

Xuất bản điện tử và đào tạo nhân lực xuất bản điện tử trong giai đoạn hiện nay

09:38 08/07/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Xuất bản là một ngành đặc thù khi tính chính trị, văn hóa tư tưởng, truyền thông đại chúng đan xen với hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm. Người làm xuất bản vừa phải đáp ứng mục tiêu chính trị, vừa giải quyết các bài toán về kinh tế. Trong giai đoạn phát triển cách mạng công nghệ 4.0 cùng sự thay đổi nhu cầu của thị trường cũng khiến cho ngành xuất bản xuất hiện những xu thế mới mà người dạy và học ngành xuất bản cần nhìn nhận và có những thay đổi thích hợp trong hoạt động đào tạo.



Ảnh: Tư liệu

Bối cảnh chung và các xu thế xuất bản hiện nay

Theo Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản năm 2023 của Bộ Thông tin và Truyền thông, hiện nay cả nước có 57 nhà xuất bản thuộc 53 cơ quan chủ quản. Trong đó, có 48 nhà xuất bản thuộc Trung ương và 09 nhà xuất bản thuộc địa phương. Về loại hình hoạt động, có 15 nhà xuất bản hoạt động theo loại hình doanh nghiệp (Công ty TNHH một thành viên 100% vốn Nhà nước) và 42 đơn vị sự

nghiệp công lập (05 nhà xuất bản là đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm chi thường xuyên và chi đầu tư, 14 nhà xuất bản đơn vị sự nghiệp công lập bảo đảm chi thường xuyên, 20 nhà xuất bản đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm một phần chi thường xuyên, 03 nhà xuất bản đơn vị sự nghiệp công do Nhà nước đảm bảo chi thường xuyên). Tính đến hết ngày 31/12/2023, tổng số xuất bản phẩm nộp lưu chiểu là 37.487 xuất bản phẩm (giảm 1,4%) với 536.179.131 bản (giảm 10,5%). Trong đó: Xuất bản phẩm dạng sách in đạt 31.208 cuốn (giảm 4,4%) với 460.929.167 bản (giảm 14,6%); Xuất bản phẩm dạng điện tử đạt 4.000 xuất bản phẩm (tăng 19,4%) với ước tính khoảng 36.000.000 bản (tăng 11%); Xuất bản phẩm khác (đĩa DVD, tranh ảnh, bản đồ, lịch các loại...) đạt 2.279 xuất bản phẩm (tăng 12%) với 39.249.964 bản (tăng 48%). Định hướng 2024 - 2025 chúng ta sẽ chuyển từ xuất bản truyền thống sang xuất bản điện tử; đến năm 2025, tỷ lệ bản sách/người đạt 5,5 - 6,0 bản sách/người/năm, trong đó tỷ lệ sách xuất bản điện tử trên số đầu sách đạt tối thiểu 15%*); phát triển sách tinh gọn (tinh lược, tóm tắt) với số lượng đầu sách chiếm từ 3 - 5% tổng số đầu sách.

Ngành xuất bản Việt Nam đã đáp ứng khá tốt nhu cầu xuất bản phẩm của nhân dân, góp phần tích cực vào việc thực hiện định hướng tư tưởng và giáo dục, phát triển văn hóa đọc của xã hội. Hàng năm, số đầu sách và số bản sách nói riêng và xuất bản phẩm nói chung đưa ra thị trường đều tăng. Nhìn chung, ngành xuất bản đã từng bước đổi mới, khẳng định vai trò của mình trong hoạt động xã hội; góp phần quan trọng vào việc định hướng tư tưởng, nâng cao dân trí, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, văn hóa giáo dục, khoa học công nghệ của đất nước.

Toàn cầu hóa đang tác động mạnh tới ngành xuất bản. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng đã chỉ rõ: "Toàn cầu hóa kinh tế là xu thế khách quan, lôi cuốn các nước, bao trùm hầu hết các lĩnh vực, vừa thúc đẩy hợp tác vừa tăng cường sức ép cạnh tranh và tính tùy thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế. Quan hệ song phương, đa phương giữa các quốc gia ngày càng sâu rộng cả trong kinh tế, văn hóa và bảo vệ môi trường, phòng chống tội phạm, thiên tai và các đại dịch...". Việc mở cửa để hội nhập với khu vực và các nước trên thế giới, tiếp thu các thành tựu văn hóa, văn minh của nhân loại đòi hỏi chúng ta phải có một trình độ văn hóa tương ứng để tiếp biến các thành tựu đó. Ở nước ta, xu thế toàn cầu hóa đang tiếp tục ảnh hưởng nhiều chiều tới đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội, trong đó nhiệm vụ giữ gìn và phát triển bản sắc văn hóa dân tộc đang gặp nhiều thách thức lớn, bởi vì văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là động lực và mục tiêu của sự phát triển kinh tế - xã hội trong bối cảnh trong nước và quốc tế cuộc đấu tranh tư tưởng đang diễn ra hết sức phức tạp. Ngày nay, hiện trạng các nước ngày càng gia tăng trao đổi văn hóa quốc tế đã giúp con người giữa các nền văn hóa, văn minh khác nhau xích lại gần nhau hơn. Các xu

hướng và tác động của toàn cầu hóa văn hóa được nhận thấy trên mọi lĩnh vực của đời sống con người và xã hội, đặc biệt là vấn đề giao lưu và hội nhập văn hóa đang đóng vai trò hỗ trợ rất lớn cho các dân tộc, quốc gia, các vùng, miền tham gia, phát huy và hoàn thiện bản sắc văn hóa của mình vào kho tàng văn hóa thế giới. Vì vậy, đứng dưới góc độ văn hóa, toàn cầu hóa là sự giao lưu văn hóa - tư tưởng giữa các dân tộc nhờ thông tin hiện đại với các hãng truyền thông, phim ảnh, văn hóa số... lan truyền rất nhanh, tốt cũng như xấu. Điều này tác động mạnh mẽ tới xuất bản sách. Trước bối cảnh đó, xuất bản Việt Nam, một hoạt động thuộc lĩnh vực văn hóa - tư tưởng đã và đang có những bước chuyển cũng như đặt ra cho mình nhiều nhiệm vụ cần phải hoàn thành để đạt mục tiêu hoạt động văn hóa hiệu quả.

Hiện nay, xuất bản điện tử đang phát triển mạnh mẽ, có thể thấy khi nhìn vào những con số thống kê ở nhiều nơi thì xuất bản điện tử có phần lấn át sách in. Ví dụ, thị trường sách điện tử ebook tại Mỹ lớn hơn thị trường truyền thống 50% theo thống kê của Amazon. Không chỉ sách điện tử, sách nói audiobook cũng đang là xu thế mới khi có lượng xuất bản tăng mạnh và đạt được sự yêu thích của độc giả tăng nhanh rõ rệt, đến mức có bảng xếp hạng sách bán chạy best seller riêng trên tờ New York Times. Sự phát triển của công nghệ số cũng kéo theo xu hướng sáng tác và xuất bản cùng một lúc, gắn bó với nhau gần như đồng thời. Đó có thể là các tác giả tự đăng tải tác phẩm trên mạng hoặc thông qua các đơn vị xuất bản, thậm chí người đọc có thể tham gia quá trình sáng tác bằng cách góp ý, đưa ra mong muốn đối với tác phẩm và được chấp nhận. Những hình thức xuất bản mới, đặc biệt dựa trên nền tảng công nghệ cho phép các tác giả tùy chọn các dịch vụ xuất bản phù hợp, nhất là đánh giá được quá trình xuất bản và thu được tỉ lệ nhuận bút cao hơn so với cách thức thông thường thông qua các nhà xuất bản truyền thống. Và đến lúc nào đó, thương hiệu của nhà xuất bản sẽ không còn quan trọng đặc biệt với các tác giả mới khi họ được lựa chọn nhiều hình thức xuất bản và phát hành khác thuận tiện hơn. Các nền tảng (platform) vận hành trong môi trường internet như Smashwords và CreateSpace của Amazon cho phép các tác giả và nhà xuất bản sách số tiếp cận trực tiếp với người đọc một cách dễ dàng. Ngay khi xuất bản, các cuốn sách lập tức được bán online với mức giá do chính tác giả hoặc nhà xuất bản ấn định.

Như vậy, xuất bản đã thay đổi cả về hình thức vật chất của cuốn sách và phương thức xuất bản. Nó kéo theo yêu cầu về nhân sự trong ngành xuất bản cũng sẽ phải thay đổi cho phù hợp. Nếu vẫn giữ thói quen làm việc theo phương thức truyền thống, chắc chắn nhiều biên tập viên, các nhà quản lý, các nhân viên truyền thông, bản quyền, marketing... của ngành xuất bản sẽ bị chậm bước trước những biến chuyển do tác động của công nghệ mang lại.



Ảnh: minh họa

Yêu cầu đối với nhân sự xuất bản trong tình hình mới

Chỉ thị 42/CT/TW ngày 25/8/2004 đã xác định: “Sự nghiệp xuất bản là 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”. Nhiệm vụ của hoạt động xuất bản là rất rộng lớn, toàn diện và sâu sắc. Nhiệm vụ đó càng trở nên khó khăn khi đứng trước những thách thức của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, đi kèm là sự phát triển như vũ bão của xuất bản điện tử cạnh tranh mạnh mẽ với xuất bản truyền thống. Vì thế, phương thức đào tạo buộc phải thay đổi để đáp ứng nhu cầu của thời cuộc, đó là giữ vững định hướng chức năng đào tạo người làm xuất bản truyền thống song song với việc đào tạo thêm chuyên ngành về xuất bản điện tử.

Để thực hiện được nhiệm vụ trên rất khó khăn. Lấy ví dụ trong lĩnh vực xuất bản điện tử, mặc dù một số nhà xuất bản đã được cơ quan chủ quản quan tâm, đầu tư cho xuất bản điện tử nhưng cho đến nay chưa đạt hiệu quả, nhiều nhà xuất bản vẫn dừng ở mức thử nghiệm. Hầu hết các nhà xuất bản và cơ sở phát hành chưa có chiến lược nào cho giai đoạn tiếp theo. Trước tình hình đó, cần xác định các nhân lực của ngành xuất bản đều phải có sự chuyển biến để đáp ứng nhu cầu mới.

Công việc của biên tập viên đơn nhiệm giai đoạn trước kia để nói về việc biên tập viên chỉ cần làm tròn trách nhiệm biên tập bản thảo, giúp đưa ra công chúng những bản thảo hay, có giá trị, sạch lỗi nội dung, ngữ pháp và lỗi mo rớt. Biên tập viên ngày nay phải đa nhiệm, là người phải thực hiện trực tiếp hoặc cùng tham gia liên tiếp tất cả các khâu trong quy trình xuất bản: từ tổ chức bản thảo, biên tập, kỹ mỹ thuật cho sách đến truyền thông cho xuất bản phẩm... Họ phải tự xây dựng được một mạng lưới thông tin rộng, nhanh và mạnh từ các tác giả trong nước và nguồn sách từ nước ngoài. Các biên tập viên phải giỏi làm việc với bản thảo. Sau khi đưa được bản thảo làm bản in thử, biên tập viên còn có thể phải tham gia khâu kỹ mỹ thuật của cuốn sách. Lựa chọn bìa cho cuốn sách như thế nào từ các phương án của họa sĩ, cho tới phong chữ, khổ sách... thì tiếng nói của biên tập viên rất quan trọng, có sức quyết định tới hình thức cuốn sách tương lai.

Biên tập viên phải góp phần hoặc trực tiếp làm các khâu truyền thông và marketing cho cuốn sách. Có nhiều cuốn sách đã chạy ngay chương trình marketing từ khâu tổ chức bản thảo. Trong

bối cảnh của nền kinh tế thị trường, một nhà xuất bản không thể chỉ bán những gì mình có mà phải bán ra những gì khách hàng cần và tạo cho khách hàng cảm giác yên tâm về chất lượng và uy tín của mình. Nói cách khác, các đơn vị xuất bản phải giành được sự tin tưởng và yêu mến của công chúng, biến công chúng thành những người ủng hộ trung thành của mình. Hàng loạt các thao tác quan hệ công chúng, quảng cáo cho sách được diễn ra như: tham dự hội chợ, triển lãm sách; tổ chức giao lưu offline và online với độc giả; thu nhận phản hồi độc giả; các chương trình khuyến mãi khi mua sách; các quà tặng khi mua sách, các minigame; viết bài quảng bá cho sách trên các phương tiện truyền thông đại chúng; làm các quảng cáo in trên chính xuất bản phẩm... Có nhiều sinh viên xuất bản hứng thú và say mê với hoạt động truyền thông cho sách. Hơn ai hết biên tập viên là người thấu hiểu nhất bản thảo, vì vậy cũng sẽ là người thực hiện hoặc hỗ trợ đắc lực nhất cho những thông tin tốt về sản phẩm tới tay công chúng.

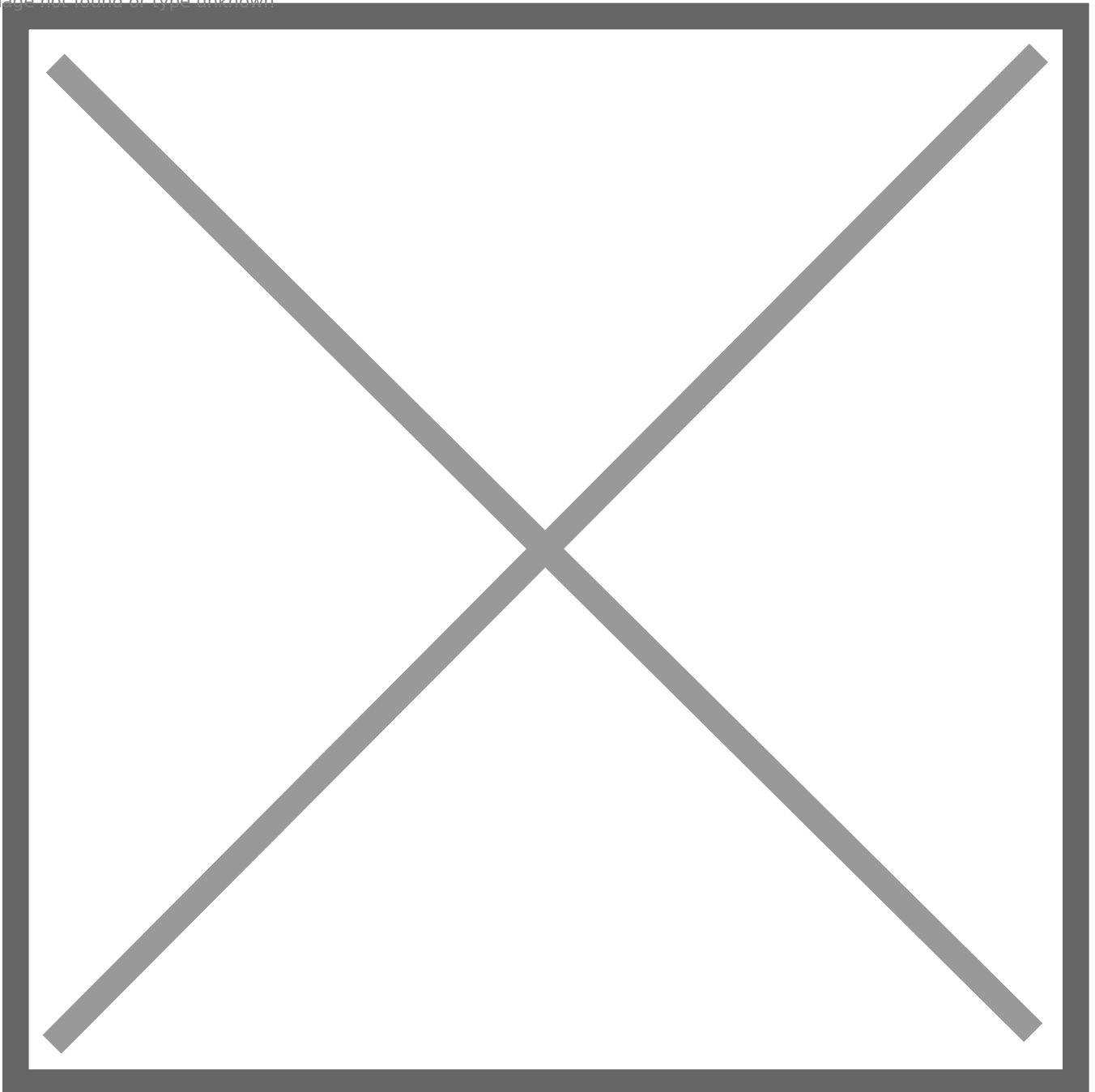
Biên tập viên cũng phải nắm bắt được các phần mềm biên tập mới, bởi hiện nay máy móc đã được cải tiến rất nhiều, công việc biên tập cũng được thao tác trên máy tính chứ không phải in bông ra giấy nữa. Bên cạnh các phần mềm biên tập nội dung còn có các phần mềm kỹ thuật về hình thức của xuất bản phẩm cũng cần được cập nhật, trở thành công cụ lao động của người biên tập. Nếu nắm bắt được tốt thì công việc biên tập sẽ trở nên nhanh chóng, hiệu quả hơn nhiều lần, đáp ứng được yêu cầu của các xuất bản phẩm số. Đây không phải là công việc dễ dàng bởi công nghệ luôn thay đổi, các phần mềm luôn cập nhật, vì vậy nó đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng của biên tập viên trong công cuộc tạo dựng nền tảng tri thức trong thời đại truyền thông số.

Kỹ thuật xuất bản điện tử còn bao hàm rất nhiều kỹ thuật truyền thông mạng khác nhau, ví dụ như kỹ thuật thiết kế hình ảnh, thiết kế đồ họa, kỹ thuật mạng, thiết kế trang web, biên tập hình ảnh, sản xuất clip cho xuất bản phẩm, quản lý cổng thông tin điện tử, truyền thông mạng xã hội, xây dựng dữ liệu data book... Do đó, biên tập viên không những phải có chuyên môn tổ chức bản thảo, biên tập, truyền thông, phát hành mà còn phải hiểu về nhiều kỹ thuật ứng dụng khác nhau, có như vậy mới có khả năng đưa ra các phương án tối ưu cho từng xuất bản phẩm.

Ngày nay, rất nhiều độc giả đã quen với việc sử dụng các ứng dụng (app) trên điện thoại thông minh của mình để mua sách in và được giao hàng tận nơi, cũng có nhiều bạn đọc thường xuyên mua sách điện tử để đọc trên điện thoại và tablet cũng như các phương tiện khác như Kindle. Tuy nhiên, ở các nhà xuất bản vẫn phần nhiều làm công tác phát hành một cách truyền thống như nhập hàng, lưu kho, vận chuyển, bán hàng qua các kênh phát hành. Nếu như trong tương lai xuất bản số song hành cùng với phát hành số thì việc thiếu hụt nguồn nhân lực được đào tạo trong lĩnh

vực này là điều có thể dự đoán trước. Trong thời đại kết nối toàn cầu, những người làm thương mại xuất bản cần được đào tạo về thương mại trong thời đại số, tiếp thị 4.0 để thúc đẩy doanh thu.

Nhân lực về truyền thông xuất bản số cũng cần được chú trọng. Truyền thông xuất bản sẽ không đơn thuần gói gọn trong phạm vi của viết bài quảng cáo sách, điểm sách, là truyền thông miệng WOM, là giới thiệu sách trên phát thanh, truyền hình, báo mạng hay tổ chức các sự kiện giao lưu, ra mắt sách trực tiếp. Truyền thông xuất bản số sẽ khiến người làm truyền thông phải được đào tạo và đào tạo lại để tạo dựng nên hiệu ứng tốt cho xuất bản phẩm, đồng thời xây dựng thương hiệu cho đơn vị từ những hoạt động như viết content, sử dụng truyền thông mạng xã hội, tự quay và dựng clip quảng bá sách, xử lý khủng hoảng truyền thông mạng...



Ảnh: Tư liệu

Thay đổi phương thức dạy và học trong lĩnh vực xuất bản

Nội dung Kết luận số 19/TB-TW ngày 29/12/2016 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về việc tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 42 của Ban Bí thư khóa IX về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản, đó là: Có kế hoạch cụ thể về đào tạo và tái đào tạo nguồn nhân lực cũng như hoạch định về nhu cầu đầu tư cho đào tạo nhân lực của toàn ngành theo hướng chính quy, hiện đại, đạt trình độ tiên tiến của khu vực; đổi mới chương trình đào tạo để đáp ứng yêu cầu mới; tăng cường hạ tầng, thiết bị và chất lượng và đội ngũ giảng viên ở các cơ sở đào tạo; tăng cường hợp tác giữa cơ

quan quản lý, cơ sở đào tạo và các đơn vị trong ngành xuất bản.

Muốn công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ biên tập, xuất bản đạt hiệu quả cần sự nỗ lực chung tay của toàn ngành và các cơ sở đào tạo. Có thể tham khảo một số phương án sau:

Thứ nhất, cần đầu tư nguồn lực để đẩy mạnh đào tạo chuyên ngành xuất bản điện tử, nếu không ngành xuất bản sẽ lỡ nhịp và tạo khoảng cách ngày càng xa với xuất bản thế giới. Đối với vấn đề chuyển đổi số trong hoạt động xuất bản hiện nay đầu tư về cơ sở vật chất hiện đại, đáp ứng xu hướng xuất bản điện tử trong các nhà xuất bản nhìn chung còn hạn chế. Mặc dù đã 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 triển khai chậm, kết quả chưa rõ nét. Mặt khác, mảng sách điện tử mới chỉ phát triển mạnh ở thị trường sách nói và một số nhà xuất bản khối đại học xuất bản, phát hành xuất bản phẩm điện tử chưa thực sự có bước tiến mạnh về doanh thu. Tuy vậy, đào tạo nhân lực cho xuất bản điện tử đòi hỏi sự đồng tâm hiệp lực từ nhiều phía, huy động sự quan tâm của toàn ngành chứ không đơn thuần chỉ là nhiệm vụ của cơ sở đào tạo. Trước hết là sự đóng góp của các chuyên gia, những người có kinh nghiệm thực tiễn về xuất bản điện tử, ngoài ra còn là sự phối hợp giữa cơ sở đào tạo và các đơn vị xuất bản về nhân lực, về trang thiết bị kỹ thuật, công nghệ... để tạo dựng môi trường học tập sát thực tiễn, đáp ứng nhu cầu của nhà tuyển dụng. Công nghệ có thể thay đổi, thậm chí bị thay thế một cách nhanh chóng và dễ dàng, đó chỉ là phương tiện giúp con người hiện thực hóa những kiến tạo. Đối với ngành xuất bản Việt Nam, trí tuệ và bản lĩnh nghề nghiệp của người biên tập cùng với việc nắm bắt công nghệ sẽ là chìa khóa để có những xuất bản phẩm có chất lượng, tiến tới ngành công nghiệp xuất bản phát triển mạnh trong tương lai.

Thứ hai, đầu tư cơ sở vật chất hơn nữa, tạo hệ thống công nghệ học tập đủ hiện đại để người dạy và người học được tiếp cận với giáo dục 4.0. Nếu không được trang bị các phần mềm đồng bộ và internet phủ rộng sẽ rất khó để triển khai các phương pháp mới. Thời gian ở lớp được dành để khám phá các chủ đề sâu hơn. Những video giáo dục trực tuyến được thiết kế để truyền tải nội dung tập trung vào lý thuyết. Điều đặc biệt là nội dung của lớp học đảo ngược có thể xây dựng khác nhau, thậm chí sử dụng nội dung của các đơn vị xuất bản ngoài trường học cho cả khung lý thuyết và thực hành. Sẽ không là xa vời khi nhờ có các video bài giảng và sự giúp sức của phần mềm quản lý, học viên có thể học tập không chỉ từ các giảng viên mà còn từ các chuyên gia xuất bản một cách chủ động. Và cũng nếu không có sự đầu tư các phần mềm ebook mới hơn, học viên sẽ khó để thành thạo với công việc làm ebook khi ra trường.

Thứ ba, tăng cường gắn kết giữa nhà trường và các đơn vị xuất bản để đào tạo thực tiễn cho người học. Để người học chủ động biến khối kiến thức đã được học thành hoạt động cụ thể thì cần được đưa đến các nhà xuất bản, các đơn vị xuất bản tư nhân.... Đây là mô hình đổi mới đào tạo rất hay và đã được các cơ sở đào tạo áp dụng bằng các hình thức ký kết hợp tác với các đơn vị xuất bản, tuy nhiên chưa được nhân rộng vì nhiều yếu tố khách quan. Sinh viên thực hành nghề chủ yếu vẫn chỉ ở trên lớp. Một trong những cái đích của đổi mới phương pháp giảng dạy chính là biến người học thành trung tâm, sinh viên chủ động với việc học tập. Đào tạo biên tập - xuất bản là đào tạo nghề với những công việc gắn bó trực tiếp với thực tiễn. Nếu như không thể áp dụng lượng kiến thức đã học ở nhà trường vào thực tiễn thì đó không thể là một phương thức giáo dục thành công. Sinh viên ra trường sẽ bứt bỡ ngỡ vì sát cánh bên họ suốt bốn năm đại học là những người thầy biết làm nghề và truyền lửa làm nghề, biết chia sẻ với học trò bằng chính kinh nghiệm thực tế của mình trong một loại hình nghề nghiệp không thể thiếu thực tiễn và vốn sống.

