Phát hành, Bộ Thông tin và Truyền thông qua các năm

như: bộ sách kỷ niệm 50 năm chiến thắng Điện Biên Phủ, 30 năm giải phóng hoàn toàn miền Nam, 1.000 năm Thăng Long - Hà Nội; sách phục vụ Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng, các hội nghị quốc tế quan trọng như ASEM, APEC....

Xuất bản các công trình nghiên cứu lớn. Đã xuất bản các bộ sách lý luận về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và tiểu sử các đồng chí lãnh đạo của Đảng, Nhà nước như Trường Chinh, Phạm Văn Đồng, Võ Nguyên Giáp...; sách phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, hướng dẫn pháp luật. Trước tình hình căng thẳng trên Biển Đông, các nhà xuất bản đã tích cực xuất bản nhiều đầu sách nhằm khẳng định chủ quyền biển, đảo của Việt Nam, đồng thời khơi dậy tinh thần yêu nước, trách nhiệm của mỗi người dân Việt Nam với hải phận thiêng liêng của Tổ quốc. Các nhà xuất bản cũng chú trọng xuất bản các tác phẩm phản ánh gương người tốt, việc tốt, phê phán các quan điểm sai trái, phản động, chống tham nhũng, chống sự tha hóa, xuống cấp về đạo đức, lối sống của một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên... nhằm xây dựng và phát triển nhân cách con người Việt Nam. Hưởng ứng cuộc vận động học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh, nhiều tác phẩm giá trị của Bác Hồ, kể chuyện về Bác Hồ đã được xuất bản và phổ biến rộng rãi tại các đơn vị hành chính, sự nghiệp, hệ thống giáo dục và toàn xã hội.

Đặc biệt, các nhà xuất bản đã tập trung xuất bản - phát hành nhiều ấn phẩm về văn hóa, nghiên cứu văn hóa dân gian, phong tục tập quán, tín ngưỡng của các dân tộc, vùng miền. Đây là nguồn tư liệu quý cho những nhà nghiên cứu và các cán bộ quản lý văn hóa, quản lý xã hội. Những nguồn

tư liệu quý được công bố đã góp phần làm phong phú hơn hồ sơ đề nghị công nhận các di sản văn hóa vật thể, phi vật thể của đất nước. Bên cạnh đó, các nhà xuất bản đã đầu tư nhiều ấn phẩm tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, góp phần thu hút đầu tư, thúc đẩy du lịch. Hoạt động xuất bản đã đóng góp cho xã hội nhiều xuất bản phẩm giới thiệu về văn hóa của các quốc gia trên thế giới, góp phần thúc đẩy quá trình giao lưu văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại.

Chương trình mục tiêu quốc gia đưa thông tin về cơ sở miền núi, vùng sâu vùng xa, vùng biên giới, hải đảo do Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, đã thu hút nhiều nhà xuất bản tham gia, thể hiện trách nhiệm của mình đối với sự phát triển dân trí ở những khu vực khó khăn. Bên cạnh đó, các nhà xuất bản tích cực tài trợ sách cho nhiều đối tượng bạn đọc khác nhau. Hằng năm, nhiều nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm tham gia tặng sách cho trẻ em ở nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, bộ đội vùng biên giới, hải đảo, phụ nữ, người cao tuổi, người khuyết tật... Ngoài nội dung xuất bản phẩm được lựa chọn phù hợp với các đối tượng nêu trên, các hoạt động này cũng cho thấy trách nhiệm của các đơn vị xuất bản đối với sự phát triển văn hóa của cộng đồng.

