

GIÁO TRÌNH

KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM



Tập thể tác giả:

- 1. Ths. Trần Thị Thu**
- 2. Ths. Thái Thu Hoài**
- 3. Ths. Nguyễn Kim Hương**
- 4. CN. Trần Thị Quyên**

TP.HCM - 2008

MỤC LỤC

Lời nói đầu.....	4
Chương 1: Đối tượng và phương pháp nghiên cứu môn học	6
1. Đối tượng nghiên cứu.....	6
2. Phương pháp nghiên cứu	7
Chương 2: Kinh doanh xuất bản phẩm trong hoạt động xuất bản	9
1. Tổng quan về hoạt động xuất bản	9
1.1. Khái niệm về hoạt động xuất bản.....	9
1.2. Vai trò, chức năng của hoạt động xuất bản	10
1.3. Các lĩnh vực thuộc hoạt động xuất bản.....	15
2. Kinh doanh XBP - một lĩnh vực quan trọng trong hoạt động xuất bản.....	23
2.1. Khái niệm về kinh doanh xuất bản phẩm	23
2.2. Đặc điểm của kinh doanh xuất bản phẩm	25
2.3. Chức năng vai trò của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm	31
2.4. Hệ thống kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt Nam.....	36
Chương 3: Lịch sử phát hành sách Việt Nam	39
1. Xuất bản và phát hành sách Việt Nam thời kỳ trước năm 1930	39
1.1. Dưới thời phong kiến.....	39
1.2. Từ năm 1858-1930	40
2. Xuất bản và phát hành sách Việt Nam thời kỳ 1930-1954	41
2.1. Giai đoạn 1930-1945.....	41
2.2. Giai đoạn 1945-1954: sự ra đời của ngành Phát hành sách Việt Nam ..	47
3. Ngành xuất bản và phát hành sách Việt Nam thời kỳ 1954-1975.....	49
3.1. Hoạt động xuất bản và phát hành ở miền Bắc xã hội chủ nghĩa	50
3.2. Công tác xuất bản và phát hành sách ở miền Nam	53
4. Ngành xuất bản và phát hành sách Việt Nam từ năm 1975 đến nay.....	55
4.1. Giai đoạn 1975-1986.....	55
4.2. Giai đoạn từ 1986 đến nay	59
4.3. Đánh giá.....	61
Chương 4: Thị trường xuất bản phẩm.....	63
1. Khái niệm và các giai đoạn phát triển của thị trường xuất bản phẩm	63
1.1. Khái niệm.....	63
1.2. Sơ lược các giai đoạn phát triển của thị trường xuất bản phẩm	64
2. Các nhân tố cấu thành thị trường xuất bản phẩm	68
2.1. Hàng hóa xuất bản phẩm.....	68

2.2. Cung hàng hóa xuất bản phẩm	70
2.3. Cầu hàng hóa xuất bản phẩm	76
2.4. Giá cả hàng hóa xuất bản phẩm	79
2.5. Cạnh tranh trên thị trường xuất bản phẩm	82
3. Đặc trưng thị trường xuất bản phẩm	84
3.1. Thị trường xuất bản phẩm là thị trường hàng hóa đặc thù	84
3.2. Thị trường XBP chịu tác động mạnh mẽ của các nhân tố khách quan	86
4. Phân loại thị trường xuất bản phẩm	87
4.1. Thị trường trong nước	87
4.2. Thị trường nước ngoài.....	89
Chương 5: Tổ chức hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm	91
1. Tổ chức khai thác hàng hóa xuất bản phẩm	92
1.1. Nghiên cứu thị trường	92
1.2. Nghiên cứu và phân loại xuất bản phẩm.....	99
1.3. Tổ chức khai thác hàng hóa.....	112
2. Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm.....	118
2.1. Khái niệm, vai trò, những nguyên tắc tổ chức tiêu thụ XBP.....	118
2.2. Kênh tiêu thụ	120
2.3. Phương thức tiêu thụ	130
2.4. Hình thức tiêu thụ.....	131
2.5. Xúc tiến thương mại xuất bản phẩm	133
2.6. Nghệ thuật bán hàng và tổ chức khoa học cửa hàng kinh doanh XBP ..	144
3. Tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm	149
3.1. Tổ chức tài chính doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm	149
3.2. Hạch toán kế toán.....	152
3.3. Quản trị doanh nghiệp	154
Chương 6: Quản lý nhà nước trong hoạt động kinh doanh XBP	160
1. Cơ quan quản lý nhà nước về kinh doanh xuất bản phẩm	160
2. Nội dung quản lý nhà nước về kinh doanh xuất bản phẩm.....	160
3. Công cụ quản lý	161
Tài liệu tham khảo	162
Phụ lục 1: Luật xuất bản 2004	164
Phụ lục 2: Bảng phân loại sách năm 1962	184
Phụ lục 3: Bảng phân loại sách năm 1994	186

LỜI NÓI ĐẦU

Để đáp ứng yêu cầu đào tạo cán bộ thư viện hiện đại phù hợp với tình hình mới, tập thể tác giả chúng tôi tiến hành tổ chức biên soạn giáo trình “Kinh doanh xuất bản phẩm” nhằm giới thiệu những kiến thức cơ bản, thiết yếu nhất về hoạt động xuất bản mà đặc biệt là công tác kinh doanh xuất bản phẩm. Những kiến thức này giúp cho bạn đọc hiểu thêm về thị trường xuất bản phẩm, về lịch sử phát hành sách, về các khâu nghiệp vụ kinh doanh cũng như quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt Nam.

Đối tượng phục vụ chủ yếu của giáo trình Kinh doanh xuất bản phẩm là sinh viên không chuyên về kinh doanh xuất bản phẩm có nhu cầu nghiên cứu về lĩnh vực này như sinh viên ngành thư viện thông tin, quản lý văn hoá... Ngoài ra, giáo trình cũng là tài liệu tham khảo bổ ích cho các bạn đọc có quan tâm đến vấn đề kinh doanh xuất bản phẩm và quản lý nhà nước về hoạt động xuất bản ở Việt Nam hiện nay.

Giáo trình Kinh doanh xuất bản phẩm được bố cục thành 6 chương:

Chương 1: Đối tượng và phương pháp nghiên cứu môn học

Chương 2: Kinh doanh xuất bản phẩm trong hoạt động xuất bản

Chương 3: Lịch sử Phát hành sách Việt Nam

Chương 4: Thị trường xuất bản phẩm

Chương 5: Tổ chức hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm

Chương 6: Quản lý nhà nước trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm

Với mục đích cung cấp những kiến thức tổng quan và cơ bản nhất về hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm nên nội dung của giáo trình được các tác giả trình bày một cách khái quát, ngắn gọn, tập trung, không tiến hành đi sâu các khía cạnh phức tạp, điều này sẽ phù hợp với một giáo trình đại cương. Trên cơ sở tiếp cận và kế thừa có chọn lọc các nguồn tài liệu phong phú, giáo trình đã chuyển tải các vấn đề về lý luận cơ bản kết hợp với việc bổ sung những kiến thức thực tiễn được tích lũy qua quá trình tìm hiểu và xâm nhập thị trường.

Hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm luôn biến đổi không ngừng, đặc biệt là trong nền kinh tế thị trường và trong xu thế hội nhập hiện nay. Tập thể tác giả đã nỗ lực để chuyển tải hết tất cả mọi khía cạnh của ngành nghề nhưng chắc chắn giáo trình sẽ không thể tránh được những thiếu sót nhất định. Tập thể tác giả mong nhận được sự đóng góp chân thành của các đồng nghiệp và bạn đọc để giáo trình được hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn.

Tập thể tác giả

TaiLieu.vn

CHƯƠNG 1:

ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

1. Đối tượng nghiên cứu:

Kinh doanh xuất bản phẩm là hoạt động thương mại đặc thù, vừa là một hoạt động kinh tế, vừa là hoạt động trên lĩnh vực văn hoá tư tưởng. Trong hoạt động xuất bản, kinh doanh xuất bản phẩm giữ vai trò đặc biệt quan trọng, là cầu nối giữa nhà xuất bản với người đọc.

Đối tượng nghiên cứu của kinh doanh xuất bản phẩm là quá trình tổ chức, lưu thông buôn bán các xuất bản phẩm trên thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng, phong phú của khách hàng về xuất bản phẩm đồng thời cũng thực hiện các mục tiêu về kinh tế và xã hội.

Kinh doanh xuất bản phẩm là một ngành khoa học kinh tế nên cơ sở lý luận và phương pháp luận của nó cũng phải dựa trên những lý luận của các học thuyết kinh tế, kinh tế thị trường.

Đối tượng nghiên cứu của kinh doanh xuất bản phẩm là các quan hệ kinh tế. Cụ thể, nó nghiên cứu sự hình thành, cơ chế vận động, quy luật và xu hướng phát triển của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt Nam. Từ đó xây dựng cơ sở khoa học cho việc tổ chức quản lý và kích thích sự phát triển hoạt động xuất bản sách phục vụ cho sự nghiệp văn hóa tư tưởng và phát triển đất nước.

Nghiên cứu kinh tế nói chung và kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng là nghiên cứu các vấn đề lý luận các vấn đề đặt ra trong thực tiễn và trở lại phục vụ cho việc giải quyết các vấn đề trong thực tiễn.

Là một môn học thuộc lĩnh vực kinh tế, nên môn học Kinh doanh xuất bản phẩm có quan hệ chặt chẽ với các môn khoa học khác như: Kinh tế chính trị, Quản trị doanh nghiệp, Tài chính tiền tệ, Kế toán, Marketing, Kinh tế học...

Là một môn kinh tế đặc thù, kết quả đạt được của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm không chỉ là tiền lãi thu được mà còn là ý nghĩa xã hội do hoạt động này mang lại. Vì thế, đối tượng nghiên cứu của nó còn được xem xét trên cơ sở ý nghĩa xã hội sâu sắc.

Có thể nói, đối tượng nghiên cứu của môn học Kinh doanh xuất bản phẩm rất phong phú và đa dạng, từ cơ sở lý luận kinh tế học đến quy trình công nghệ, lịch sử quá trình hình thành và phát triển cũng như hệ thống các kênh phân phối xuất bản phẩm... Tuy nhiên, nội dung cơ bản của các quy trình phát hành xuất bản phẩm được coi là đối tượng quan trọng nhất của môn học Kinh doanh xuất bản phẩm.

2. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp nghiên cứu là một hệ thống những nguyên tắc, quy luật và cách thức dùng để điều chỉnh các hoạt động nhận thức và hoạt động thực tiễn nhằm đạt tới chân lý khách quan.

Phương pháp nghiên cứu lý luận chung về kinh doanh xuất bản phẩm dựa trên phương pháp luận Mác – Lênin, là phương pháp duy vật biện chứng và phương pháp duy vật lịch sử. Đó là những quy luật, những phạm trù của phép biện chứng duy vật và những nguyên tắc của phép biện chứng logic như tính khách quan, tính toàn diện và tính lịch sử cụ thể.

Bên cạnh đó, kinh doanh xuất bản phẩm là một môn học về kinh tế, một môn học về sự lựa chọn các cách thức hoạt động phù hợp với các quy luật kinh tế, với xu hướng phát triển của thời đại nhằm đạt được hiệu quả kinh tế – xã hội tối ưu. Vì thế, cần sử dụng các phương pháp thích hợp để nghiên cứu và học tập môn học:

a. Phương pháp quan sát khoa học: nhận thức khoa học phải bắt đầu bằng sự quan sát các hiện tượng cụ thể biểu hiện các quá trình kinh tế rồi dùng các phương pháp trừu tượng hóa để tìm ra bản chất và tính quy luật của sự phát triển.

b. Phương pháp hệ thống hóa: Kinh doanh xuất bản phẩm là tổng thể các mối quan hệ kinh tế của nền kinh tế quốc dân, là một bộ phận của quá trình tái sản xuất các xuất bản phẩm cho xã hội. Vì thế cần phải có quan điểm hệ thống và toàn diện trong nghiên cứu cũng như trình bày các phạm trù của lưu thông đối ngoại trong quan hệ và tác động qua lại với sản xuất, tiêu dùng.

c. Phương pháp lịch sử – logic: quá trình hình thành và phát triển các quan hệ buôn bán luôn gắn liền với những hoàn cảnh lịch sử nhất định, do đó, phải có quan điểm lịch sử khi nghiên cứu các vấn đề của kinh doanh xuất bản phẩm. Logic là sự phản ánh quá trình phát triển của thực tiễn lịch sử vào ý thức của con người. Logic là cái tất yếu, là trật tự diễn biến, là con đường

ngắn nhất của sự phát triển lịch sử. Vì thế, cần phải kết hợp phương pháp logic và phương pháp lịch sử để nghiên cứu nguồn gốc nảy sinh, quá trình diễn biến của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm trong những khoảng không gian và thời gian với những điều kiện hoàn cảnh cụ thể.

d. Phương pháp nghiên cứu thực tiễn: các kết luận khoa học đề được rút ra từ thực tiễn, ngược lại thực tiễn lại chính là yếu tố để kiểm nghiệm và hoàn thiện các quan điểm khoa học trong hoạt động kinh tế. Đó chính là quá trình gắn lý luận với thực tiễn. Lý luận phải xuất phát từ thực tiễn và quay trở lại chỉ đạo thực tiễn. Nếu lý luận tách rời thực tiễn sẽ trở thành lý thuyết suông, nhưng nếu không có lý luận chỉ đường thì hoạt động thực tiễn sẽ sa vào mù quáng.

e. Phương pháp phân tích – tổng hợp: là phương pháp phân chia đối tượng thành những bộ phận, những vấn đề đơn giản để hiểu chúng một cách toàn diện. Kinh doanh xuất bản phẩm là một hoạt động kinh doanh phức tạp, vì thế cần phải áp dụng phương pháp phân tích để phân chia hoạt động này thành những vấn đề cụ thể hơn như: khai thác nguồn hàng, nghiên cứu nhu cầu, tổ chức tiêu thụ, quản trị doanh nghiệp, tài chính doanh nghiệp... Bên cạnh đó, cũng phải áp dụng phương pháp tổng hợp để thống nhất các bộ phận, các yếu tố đã phân tích, tìm ra mối liên hệ giữa chúng để tạo ra một hệ thống lý thuyết đầy đủ, toàn diện.

Các phương pháp trên có mối quan hệ hữu cơ với nhau trong quá trình nghiên cứu môn học Kinh doanh xuất bản phẩm, nắm vững các phương pháp này sẽ giúp người nghiên cứu nhanh chóng tiếp cận nội dung và nhận thức đầy đủ những vấn đề môn học đặt ra.

CHƯƠNG 2:

KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN

*** Mục tiêu học tập cho chương 2:**

- Giúp cho sinh viên có cái nhìn tổng quan về hoạt động xuất bản và mối quan hệ giữa xuất bản và kinh doanh xuất bản phẩm.
- Trình bày những vấn đề cơ bản của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm như khái niệm, đặc điểm, chức năng và vai trò.
- Trình bày hệ thống kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt Nam hiện nay.

*** Nội dung chương 2:**

1. Tổng quan về hoạt động xuất bản

1.1. Khái niệm về hoạt động xuất bản

Hoạt động xuất bản theo Luật xuất bản năm 2004 qui định bao gồm các lĩnh vực xuất bản, in và phát hành xuất bản phẩm (XBP). Đây là hoạt động thuộc lĩnh vực văn hoá, tư tưởng thông qua việc sản xuất, phổ biến những xuất bản phẩm đến nhiều người nhằm giới thiệu tri thức thuộc các lĩnh vực của đời sống xã hội, giá trị văn hoá dân tộc và tinh hoa văn hoá nhân loại, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của nhân dân, nâng cao dân trí, xây dựng đạo đức và đời sống tốt đẹp của người Việt Nam, mở rộng giao lưu văn hoá 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.

Như vậy, hoạt động xuất bản là hoạt động thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng thông qua việc sản xuất, phổ biến những xuất bản phẩm đến nhiều người.

Bản chất của hoạt động xuất bản là hoạt động truyền bá xã hội, hoạt động nghiên cứu sáng tác của các nhà khoa học, các nghệ sĩ tạo ra các tác phẩm (văn học nghệ thuật, khoa học kỹ thuật,...). Nó là khâu tiếp nối, nâng cao các giá trị văn hóa, nhân rộng và mang đến với đông đảo quần chúng trong xã hội.

Xuất bản vừa là hoạt động văn hóa tinh thần, vừa là một hoạt động sản xuất lưu thông. Mục đích của hoạt động xuất bản nhằm đáp ứng những nhu cầu văn hóa, tư tưởng của xã hội. Việc tổ chức sản xuất, lưu thông các XBP là phương thức, phương tiện hoạt động của sự nghiệp xuất bản.

Hoạt động xuất bản hiện nay đang có nhiều biến đổi. Sự phát triển của công nghệ tin học, kỹ thuật của thế kỷ XXI giúp rút ngắn nhiều công đoạn sản xuất ra XBP, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của xã hội một cách nhanh chóng, đa dạng với chất lượng cao hơn. Cán bộ xuất bản có thể biên tập, trình bày sách, nhân bản bằng những công nghệ hiện đại. Quá trình biên tập, nhân bản và kinh doanh XBP gắn bó hữu cơ, không thể tách rời nhau. Trong xã hội hiện đại, các khâu xuất bản có xu hướng hòa nhập với nhau, tạo nên các công ty, tổ hợp xuất bản hiện đại. Như vậy, hoạt động xuất bản là một bộ phận của hoạt động văn hóa, là một quá trình hoạt động nối tiếp, đồng bộ, hoàn chỉnh. Xuất bản bao gồm ba khâu: biên tập, in, phát hành các loại xuất bản phẩm trong xã hội.

1.2. Vai trò, chức năng của hoạt động xuất bản

1.2.1. Vai trò của hoạt động xuất bản

Ngày 03/12/2004 Quốc hội khoá XI kỳ họp thứ 6 đã thông qua Luật xuất bản và được Chủ tịch Nước ký lệnh ban hành ngày 14/12/2004, Xuất bản phẩm theo điều 4 chương 1 Luật Xuất bản năm 2004 được qui định “*Xuất bản phẩm là tác phẩm, tài liệu về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, giáo dục và đào tạo, khoa học và công nghệ, văn học, nghệ thuật được xuất bản bằng tiếng Việt, tiếng dân tộc thiểu số Việt Nam, tiếng nước ngoài và còn được thể hiện bằng hình ảnh, âm thanh trên các vật liệu, phương tiện kỹ thuật khác nhau*”.¹

Tài liệu theo qui định của Luật này bao gồm tài liệu tuyên truyền, cổ động, hướng dẫn học tập, thi hành chỉ thị nghị quyết của Đảng và pháp luật của Nhà nước; hướng dẫn kỹ thuật sản xuất; phòng chống thiên tai, dịch bệnh; kỹ yếu hội thảo.

Trong xuất bản phẩm thì sách là ấn phẩm quan trọng nhất, sách xuất hiện từ lâu đời và có những bước tiến dài. Cho dù thời đại công nghệ hiện đại hiện

¹ Luật xuất bản và các văn bản hướng dẫn thi hành, Bộ Văn hóa – thông tin, Cục Xuất bản, Hà Nội, 2006, trang 6.

nay với internet, truyền thông đa phương tiện có tiện lợi đến đâu đi chăng nữa thì sách truyền thống vẫn có vị trí xứng đáng trong văn hóa đọc của công chúng, sách vẫn là phương tiện trao đổi kiến thức thông tin cơ bản trong xã hội. Do vậy, ngành xuất bản vẫn có vai trò to lớn trong đời sống văn hóa, giáo dục, trí tuệ của bất kỳ một quốc gia nào và cả trong việc giao lưu phát triển văn hóa đối với các nước trên thế giới.

- Xét về bản chất, xuất bản là sự phối hợp nhiều hoạt động cần thiết để sản xuất ra các ấn phẩm trong đó có sách. Nhưng hoạt động chính của nhà xuất bản là việc chọn lựa và biên tập các bản thảo, lên kế hoạch và giám sát quá trình biên tập một bản thảo thành một cuốn sách, sau đó đảm bảo cho ấn phẩm sách này đến được với thị trường mà nhà xuất bản đã lập kế hoạch. Trong đó, việc tiếp cận với thị trường xuất bản phẩm và tiêu thụ được sách là khâu cuối cùng trong hoạt động xuất bản và là yếu tố quan trọng, cần thiết của hoạt động xuất bản. Xã hội ngày nay đã tạo nhiều yếu tố thuận lợi cho việc đưa sách đến với đông đảo người tiêu dùng một cách dễ dàng và nhanh chóng. Theo đó, các doanh nghiệp kinh doanh XBP cũng đưa ra nhiều hình thức kinh doanh XBP phong phú nhằm đưa sách đến tận tay người tiêu dùng.

- Về phương diện kinh tế, ở các nước có nền công nghiệp phát triển thì tổng doanh thu ngành xuất bản cũng thường ít hơn các ngành công nghiệp tiêu dùng, giải trí... nhưng về mặt văn hóa – xã hội và giáo dục, xuất bản lại là nhân tố quan trọng trong việc tạo các mối liên hệ trong những ngành công nghiệp trí tuệ, nhất là trong thế kỷ XXI này nó càng có vai trò to lớn đối với xã hội hậu công nghiệp.

Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của lĩnh vực xuất bản trên thế giới, đã hình thành các tập đoàn xuất bản lớn, liên quan đến các lĩnh vực khác như báo chí, phát thanh, truyền hình. Ở Việt Nam hiện nay, có những nhà xuất bản khá nổi tiếng cả về qui mô hoạt động, số đầu sách xuất bản hàng năm cũng như chất lượng xuất bản phẩm và lợi nhuận thu được.

1.2.2. Chức năng của hoạt động xuất bản

- *Chức năng thông tin đại chúng:*

Xuất bản thực hiện chức năng thông tin đa dạng, đa cấp lượng thông tin lớn, khả năng lưu trữ thông tin lâu bền. Xét về loại hình, xuất bản không chỉ gồm những thông tin khoa học mà các thông tin về nghệ thuật, thông tin thời

sự, chính trị, ... Về cấp độ, xuất bản không chỉ có những sách về những thông tin chuyên sâu cho những đối tượng cụ thể, xác định; mà còn có những cuốn sách phổ cập kiến thức, vừa có sách khảo cứu, nâng cao; vừa có sách bách khoa, vừa có những cuốn sách chuyên đề đi sâu vào một lĩnh vực. Có những loại xuất bản phẩm chứa đựng lượng thông tin lớn như những cuốn sách Bách khoa toàn - thư chứa đựng tất cả lượng tri thức cơ bản về các lĩnh vực khoa học.

Các xuất bản phẩm thường chuyển tải những thông tin hướng đến một đối tượng xác định trên cơ sở nắm vững được những đặc điểm, nhu cầu và trình độ của đối tượng sử dụng. Thực hiện chức năng thông tin đại chúng, hoạt động xuất bản cũng phải đảm bảo yêu cầu ấy. Việc lựa chọn đề tài, nội dung, hình thức thể hiện của XBP không chỉ dựa vào ý đồ chủ quan của cơ quan xuất bản, của cấp trên, mà điều quan trọng hơn phải dựa vào nhu cầu, trình độ bạn đọc. Có xác định được điều đó, nội dung XBP mới chuyển tải đến bạn đọc lượng thông tin lớn nhất, đạt được hiệu quả thông tin cao. *“Công tác tiếp thị, nghiên cứu lựa chọn đề tài, hoạt động biên tập bản thảo, trình bày minh họa sách chính là những công việc cụ thể nhằm đạt đến hiệu quả thông tin cao nhất trong hoạt động xuất bản sách”*².

Thực hiện chức năng thông tin đại chúng, hoạt động xuất bản và XBP trở thành phương tiện nhận thức thế giới rất cơ bản của con người. Thông qua sách, con người nhận thức được mọi hiện tượng tự nhiên, xã hội diễn ra quanh mình. Sách không chỉ cung cấp cho con người bức tranh toàn cảnh về thế giới mà còn giúp con người nhận thức được những mặt bản chất, những qui luật vận động và phát triển của tự nhiên, xã hội và tư duy. Trên cơ sở nhận thức đúng đắn những qui luật đó, con người sẽ có thái độ và hoạt động đúng đắn theo qui luật nhằm thích nghi và cải tạo thế giới.

Xuất bản thực hiện chức năng thông tin qua nhiều kênh khác nhau và tác động đến những khu vực khác nhau trong đời sống tinh thần con người, tạo nên sức mạnh tổng hợp có giá trị mạnh mẽ và lâu bền. Sách thực hiện thông tin trước hết và chủ yếu thông qua kênh chữ. Kênh chữ cho phép chuyển tải những thông tin đa dạng: vừa có thể là thông tin khoa học, vừa có thể là những thông tin nghệ thuật, thời sự - chính trị. Thế mạnh của kênh chữ là có

² Nguyên lý hoạt động biên tập xuất bản sách, Ngô Sĩ Liên (chủ biên), Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Nxb Giáo dục, 1998, Trang 33.

thể chứa đựng lượng thông tin rất lớn, thực hiện những thông tin thuộc tư duy lôgic phức tạp... Sách còn thực hiện thông tin qua kênh hình thể hiện ở các tranh ảnh minh họa, ở cách trình bày ruột sách và bìa sách, giúp cho hiệu quả thông tin của sách sẽ lớn hơn.

Chức năng giáo dục:

Xuất bản phẩm là công cụ giáo dục, là người thầy, người bạn trong suốt cuộc đời của mỗi một con người. Xuất bản phẩm giúp con người hoàn thiện, phát triển nhân cách của mình. Xuất bản phẩm mang trong mình những giá trị văn hóa tinh thần. Những giá trị đó thể hiện sự khát vọng và là công cụ để con người vươn tới cái chân - thiện - mỹ làm nhân cách con người ngày càng hoàn thiện hơn. Vì vậy, hoạt động xuất bản bao giờ cũng có chức năng giáo dục. Chức năng này biểu hiện cụ thể trên các phương diện sau:

Giáo dục tri thức khoa học là nội dung rất cơ bản của việc giáo dục bằng sách, báo. Xuất bản phẩm vừa là công cụ học tập trong nhà trường, thể hiện các bộ sách giáo khoa từ cấp tiểu học trở lên là phương tiện không thể thiếu được trong quá trình trau dồi tri thức, nâng cao trình độ tri thức của mỗi con người từ cấp độ thấp đến cấp độ cao hơn. Bên cạnh đó, sách cũng là phương tiện học tập chủ yếu ngoài nhà trường, như là người thầy để giúp con người học tập nhằm nâng cao trình độ hiểu biết, chỉ ra cho con người hướng đi để tự nghiên cứu và ứng dụng những tri thức trong cuộc sống nhằm đạt đến các thành tựu khoa học cao hơn. Xuất bản phẩm còn là người thầy trong suốt cuộc đời của mỗi con người.

Hoạt động xuất bản góp phần quan trọng vào sự nghiệp giáo dục. Đảm bảo đủ sách giáo khoa, sách tham khảo cho mỗi cấp, mỗi ngành, đưa sách học đến mọi vùng miền để giúp cho việc phát triển sự nghiệp giáo dục. Xuất bản phẩm chính là công cụ quan trọng để nâng cao trình độ dân trí trong đời sống xã hội.

Xuất bản phẩm còn là công cụ để giáo dục đạo đức, lối sống, góp phần quan trọng tạo nên một cuộc sống lành mạnh, có văn hóa, nhân bản. Ngoài việc nâng cao nhận thức, sách còn tác động đến tình cảm, tâm lý của mỗi con người thông qua hình ảnh cụ thể, các hình tượng nghệ thuật, đạo đức, lối sống, các giá trị thẩm mỹ để khích lệ con người vươn tới các giá trị chân thiện, mỹ.

Chức năng bảo tồn văn hóa dân tộc và giao lưu quốc tế:

Xuất bản ngay từ khi xuất hiện đã thực hiện chức năng bảo tồn văn hóa. Xuất bản phẩm ghi lại các tác phẩm sáng tác nghệ thuật và khoa học kỹ thuật nhằm gìn giữ những giá trị đó cho xã hội và lưu truyền từ thế hệ này đến thế hệ khác.

Hoạt động xuất bản giúp giữ gìn và phát huy truyền thống, bản sắc văn hóa dân tộc bằng nhiều cách khác nhau với nhiều góc độ khác nhau. Xuất bản giữ gìn và nhân rộng những giá trị di sản văn hóa dân tộc phục vụ cho sự tồn tại và phát triển của dân tộc. Thông qua XBP, hoạt động xuất bản sẽ làm cho thế hệ ngày nay hiểu rõ lịch sử dân tộc, hiểu và giữ gìn những truyền thống tốt đẹp của văn hóa dân tộc. Thông qua các tác phẩm cổ được xuất bản, giới thiệu những thành tựu và kinh nghiệm mà ông cha ta đã tích lũy được trong sự phát triển để thế hệ ngày nay kế thừa vào việc xây dựng cuộc sống hôm nay. Hoạt động xuất bản còn góp phần ngăn chặn mọi thủ đoạn và âm mưu đồng hóa, phá hoại nền tảng văn hóa dân tộc. Trên một đất nước nhiều anh em sinh sống, hoạt động xuất bản còn có nhiệm vụ khai thác, chắt lọc và giới thiệu truyền thống, các thành tựu và bản sắc văn hoá của tất cả các dân tộc anh em, tạo nên sức mạnh tổng hợp và sự đa dạng văn hoá của nền văn hóa dân tộc.

Trong thời đại mở cửa giao lưu kinh tế và văn hoá ngày nay, vấn đề giao lưu quốc tế là nhu cầu tất yếu của mỗi một dân tộc nói chung và văn hóa của mỗi dân tộc nói riêng. Hoạt động xuất bản đã trở thành một công cụ giao lưu văn hóa tích cực và rộng lớn. Xuất bản phẩm đã cho phép con người tiếp xúc với tất cả các nền văn hóa của các dân tộc khác nhau trên thế giới. XBP có thể giới thiệu những thành tựu, những kinh nghiệm, các tác phẩm có giá trị của tất cả các nền văn hóa thế giới có lợi cho việc phát triển nền văn hóa dân tộc. XBP cũng là phương tiện để giới thiệu những truyền thống, bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam ra thế giới làm phong phú thêm đời sống văn hóa nhân loại và tăng cường giá trị, vị thế của dân tộc ta trên trường quốc tế. Trên cơ sở phát huy truyền thống tốt đẹp và phát huy sàng lọc các giá trị văn hóa thế giới, hoạt động xuất bản giúp cho việc xây dựng nền văn hóa dân tộc tiên tiến, hiện đại, có bản sắc, chống lại mọi sự xâm hại về văn hoá. Thực tế cho thấy, quốc gia nào đánh mất bản sắc văn hóa là mất tất cả sức mạnh trong sự cạnh tranh quốc tế để phát triển, mất cơ sở nền tảng để phát triển bền vững.

Chức năng công tác tư tưởng:

Đây là chức năng đặc biệt quan trọng, bao quát toàn bộ hoạt động xuất bản trong điều kiện xã hội có đấu tranh giai cấp.

Hoạt động xuất bản thực hiện chức năng này thông qua các nhiệm vụ sau:

Tuyên truyền hệ tư tưởng thông qua việc xuất bản, phát hành các tác phẩm kinh điển của chủ nghĩa Mác - Lênin, các sách nghiên cứu, lý luận dành cho các đối tượng khác nhau.

Tuyên truyền đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước thông qua các sách văn kiện, các sách giới thiệu, bình luận về đường lối, pháp luật.

Tuyên truyền cho những vấn đề lý luận được tổng kết từ thực tiễn, nhằm soi sáng những vấn đề thực tiễn đang đặt ra.

Tóm lại, hoạt động xuất bản là một hoạt động thuộc lĩnh vực văn hoá tư tưởng. Cũng như các hoạt động văn hoá khác, xét đến cùng là do yếu tố kinh tế quyết định và quy định. Hoạt động xuất bản cũng như vậy, được hình thành, phát triển trên cơ sở kinh tế, chịu sự qui định của phương thức sản xuất.

Ngoài kinh tế, xuất bản cũng chịu sự tác động mạnh mẽ của các yếu tố khác của kiến trúc thượng tầng như: chính trị, đạo đức, pháp luật, tôn giáo... Trong xã hội có phân chia giai cấp, chính trị, hệ tư tưởng của các giai cấp trực tiếp chi phối sự phát triển của công tác xuất bản.

Hoạt động xuất bản có sự tác động trở lại mạnh mẽ đến sự phát triển kinh tế - xã hội. Giúp cho việc giáo dục, hoàn thiện, phát huy năng lực, nhân cách con người. Xuất bản giúp cho việc phát triển kinh tế gắn liền với sự phát triển văn hoá - xã hội. Đó là sự phát triển vì con người, trên cơ sở trân trọng và phát huy nhân tố con người.

1.3. Các lĩnh vực thuộc hoạt động xuất bản

1.3.1. Lĩnh vực xuất bản

Quá trình xuất bản gồm các khâu chính như sau: Tổ chức bản thảo hoặc mua bản quyền để có được quyền xuất bản; biên tập; đọc và sửa bản in thử; chế bản; in; đóng sách; lưu trữ; hình thành ấn phẩm. Trong đó, biên tập là

công việc cơ bản, cốt lõi của hoạt động xuất bản từ khâu đầu đến khi sách phát huy tác dụng trong thực tế. Biên tập quyết định việc xuất bản các tác phẩm có giá trị kinh tế cao. Biên tập qui định việc nhân bản tác phẩm đúng với bản gốc và việc trình bày hình thức sách phù hợp với yêu cầu nội dung và thị hiếu bạn đọc. Biên tập cũng quyết định việc chủ động hướng hoạt động xuất bản và đưa XBP đến tay người tiêu dùng. Nội dung công tác biên tập trong nhà xuất bản rất phong phú. Nhưng chủ yếu bao gồm hai hoạt động cơ bản nhất là: Tổ chức khai thác, làm ra bản thảo và sửa chữa, hoàn chỉnh bản thảo để in thành sách, sửa chữa những sai sót trong quá trình chế bản và in.

“Công việc biên tập sách là một quá trình hoạt động tổng hợp gồm nhiều nội dung, với nhiều thao tác nghiệp vụ cụ thể. Quá trình này tuân theo một qui trình nghiệp vụ gồm nhiều khâu công việc liên tục, kế tiếp nhau. Tùy thuộc vào công nghệ chế bản và in ấn sách, sự phân công lao động xã hội và cơ chế tổ chức quản lý hoạt động xuất bản. Đảm bảo qui trình biên tập là yếu tố quan trọng bảo đảm hoạt động biên tập xuất bản đạt chất lượng và hiệu quả cao”.

1.3.2. Lĩnh vực in

Hoạt động in xuất bản phẩm bao gồm chế bản, in và gia công sau in.

* Lịch sử phát triển của ngành in:

Trên thế giới:

Trước lúc chính thức phát minh ra nghề in thì tờ in khắc gỗ đã có ở Trung Quốc. Đây là bước tiến quan trọng so với cách sao chép bằng tay. In khắc gỗ đã được áp dụng vào thế kỷ thứ 9, người thợ khắc các nét chữ thì được khoét lõm xuống. Khi in người ta phủ một lớp mực mỏng lên bề mặt tấm gỗ, đặt tờ giấy lên, dùng một cái gạt bằng xương hoặc bằng gỗ đã mài nhẵn, gạt nhẹ lên trên tờ giấy. Cuốn sách cổ nhất được in bằng bản khắc gỗ là cuốn kinh Kim Cương in năm 848 của ông Vương Giới được phát hiện năm 1900 ở Đơn Hoàng tỉnh Cam Túc (Trung Quốc).

Năm 1048 ông Tột Thăng (Trung Quốc) sáng tạo ra chữ rời bằng đất sét. So với bản khắc gỗ đây là một bước tiến bộ nhưng chưa có ý nghĩa công nghiệp.

Năm 1314 ông Vương Trinh người Sơn Đông (Trung Quốc) sáng chế ra chữ rời bằng gỗ. Nghề in từ Trung Quốc truyền sang Triều Tiên. Triều Tiên đã tạo ra đồng mô để đúc chữ thay cho việc khắc chữ in bằng đồng được đúc ra.

Năm 1436, chữ in bằng hợp kim chì được sử dụng gồm chì, thiếc và antimoan (chì là thành phần chính chiếm 60%-85%, nhưng chì là kim loại mềm, nên cho thêm antimoan (Sb) là kim loại giòn chiếm 12%-29%, thiếc (Sn) là kim loại dẻo, chống gỉ tốt chiếm 2% - 7%).

Cuối thế kỷ 15 ở Triều Tiên đã sử dụng hợp kim chì một cách rộng rãi và đã in được những bộ sách lớn.

In chữ rời là một bước tiến khá lớn trong quá trình phát triển của ngành in sách. Nó có ưu điểm: dễ tháo gỡ, dễ thay đổi và sửa chữa được. Khi sử dụng xong có thể tháo ra để sử dụng cho những lần khác.

Ở châu Âu, đầu thế kỷ 15 áp dụng phương pháp in khắc gỗ. Tốc độ phát triển rất nhanh, đến giữa thế kỷ 16 đã áp dụng phương pháp sắp chữ từ những ký hiệu riêng lẻ. Ông Johan Gutenberg (Đức), Caxchioro (Hà Lan), Pampilo (Ý) được coi như những ông tổ của ngành in ở châu Âu vì họ đã cùng một lúc phát minh ra quá trình in. Người có công đặc biệt là Johan Gutenberg. Ngày 21-06-1440 là ngày Gutenberg khởi công in sách.

Gutenberg được công nhận là ông tổ ngành in ở châu Âu. Ông đã đưa việc sắp chữ rời bằng những thỏi kim loại vào áp dụng, để có thể in được nhiều tài liệu hơn. Từ đó nền văn hóa thế giới bắt đầu một giai đoạn phát triển mới. Trước đây chỉ có in khắc gỗ hạn chế trong việc in Kinh thánh thì nay phương pháp in của Gutenberg làm cho giá thành hạ và sách được phổ biến rộng rãi trong nhân dân.

Máy in do Gutenberg sáng chế có hai người điều khiển: Một người chà mực lên khuôn in bằng bàn chà có hình cầu làm bằng da. Một người đặt giấy lên bàn, trên bàn đặt giấy có ghim 2 cây kim để cố định giấy và làm dấu cho những lần đặt giấy tiếp theo.

Sau khi đã đặt giấy và chà mực xong, người ta đóng nắp khung xuống bàn đặt giấy. Nắp khung có tác dụng: giữ chặt không cho tờ giấy rơi xuống và che những chỗ không in để giấy khỏi dính mực. Sau khi đóng nắp khung xong, xoay bàn đặt giấy ép lên khuôn in. Sau đó đưa vào bàn ép in. Quay cho

bàn ép xuống để ép in. Sau đó quay bàn ép lên, đưa khuôn in ra ngoài. Dỡ bàn đặt giấy lên, mở nắp khung ra lấy tờ giấy đã in ra.

Gần 350 năm, kể từ năm 1440 cho đến đầu thế kỷ 19, phương pháp in thủ công này vẫn không thay đổi.

Năm 1446, phương pháp in ồng đồng ra đời, người ta chế tạo trục in ồng đồng bằng cách khắc lên đó những hình ảnh, nét chữ cần in. Đến thế kỷ 18, phương pháp ăn mòn hóa học để chế tạo ồng đồng mới được áp dụng.

Năm 1798 phương pháp in offset ra đời do ông Alois Sennefelder (06 – 10 – 1771) phát minh ra tại Praha (Tiệp Khắc).

Đầu thế kỷ 19, in lưới được áp dụng trong công nghiệp dệt để in hình lên lụa và in nhãn lên các kiện hàng.

Cuối thế kỷ 19, lĩnh vực gia công đóng sách được cơ giới hóa. Các loại máy, dao, máy gấp, máy khâu lần lượt ra đời.

Sang thế kỷ 20 công nghiệp in phát triển nhanh và mạnh. Các loại máy móc được hoàn chỉnh, mức độ cơ khí hóa và tự động hóa cao.

Cuối thế kỷ 20, kỹ thuật điện tử, tin học được đưa vào các lĩnh vực sắp chữ, tách màu điện tử, khắc trục in điện tử, các máy in cũng được trang bị hệ thống điện tử, điều khiển tự động.

Sau năm 50 của thế kỷ 19, kỹ thuật in màu phát triển do phát minh ra việc phục chế màu từ ba màu cơ bản: vàng, xanh, đỏ cánh sen .

Tại Việt Nam:

- In bằng bản khắc gỗ mà xưa kia thường gọi là nghề in mộc bản hoặc nghề khắc ván in. Theo sử sách ta còn lưu giữ được thì nhà sư Tin Học là người đã làm nghề khắc ván in sớm nhất ở kinh thành Thăng Long để in các loại sách Kinh Phật cho các chùa chiền vào thế kỷ XII (ông mất năm 1190 đời Lý Cao Tông).