Thứ tư, chú trọng đầu tư cho đội ngũ giảng viên để thay đổi phương pháp giảng dạy, đưa người học tiến tới đáp ứng được nhu cầu của nhà tuyển dụng và xã hội. Trước hết, để thay đổi phương pháp giảng dạy, giảng viên dạy xuất bản phải có thực tiễn. Từ đó, người dạy mới đưa các lý thuyết song hành với các thao tác nghiệp vụ cụ thể. Có thể giảng viên xuất bản được tuyển chọn phải có một quá trình làm nghề nhất định, có uy tín và được thừa nhận. Tuy vậy, trong nhà trường, với những yêu cầu về tri thức khoa học, bằng cấp, việc học lên cao hơn sẽ là một yêu cầu, một thách thức không đơn giản với những người đã quen với môi trường tác nghiệp cụ thể. Giảng viên phải được tăng cường điều kiện và tạo dựng cơ chế để được đi thực tế tại các đơn vị xuất bản. Với những giảng viên đã đi thực tế thì có thể rút ngắn thời hạn các đợt thực tế kế tiếp, đủ để giảng viên cập nhật các kỹ năng mới và bổ sung thao tác nghề.

Thứ năm, cần phải đào tạo dưới góc độ xuyên ngành để biên tập viên thực hiện được đa dạng các nhiệm vụ mà giai đoạn mới đòi hỏi. Lấy ví dụ đơn giản, người học phải sử dụng các lý thuyết về truyền thông mới, quan hệ công chúng, quảng cáo cùng lý thuyết xuất bản học để tổ chức một dự án ra mắt sách mới. Các phương thức marketing truyền thống, truyền thông tiếp thị tích hợp, thậm chí affiliate đều cần được cập nhật.

Hoạt động xuất bản Việt Nam trong những năm gần đây có nhiều sự thay đổi theo hướng tích cực. Cùng với sự phát triển của ngành, sự nghiệp đào tạo cán bộ xuất bản cũng không ngừng đổi mới. Đội ngũ cán bộ biên tập nước ta tăng nhanh, 100% số biên tập viên có trình độ đại học trở lên, tuy nhiên vấn đề cán bộ xuất bản vẫn còn nhiều bất cập. Cơ chế thị trường đòi hỏi cần trang bị thêm nhiều kiến thức về thị trường, pháp luật, bản quyền, truyền thông... Công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ ngành xuất bản cần phải đáp ứng được cả hai nhiệm vụ văn hóa và kinh tế trước những thay đổi của tình hình mới là một bài toán khó đối với các cơ sở giáo dục.

Hoạt động xuất bản từ khi ra đời đã lưu trữ, truyền bá cho nhân loại vô vàn xuất bản phẩm chứa đựng tri thức. Xuất bản truyền thống đã thực hiện trọn vẹn chức năng của mình trong một khoảng thời gian rất dài cho đến nay. Trước những thay đổi của cách mạng khoa học công nghệ 4.0, của internet kết nối vạn vật, của trí tuệ nhân tạo AI... những người làm xuất bản cần phải có biến chuyển để không bị lỗi nhịp. Như vậy, công tác đào tạo, bồi dưỡng những người đã, đang và sẽ làm việc trong ngành xuất bản cũng phải thay đổi. Vấn đề đang đặt ra của hoạt động xuất bản ngày nay khiến cho việc đào tạo cũng phải có những thích ứng để đáp ứng nhu cầu của ngành. Nếu như không có sự chuyển biến của người dạy và người học xuất bản thì trong tương lai sẽ khó cung cấp được nguồn nhân lực chất lượng mà ngành và xã hội đòi hỏi.

TS Vũ Thị Ngọc Thùy

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Bí thư - Chỉ thị số 42 - CT/TW về *nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản ngày 25 tháng 8 năm 2004.*
2. Ban Bí thư - Thông báo số 19 - TB/TW ngày 29/12/2016 về *việc tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 42 của Ban Bí thư khóa IX về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản.*
3. Trần Văn Hải, *Lý luận nghiệp vụ xuất bản*, Nxb Văn hóa Thông tin, 2007.
4. Báo Đại biểu nhân dân, số 56, ngày 25-2-2016.
5. Vũ Trọng Đại, *Kỷ yếu hội thảo Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ biên tập, xuất bản trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0*, 10/2018.
6. Harari, *Homodeus - Lược sử tương lai*, Nxb Thế giới, 2018.

Link bài viết: <https://nguoiambao.vn/public/xuat-ban-dien-tu-va-dao-tao-nhan-luc-xuat-ban-dien-tu-trong-giai-doan-hien-nay>