Mở rộng không gian đọc cho cộng đồng. Để tạo điều kiện cho khách hàng tiếp cận sách, bên cạnh những không gian truyền thống như nhà sách, siêu thị sách, hội chợ sách..., nhiều con đường sách được mở ra ở các thành phố lớn như: Đường sách Thành phố Hồ Chí Minh, Phố sách Hà Nội 19/12, Đường sách Vũng Tàu, Đường sách cà phê Buôn Ma Thuột..., là những không gian văn hóa kết nối giữa người đọc và sách một cách tự nhiên, thông qua những

trải nghiệm ấn tượng, hấp dẫn. Ngày Sách Việt Nam (21/4) được tổ chức hằng năm là dịp các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm đưa sách hay, sách đẹp đến với độc giả, nhằm lan tỏa tri thức đến cộng đồng, phát triển văn hóa đọc trong toàn xã hội...

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, hoạt động xuất bản sách ở nước ta còn gặp phải một số khó khăn, hạn chế nhất định như:

Quy mô thị trường xuất bản còn nhỏ so với các nước trong khu vực và trên thế giới, thiếu tính chuyên nghiệp, sức cạnh tranh thấp; chưa phát triển được tập đoàn xuất bản hay nhà xuất bản có tầm cỡ, có khả năng cạnh tranh và có sức ảnh hưởng ra ngoài thị trường nội địa; nhiều nhà xuất bản hoạt động thiếu hiệu quả, lợi nhuận thấp, thậm chí còn thua lỗ nhiều năm liền; một số nhà xuất bản địa phương thích ứng chậm với sự phát triển của thị trường và sự thay đổi nhu cầu của khách hàng.

Một số đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm chỉ tập trung vào mục tiêu kinh tế, xuất bản các ấn phẩm chạy theo lợi nhuận đơn thuần, gây ảnh hưởng không tốt đến tư tưởng của độc giả trẻ. Công tác biên tập, kiểm tra và đọc lưu chiểu ở một số nhà xuất bản còn hạn chế, tạo kẽ hở cho nhiều xuất bản phẩm có nội dung sai trái, lệch lạc xuất hiện trên thị trường. Vẫn tồn tại một số xuất bản phẩm có nội dung sao chép, cắt dán, vi phạm bản quyền, giá trị nội dung thấp, sai ngữ pháp và minh họa... làm cho công chúng có phần mất lòng tin vào hoạt động xuất bản. Tình trạng in lậu còn phổ biến làm ảnh hưởng lớn đến các đơn vị kinh doanh chân chính... Giá trị xuất khẩu xuất bản phẩm chưa cao và công tác quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới chưa hiệu quả. Mức hưởng thụ sách

bình quân còn thấp, chỉ đạt khoảng 4,1 bản sách/người/năm (năm 2020), thậm chí chưa đạt được chỉ tiêu đề ra tại Chi thị số 42-CT/TW, ngày 25/8/2004 của Ban Bí thư.

Việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động xuất bản nhìn chung chưa đồng bộ, chủ yếu tập trung ở các nhà xuất bản và doanh nghiệp lớn.

Nhìn chung, các nhà xuất bản, đơn vị kinh doanh xuất bản phẩm đã nỗ lực không ngừng để thích ứng với thị trường, hoạt động hiệu quả, mang lại lợi nhuận và phục vụ tốt nhu cầu của độc giả. Nhìn một cách tổng thể, hai mục tiêu kinh tế và văn hóa có mối quan hệ thuận chiều với nhau. Khi xuất bản phẩm được tiêu thụ nhiều trên thị trường, doanh thu của doanh nghiệp và ngành xuất bản tăng lên, tri thức cũng như các giá trị văn hóa tinh thần được phổ biến đến nhiều đối tượng trong xã hội, qua đó góp phần bồi dưỡng trí tuệ, tinh thần và nhân cách con người Việt Nam. Mặt khác, khi các giá trị của xuất bản phẩm chuyển tải thực sự phát huy, đi vào cuộc sống sẽ thúc đẩy phong trào đọc sách, phát triển văn hóa đọc, con người ngày càng nhận thức được giá trị của sách, tìm đến sách, từ đó giúp ngành xuất bản đạt được mục tiêu kinh tế, đóng góp vào sự phát triển phồn thịnh của đất nước. ♦

1. Chi thị số 42-CT/TW, ngày 25/8/2004 của Ban Bí thư về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản.