

Vận dụng tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” của Chủ tịch Hồ Chí Minh để phát triển ngành công nghiệp xuất bản Việt Nam theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp trong bối cảnh hiện nay

TS. HÀ VĂN HẬU

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: havanhau2008@gmail.com

Nhận ngày 5 tháng 2 năm 2025; chấp nhận đăng tháng 3 năm 2025.

Tóm tắt: Tư tưởng Hồ Chí Minh là một vấn đề vô cùng rộng lớn, cần được nghiên cứu làm sáng tỏ và vận dụng sáng tạo, hiệu quả trong thực tế. Bài viết này làm rõ thêm tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” của Người, từ đó vận dụng sáng tạo để phát triển ngành công nghiệp xuất bản Việt Nam theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: tư tưởng Hồ Chí Minh; dĩ bất biến; ứng vạn biến; xuất bản.

Abstract: Ho Chi Minh's ideology is an extensive topic that requires thorough research and innovative as well as effective application in practice. This article further examines his principle of “firm in objectives, flexible in strategies and tactics” and explores its creative application in modernizing and professionalizing Vietnam's publishing industry in the current context.

Keywords: Ho Chi Minh's thought; firm in objectives; flexible in strategies and tactics; publishing.

1. Về tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” của Chủ tịch Hồ Chí Minh

“Dĩ bất biến, ứng vạn biến” là lời Chủ tịch Hồ Chí Minh dặn cụ Huỳnh Thúc Kháng (người được cử đảm nhiệm Quyền Chủ tịch nước) vào tháng 5/1946, trước khi Bác sang Pháp, trong bối cảnh đất nước ta vừa mới giành được độc lập, song đã phải đối mặt với vô vàn khó khăn, thử thách.

“Dĩ bất biến, ứng vạn biến” nghĩa là lấy cái *bất biến* - cái không thay đổi, làm nguyên tắc để ứng phó với cái *vạn biến* - muôn sự thay đổi. Ứng phó với cái *vạn biến* nhưng không xa rời, vứt bỏ, đánh mất cái *bất biến*. *Dĩ bất biến* là mục tiêu, nguyên tắc; *ứng vạn biến* là ứng xử linh hoạt, sáng tạo để giữ vững nguyên tắc, đạt được mục tiêu. Trong suốt hành trình lãnh đạo cách mạng, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã quán triệt và thực hiện nhất quán nguyên lý này: “Mục đích bất di bất dịch của ta vẫn là hòa bình, thống nhất, độc lập, dân chủ. Nguyên tắc của ta thì phải vững chắc, nhưng sách lược của ta thì linh hoạt”⁽¹⁾. Đây là một triết lý sâu sắc, phản ánh

tư duy biện chứng của Hồ Chí Minh.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, với nhiều cơ hội và thách thức đan xen, việc vận dụng tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” của Bác trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Đối mới đề hội nhập quốc tế, song phải đảm bảo kiên định đường lối, giữ vững mục tiêu *độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội*, với phương châm “hòa nhập nhưng không hòa tan”. Đây là tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến”, mềm dẻo, linh hoạt nhưng chủ động, sáng tạo trong chính sách, đường lối, góp phần vào công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước trong thời đại mới: “là nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập quốc tế, vận hành đầy đủ, đồng bộ theo các quy luật của kinh tế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, do Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo; bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước”⁽²⁾.

Tư tưởng “*Dĩ bất biến, ứng vạn biến*” của Chủ tịch Hồ Chí Minh có thể vận dụng trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có lĩnh vực xuất bản. Theo đó, có những nội dung, nguyên tắc của ngành xuất bản phải tuyệt đối giữ vững, kiên định và đảm bảo nhất quán, song cũng có những nội dung, vấn đề cần được vận dụng linh hoạt, sáng tạo để phù hợp với thực tế; với phương châm kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, giữa dân tộc và thời đại nhằm góp phần phát triển ngành xuất bản theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp ngang tầm và bắt kịp với xuất bản khu vực và thế giới.

2. Vận dụng tư tưởng “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” của Chủ tịch Hồ Chí Minh vào quá trình xây dựng và phát triển ngành xuất bản Việt Nam hiện nay

2.1. Những nội dung, nhiệm vụ “bất biến” của ngành xuất bản trong tiến trình hội nhập và phát triển

Thứ nhất, đảm bảo sự xuyên suốt sứ mệnh của ngành xuất bản là định hướng công tác tư tưởng, chính trị, văn hóa. Trong dòng chảy lịch sử, nghề làm sách nay gọi là ngành xuất bản ra đời ở Việt Nam khá sớm. Trải qua nhiều thăng trầm lịch sử, bước vào thời hiện đại, ngành xuất bản đã không ngừng lớn mạnh, có nhiều đóng góp quan trọng vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Dù được phát triển hiện đại, song ngành xuất bản cần phải giữ vững vai trò là lĩnh vực tư tưởng, văn hóa 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; thực hiện tốt nhiệm vụ xây dựng nền tảng tư tưởng, nâng cao dân trí, đào tạo nhân lực, bồi dưỡng nhân tài, xây dựng cộng đồng học tập, góp phần phát triển đất nước. Đây chính là sứ mệnh, nguyên tắc “bất biến” và xuyên suốt của ngành xuất bản.

Cùng với nhiệm vụ phát triển kinh tế, ngành xuất bản vẫn phải đảm bảo vai trò tiên phong trên mặt trận văn hóa, tư tưởng, làm tốt chức năng tuyên truyền thực hiện đường lối chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước; phát hiện và biểu dương những nhân tố mới, điển hình tiên tiến, cái hay, cái đẹp và các giá trị nhân văn; đấu tranh loại bỏ những hiện tượng tiêu cực, cái xấu, phản tiến bộ. Sứ mệnh này đã được ghi rõ trong Luật xuất bản năm 2012

(được sửa đổi, bổ sung năm 2018): “Hoạt động xuất bản thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng nhằm phổ biến, giới thiệu tri thức thuộc các lĩnh vực của đời sống xã hội, giá trị văn hóa dân tộc và tinh hoa văn hóa nhân loại, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của nhân dân, nâng cao dân trí, xây dựng đạo đức và lối sống tốt đẹp của người Việt Nam, mở rộng giao lưu văn hóa với các nước, phát triển kinh tế - xã hội, đấu tranh chống mọi tư tưởng và hành vi làm tổn hại lợi ích quốc gia, góp phần vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa”.

Với vai trò định hướng công tác tư tưởng văn hóa, hoạt động xuất bản cổ vũ toàn Đảng, toàn dân thực hiện thắng lợi đường lối đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo; bảo vệ và phát huy các giá trị tốt đẹp trong truyền thống văn hoá, con người Việt Nam. Đề cao trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ công dân, phát huy ý thức tự giác của toàn dân, xây dựng và thực hiện các chế tài, quy định, quy ước xã hội, bảo đảm công bằng về cơ hội và thụ hưởng văn hoá. Khắc phục sự chênh lệch về trình độ phát triển và đời sống văn hoá giữa các vùng, miền, các giai tầng xã hội, đặc biệt quan tâm đến vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào các dân tộc thiểu số, các khu công nghiệp,... Kiên quyết đấu tranh, loại bỏ các xuất bản phẩm có nội dung thiếu lành mạnh, chứa thông tin độc hại, xuyên tạc, phản động, ảnh hưởng xấu đến sự ổn định chính trị - xã hội, thuần phong mỹ tục của dân tộc, góp phần ngăn chặn có hiệu quả sự xuống cấp về đạo đức, lối sống; đẩy lùi tiêu cực và các tệ nạn xã hội. Hơn nữa, hoạt động xuất bản cần chủ động, tích cực hội nhập quốc tế về văn hoá, tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hoá nhân loại phù hợp với thực tiễn Việt Nam.

Đặc biệt, trong bối cảnh tình hình khu vực và thế giới đang có những diễn biến phức tạp và khó lường, các thế lực thù địch đang ra sức chống phá sự nghiệp cách mạng của Đảng, Nhà nước và nhân dân ta trên mọi phương diện: tư tưởng, văn hóa, kinh tế, xã hội, quốc phòng - an ninh; xuyên tạc và phủ nhận các giá trị của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chống phá nền tảng tư tưởng và phủ nhận vai trò lãnh đạo của Đảng ta, nhiệm

vụ của ngành xuất bản lại càng nặng nề, quan trọng và cấp thiết hơn.

Thứ hai, xây dựng và thúc đẩy sự phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng. Văn hóa đọc có vai trò đặc biệt quan trọng trong đời sống xã hội. Nó góp phần phát triển toàn diện nhân cách văn hóa con người, quyết định đến chiến lược phát triển con người, sự phát triển, thịnh vượng của mỗi quốc gia, dân tộc. Ở nước ta, trong mấy chục năm qua, văn hóa đọc đã có những bước phát triển vượt bậc, số lượng đầu sách tăng nhanh, hệ thống thư viện phát triển mạnh mẽ, nhu cầu và tỷ lệ người đọc tăng mạnh. Điều này minh chứng cho nhu cầu đọc của cộng đồng phát triển, trình độ dân trí ngày càng cao.

Ngành xuất bản Việt Nam có nhiệm vụ quan trọng là tiếp tục lan tỏa những giá trị tốt đẹp trong cộng đồng, xã hội; tham gia phát triển văn hóa đọc, khơi dậy tinh thần ham đọc sách, coi trọng tri thức văn hóa; khích lệ tinh thần tự học, nỗ lực vươn lên và khát vọng cống hiến. Xây dựng và thúc đẩy phát triển của văn hóa đọc trong cộng đồng là nhiệm vụ quan trọng, nặng nề, đồng thời là nhiệm vụ “bất biến” của ngành xuất bản trong bối cảnh bùng nổ thông tin như hiện nay. Phát triển ngành công nghiệp xuất bản theo hướng “tinh gọn, chất lượng, hiệu quả”, một nền xuất bản hướng đến bạn đọc và vì sự phát triển của quốc gia, dân tộc.

Thứ ba, đảm bảo tôn chỉ, mục đích của các đơn vị xuất bản, phát hành.

Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc nhiều khóa đều rất quan tâm, chỉ đạo và định hướng về công tác xuất bản: “Khắc phục xu hướng thương mại hóa, xa rời tôn chỉ, mục đích trong hoạt động báo chí, xuất bản, ...”; “Làm tốt công tác lãnh đạo, quản lý báo chí, xuất bản. Các cơ quan truyền thông phải thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích, đối tượng phục vụ, nâng cao tính tư tưởng, nhân văn và khoa học, đề cao trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ công dân, góp phần xây dựng văn hóa con người Việt Nam”⁽³⁾.

Trong nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa, xuất bản là một trong những hoạt động kinh doanh khá đặc thù trong lĩnh vực văn hóa tư tưởng, vận hành và phát triển theo các quy luật phát triển của nền kinh tế. Tuy nhiên, trong quá trình

hoạt động, các đơn vị xuất bản cần đảm bảo đúng tôn chỉ, mục đích của mình, không vi phạm những nội dung và hành vi bị cấm trong hoạt động xuất bản.

Thứ tư, coi trọng công tác xây dựng và phát triển nguồn nhân lực ngành xuất bản.

Trong xu thế toàn cầu hóa, hội nhập, các quốc gia đều rất chú trọng tới việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực. xuất bản là ngành đặc biệt quan trọng trong công tác tư tưởng, văn hóa; góp phần tích cực vào thực hiện tốt nhiệm vụ truyền bá tri thức văn hóa, nâng cao dân trí, xây dựng và phát huy nền tảng tư tưởng, đạo đức con người Việt Nam. Do đó, công tác xây dựng và phát triển nhân lực ngành xuất bản cần phải được coi trọng hàng đầu để phát triển ngành công nghiệp xuất bản bắt kịp với xu thế của thế giới.

Bên cạnh những phẩm chất, năng lực chung của nguồn nhân lực, người làm xuất bản cần am hiểu và chấp hành nghiêm chỉnh đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, nắm vững sứ mệnh của ngành xuất bản, hiểu và thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích của đơn vị xuất bản... Đặc biệt, người làm xuất bản, nhất là đội ngũ lãnh đạo, quản lý và biên tập viên cần có bản lĩnh chính trị vững vàng, không hoang mang, dao động, ảnh hưởng bởi những luận điệu sai trái, luôn có ý thức đấu tranh quyết liệt với những luận điệu sai trái, những biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ; có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp trong sáng, khách quan, công tâm, trung thực; thận trọng, tỉ mỉ trong công việc, luôn cố gắng quyết tâm cao, tạo ra những xuất bản phẩm có chất lượng tốt, đáp ứng nhu cầu xã hội.

Bên cạnh đó, Nhà nước cần quan tâm tới công tác giáo dục chính trị, tư tưởng đạo đức đối với đội ngũ những người làm xuất bản. Đây được coi là một trong nội dung, nhiệm vụ, nguyên tắc có tính “bất biến” của ngành xuất bản Việt Nam, trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thứ năm, đảm bảo sự trong sáng của tiếng Việt trong quá trình tác nghiệp xuất bản.

Tiếng Việt là ngôn ngữ quốc gia của Việt Nam, có lịch sử lâu đời, ra đời và phát triển, đồng hành với dân tộc ta. Giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt

là bảo vệ tiếng Việt, bảo vệ ngôn ngữ của quốc gia và chính là bảo vệ tiếng nói của dân tộc, bảo vệ đất nước. Chủ tịch Hồ Chí Minh từng khẳng định: “Tiếng nói là thứ của cải vô cùng lâu đời và vô cùng quý báu của dân tộc. Chúng ta phải giữ gìn nó, quý trọng nó, làm cho nó phổ biến ngày càng rộng khắp. Của mình có mà không dùng, lại đi mượn của nước ngoài, đó chẳng phải là đầu óc quen ỷ lại hay sao?”⁽⁴⁾. Vì thế, giữ gìn sự trong sáng của tiếng là nghĩa vụ, trách nhiệm của cả cộng đồng, trong đó có nghĩa vụ, trách nhiệm của ngành xuất bản.

Sự trong sáng của tiếng Việt được biểu hiện ở nhiều phương diện khác nhau, như nói, viết phải đúng chuẩn mực, đúng quy tắc ngữ pháp của tiếng Việt; không chấp nhận sự vay mượn một cách tùy tiện những yếu tố của các ngôn ngữ khác. Sự trong sáng của tiếng Việt còn thể hiện ở tính văn hóa và lịch sự của từng lời nói. Giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt chính là giữ gìn và bảo tồn giá trị văn hóa dân tộc, bảo vệ hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người Việt Nam. Hơn ai hết, biên tập viên xuất bản là những người góp phần gọt giũa, chuẩn hóa, đảm bảo cho tiếng Việt trong sáng, chuẩn mực, nâng tầm giá trị cho xuất bản phẩm. Giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt trong hoạt động xuất bản là việc thực sự có ý nghĩa quan trọng trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng như hiện nay; là một trong những nội dung, nhiệm vụ, nguyên tắc “bất biến” theo triết lý, tư tưởng Hồ Chí Minh.

2.2. Những nội dung, cách thức có thể “ứng vận biến” của hoạt động xuất bản

Thứ nhất, không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động xuất bản, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong giai đoạn mới. Đảng ta xác định: “xuất bản là lĩnh vực hoạt động tư tưởng sắc bén của Đảng, Nhà nước và Nhân dân, là bộ phận quan trọng của nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc⁽⁵⁾. Do đó, hoạt động xuất bản phải coi trọng phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng, đáp ứng nhu cầu đọc của xã hội, đồng thời thực hiện tốt nhiệm vụ kinh doanh, phát triển xuất bản là ngành kinh tế - công nghệ toàn diện, bền vững. Đổi mới hoạt động xuất bản để kịp thời thích ứng, chuyển đổi lựa chọn cách thức, mô hình hoạt động phù hợp với cơ

chế kinh tế thị trường, kinh tế xuất bản phải trở thành kinh tế - công nghệ hiện đại, là một bộ phận trong nền kinh tế thị trường.

Để hiện thực hóa được định hướng trên, trên cơ sở điều kiện thực tiễn, những người làm công tác xuất bản cần chủ động đề xuất với Đảng và Nhà nước hoàn thiện thể chế, kịp thời xây dựng tầm nhìn và định hướng, đổi mới bộ máy và công tác cán bộ, đổi mới phương thức hoạt động và quản trị của các đơn vị xuất bản; có chính sách thu hút đầu tư cho ngành xuất bản; triển khai nhiệm vụ phát triển văn hóa đọc và chuyển đổi số, tiến tới xây dựng ngành xuất bản thành ngành kinh tế - công nghệ phát triển toàn diện và bền vững, ngang tầm với khu vực và thế giới.

Thứ hai, đa dạng hóa nội dung và loại hình xuất bản phẩm. xuất bản luôn hướng tới sự đa dạng hóa nội dung, ngoài các nội dung truyền thống, xuất bản luôn kịp thời phản ánh, lan tỏa những tri thức mới của nhân loại, cung cấp, chia sẻ thông tin góp phần đáp ứng nhu cầu bạn đọc và góp phát triển đất nước,...

Cùng với sự phát triển của khoa học, công nghệ, nhu cầu bạn đọc hiện đại cũng thay đổi. Ngành xuất bản cần nhanh chóng thay đổi, thích ứng để đáp ứng nhu cầu thực tiễn. Bên cạnh việc xuất bản các ấn phẩm truyền thống (sách giấy), ngành xuất bản đã tích cực ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số để kịp thời xuất bản, phát hành các ấn phẩm hiện đại như sách điện tử (ebook), sách nói, sách áp dụng trí tuệ nhân tạo, .. trên các nền tảng số, phần mềm hỗ trợ đọc sách rất tiện ích. Bạn đọc có thể đọc sách ở mọi nơi, mọi lúc với các trải nghiệm đa dạng, thú vị.

Thứ ba, đa dạng hóa hình thức truyền thông, tiếp cận bạn đọc. xuất bản phẩm là một dạng hàng hóa, chịu ảnh hưởng của quy luật thị trường, bởi thế công tác truyền thông, quảng bá, giới thiệu sản phẩm có vai trò rất quan trọng. Hiện nay, công tác truyền thông, quảng bá, giới thiệu xuất bản phẩm được ngành xuất bản thực hiện khá sáng tạo, tạo sự lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội. Trước đây, bạn đọc tiếp cận xuất bản phẩm chủ yếu qua kênh truyền thống, như: tổ chức trực tiếp chia sẻ, giao lưu, ra mắt sách, các hoạt động nhân Ngày Sách và văn hóa

Việt Nam, hội chợ triển lãm, giới thiệu, quảng bá sách qua các hình thức đăng báo giấy, tờ rơi, áp phích, truyền hình, đài phát thanh hoặc đến trực tiếp các nhà sách, hiệu sách, thư viện. Ngày nay, ngoài cách thức truyền thống, bạn đọc được tiếp cận với xuất bản phẩm một cách nhanh chóng, tiện lợi hơn, như: qua Internet, trang thông tin điện tử, mạng xã hội, các ứng dụng phần mềm, các nền tảng công nghệ số, sàn giao dịch, kết hợp với các mô hình như đường sách, phố sách, phát triển hệ thống thư viện, tủ sách dòng họ, gia đình, .. từ đó tạo ra bước ngoặt về tốc độ, gia tăng khả năng chia sẻ và tương tác với bạn đọc.

Các trang thông tin điện tử (website), các kênh giới thiệu và bán sách trực tuyến (online) như: Amazon, ebook365, Facebook, Youtube, TikTok, đăng trên website, được khai thác hiệu quả. Ngoài ra, dưới hình ảnh mỗi cuốn sách đều có phần tương tác, cho phép người đọc đưa ra bình luận, đánh giá đối với mỗi xuất bản phẩm. Đây là một trong những kênh để các đơn vị xuất bản nắm bắt được nhu cầu của bạn đọc, trên cơ sở đó chú trọng hoạt động truyền thông tác giả - tác phẩm. Các sự kiện được tổ chức kết hợp giữa hình thức trực tiếp và trực tuyến (offline và online), giúp thông tin về hoạt động xuất bản, xuất bản phẩm phong phú hơn và độ bao phủ rộng hơn.

Với sự đa dạng của các phương thức truyền thông, hoạt động xuất bản, xuất bản phẩm được truyền thông, quảng bá, giới thiệu ngày một chuyên nghiệp và hiệu quả hơn, góp phần đẩy nhanh tốc độ tiếp cận sách cũng như cung cấp thêm sự lựa chọn và trải nghiệm cho độc giả. Các hoạt động này không chỉ có giá trị thúc đẩy thương mại, mà còn là cơ hội tôn vinh sách, tôn vinh sự sáng tạo đồng thời lan tỏa, phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng.

Thứ tư, đổi mới công tác quản trị; đa dạng hóa công tác biên tập gắn với ứng dụng công nghệ mới. Trước sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ, trí tuệ nhân tạo và xu thế xuất bản thế giới, các đơn vị xuất bản phải thay đổi hệ thống tổ chức, quản lý và cơ chế, cách thức hoạt động của mình để phát triển, tương thích với các hoạt động xuất bản dựa trên các nền tảng tích hợp, giao thoa công nghệ hiện đại và môi trường số. Để đáp ứng yêu

cầu phát triển, nhu cầu đa dạng của bạn đọc, các đơn vị xuất bản cần không ngừng nâng cao chất lượng xuất bản, năng động, sáng tạo hơn để đáp ứng tốt hơn yêu cầu xã hội.

Đồng thời, Nhà nước cần thường xuyên bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, tính chuyên nghiệp, năng lực ngoại ngữ và khoa học - công nghệ cần thiết cho đội ngũ biên tập viên xuất bản, giúp họ tiếp cận và ứng dụng công nghệ mới trong hoạt động quản lý, chuyên môn, nhanh chóng thích ứng với phương thức xuất bản mới, sử dụng kênh truyền thông đa phương tiện, công nghệ quản lý, quản trị nhà xuất bản, quản trị mạng lưới giới thiệu và bán hàng,... Đặc biệt, biên tập viên cần có khả năng chọn lọc, tổng hợp, *phân tích và xử lý trước những nguồn thông tin chưa được kiểm chứng trong điều kiện bùng nổ thông tin* như hiện nay.

Bên cạnh đó, các đơn vị xuất bản cần tích cực đổi mới về công tác biên tập, ngoài hình thức truyền thông trực tiếp trên giấy, biên tập viên cần vận dụng công nghệ biên tập theo hướng hiện đại như biên tập trên máy tính, làm việc trực tuyến với sự ứng dụng công nghệ.

Thứ năm, vận dụng “ứng vận biến” trong công tác đào tạo nguồn nhân lực ngành xuất bản. Để cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao, trong công tác đào tạo chúng ta cần kịp thời đổi mới chương trình đào tạo, cải tiến cách thức đào tạo, phương pháp dạy học,... gắn với nhu cầu thực tiễn xã hội và xu thế phát triển của xuất bản thế giới.

Chương trình đào tạo cần được thiết kế theo hướng phát triển năng lực người học, giảm tải lý thuyết, tăng cường hệ thống tri thức vận dụng thực tế, thực hành, đặc biệt hướng tới phát triển tư duy sáng tạo của người học; đảm bảo sự tương thích giữa chương trình đào tạo với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo. Đặc biệt, cần *tích hợp đầy đủ các kiến thức, kỹ năng, thái độ liên quan đến vận dụng công nghệ mới, chuyển đổi số, xuất điện tử, xử lý dữ liệu, nội dung xuất bản, tiếp cận và tương tác với bạn đọc hiện đại, trên môi trường mạng, nền tảng số,...* Đồng thời cần chú ý *tăng cường kiến thức về truyền thông, quan hệ công chúng, kinh doanh, phát hành xuất bản phẩm trên các nền*

tàng, công nghệ, sàn thương mại điện tử,... để nguồn nhân lực ngành xuất bản được đào tạo, phát triển kiến thức, kỹ năng toàn diện về chuyên môn. Tuy nhiên, khi xây dựng chương trình đào tạo cần chú ý cân đối tỷ lệ thời lượng giữa các khối kiến thức để đảm bảo phù hợp, khoa học và khả thi.

Phương pháp dạy và học truyền thống thường tạo ra sự thụ động ở người học, nặng về lý thuyết, nhẹ về kỹ năng thực hành. Do đó, chất lượng nguồn nhân lực sau đào tạo bộc lộ rõ một số bất cập. Năng lực vận dụng vào thực tế của người học còn hạn chế nhất định, hoặc muốn làm việc được người học phải qua một quá trình “đào tạo lại”, tăng cường tự bồi dưỡng để đủ kiến thức, năng lực đáp ứng yêu cầu công việc. Vì thế, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực ngành xuất bản cần chú trọng đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng chuyển mạnh quá trình giáo dục từ chủ yếu trang bị kiến thức sang phát triển toàn diện năng lực, phẩm chất của người học. Tăng cường giảng dạy theo hướng giải quyết vấn đề, cùng trao đổi và hệ thống kiến thức; giảm tải thuyết giảng, truyền thụ kiến thức một chiều, tăng cường sự tương tác hai chiều giữa người dạy và người học, nhằm phát triển năng lực người học một cách tốt nhất.

Thứ sáu, hiện đại hóa tiếng Việt trong công tác xuất bản. Trong quá trình tác nghiệp xuất bản, nhất là công tác biên tập xuất bản, một mặt cần đảm bảo sử dụng và giữ gìn sự trong sáng, chuẩn mực của tiếng Việt, nội dung “dĩ bất biến”, mặt khác cần phải không ngừng hiện đại hóa tiếng Việt, làm cho tiếng Việt phong phú hơn - “ứng vạn biến”, nhằm đáp ứng nhu cầu giao tiếp ngày càng đa dạng của xã hội.

Vận dụng sáng tạo tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh để phát triển báo chí, xuất bản trong bối cảnh hội nhập. Đó là việc bắt nhịp với xu thế phát triển của báo chí, truyền thông, xuất bản thế giới, trong đó có việc hiện đại hóa phương tiện ngôn ngữ. Người cho rằng “có những chữ ta không có sẵn và khó dịch đúng, thì cần phải mượn chữ nước ngoài”. Song, “vay mượn phải có chừng mực”, “chỉ nên mượn khi thật cần thiết”⁽⁶⁾. Hiện đại hóa tiếng Việt, song vẫn phải đảm bảo giữ gìn được sự trong sáng, giữ được hồn cốt của tiếng Việt, làm cho tiếng Việt luôn phát triển, xứng đáng với vị trí tiếng nói,

ngôn ngữ quốc gia, đáp ứng nhu cầu giao tiếp. Do đó, mỗi biên tập viên cần nâng cao năng lực và trách nhiệm sử dụng tiếng Việt, thực hiện tốt công tác biên tập xuất bản, góp phần tạo ra các xuất bản phẩm có giá trị, đáp ứng tốt nhất nhu cầu xã hội.

Đổi mới để phát triển vừa là yêu cầu, nhiệm vụ song cũng là xu thế tất yếu khách quan của ngành công nghiệp xuất bản trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay. Vận dụng sáng tạo triết lý “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” trong tư tưởng Hồ Chí Minh để phát triển ngành xuất bản theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp là việc có ý nghĩa quan trọng. Đổi mới ngành Xuất bản là một quá trình, cần có tiếp nối truyền thống và hiện đại, kết hợp hài hòa dân tộc và thời đại, gắn với thực tiễn. Cái “bất biến” là các giá trị cốt lõi như sứ mệnh định hướng công tác tư tưởng văn hóa; giữ gìn các giá trị truyền thống, tốt đẹp của dân tộc; đảm bảo tôn chỉ, mục đích của ngành xuất bản; xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người Việt Nam; duy trì và phát triển văn hóa đọc, giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt,... “Ứng vạn biến” là sự cải tiến liên tục trên cơ sở vận dụng sáng tạo khoa học kỹ thuật, công nghệ, đa dạng hóa nội dung, loại hình xuất bản, hình thức truyền thông, đổi mới công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, công tác quản trị, biên tập xuất bản gắn với quá trình hiện đại hóa tiếng Việt,... nhằm tạo ra những xuất bản phẩm tốt nhất, phát triển ngành công nghiệp xuất bản Việt Nam ngang tầm với xuất bản khu vực và thế giới./.

(1) Hồ Chí Minh (2021), *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H., T.8, tr.555.

(2) Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H., T.1, tr.128.

(3) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H., T.13, tr.456.

(4) Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H., T.13, tr. 456.

(5) Đảng Cộng sản Việt Nam, *Chỉ thị số 42-CT/TW ngày 25/8/2020 của Ban Bí thư về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản* (ĐangCongsan.vn)

(6) Hồ Chí Minh (2021), *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, H., T.13, tr.464-465.