Nghề in bản khắc gỗ được phát triển và nâng cao thời Hậu Lê do Thám hoa Lương Như Hộc khởi xướng vào thế kỷ 15. Những ấn phẩm được khắc in hồi đó ngoài Kinh Phật, còn có nhiều loại sách về văn thơ của các danh nhân. Nhiều thợ khắc ván in còn được triệu về Thăng Long để khắc những sắc chỉ,

sách sử của triều đình. Sau đó, lại in các sách truyện văn xuôi, thơ ca phổ biến ở kinh thành.

Tiếp đó, nghề khắc ván in được hình thành ở một nơi rất nổi tiếng, đến nay vẫn còn, là làng Đông Hồ thuộc huyện Thuận Thành, tỉnh Hà Bắc. Nhưng ở đây, nghề khắc ván in lại chuyên về các loại tranh dân gian. Nhiều người khắc ván in đã trở thành nghệ nhân sáng tác các tranh có giá trị nghệ thuật dân tộc đặc sắc như: Đám cưới chuột, Đánh ghen, Ngẫu hứng,...Nhiều nước trên thế giới đánh giá cao tranh dân gian Đông Hồ.

Nghề in bản khắc gỗ phát triển ra nhiều nơi trong cả nước.

Phố Hàng Gai hồi đầu thế kỷ XX là một trung tâm in và phát hành sách chữ Nho và một phần sách Quốc ngữ nổi tiếng của Hà Nội.

Nghề in chữ đúc hay nghề in typô được người Pháp du nhập vào nước ta từ năm 1861 với một nhà in nhỏ của quân đội Pháp, in tờ Công báo của quân đội viễn chinh Pháp ở Nam Kỳ (đóng tại Sài Gòn cũ).

Đến năm 1865 mới có nhà in typô in chữ Việt Nam, do chính quyền Pháp lập ra với sản phẩm đầu tiên là Gia Định báo. Sau đó có thêm một số nhà in nữa của Tôn Giáo, của tư bản Pháp. Sau chiến tranh thế giới thứ nhất (1914 – 1918) mới có nhiều nhà tư sản Việt Nam mở nhà in; những nhà in này vừa in báo, vừa in sách và giấy tờ về kinh tế xã hội.

Năm 1867, cuốn sách được in ra vào loại sớm nhất là cuốn *Abrégé de Grammaire Annamite* (tóm tắt ngữ pháp Việt Nam) của Trương Vĩnh Ký in tại nhà in *Imprimerie Imperiale* (nhà in Hoàng Gia ở Sài Gòn).

Tháng 10 năm 1954, nhà in quốc gia Trung ương đã về tiếp quản và đóng trụ sở tại 44 Tràng Tiền. Đến năm 1960 giao lại cho quốc doanh phát hành sách trung ương, nay là Tổng công ty sách trực thuộc Bộ Thông tin và truyền thông.

Kỹ thuật in Ôp-xét:

Trước khi nghề in ôp-xét phổ biến ở nước ta. Một số nhà in Việt Nam đã trang bị kỹ thuật in thạch bản trên máy để in các loại tranh ảnh, nhãn hàng nhiều màu... Ở Hà Nội, những nhà in có máy in thạch bản là nhà in Ngô Tử Hạ, Lê Văn Phúc, Nguyên Ninh, Quốc Hoa...

Từ khi mặt trận dân chủ Đông Dương ra đời nhiều nhà in bắt đầu trang bị máy in ốp-xét tại Hà Nội và Sài Gòn.

Từ năm 1970, ở Sài Gòn đã phổ biến việc in báo hàng ngày bằng kỹ thuật ốp-xét mà trước đó chỉ dành cho việc in tranh ảnh và các nhãn hàng nhiều màu.

Thời kỳ thực dân Pháp thống trị, toàn Đông Dương có khoảng trên 100 nhà in có thể in được các loại sách báo và các loại giấy tờ khác.

Thời kỳ chống Mỹ, miền Bắc có khoảng trên 300 nhà in, toàn miền Nam có khoảng 1.500 nhà in, tập trung nhiều nhất ở Sài Gòn.

Ngành in cách mạng:

Ngay từ khi Đảng ra đời, nhiều cơ sở in bí mật đã được tổ chức in sách báo cách mạng của Đảng và các đoàn thể cứu quốc.

Các cơ sở in bí mật chỉ sử dụng những vật liệu, phương tiện hết sức thô sơ như: in bằng đất sét, bằng thạch, bằng giấy sếp và làm bằng tay là phổ biến. Vì vậy, số lượng ấn bản ít chỉ khoảng vài trăm tờ và chất lượng in không tốt.

Từ năm 1940 đã cải tiến bằng đá litô gần giống với kỹ thuật in thạch bản bằng máy, nhưng là chế bản thủ công và lăn tay bằng lô cao su.

Trong kháng chiến chống Pháp, nhiều nhà in typô đã được xây dựng và phát triển. Đặc biệt có 2 nhà in sử dụng kỹ thuật in ốp-xét để in “giấy bạc Cụ Hồ” và một số tài liệu khác như các loại tem, phiếu, tranh ảnh,...

Ngày 10/10/1952, Hồ Chủ Tịch đã ký sắc lệnh 122/SL thống nhất các hệ thống in của các ngành thành Nhà in quốc gia với chức năng quản lý cả 3 khâu: xuất bản, in và phát hành báo, sách như một Tổng cục Xuất bản.

Miền Bắc xây dựng nhiều nhà máy in lớn như nhà máy in Tiến Bộ gồm cả in typô và in ốp-xét, qui mô lớn nhất trong cả nước.

Nhà in Báo Nhân Dân từ 1/5/1955 được tách riêng và chuyên in báo hàng ngày của Đảng bằng máy in cuốn typô. Thời gian này, nhà in quốc gia giải thể, Nhà nước thành lập Cục Xuất bản rồi Vụ Xuất bản và Cục quản lý in và cuối cùng lại trở về Cục Xuất bản từ năm 1961 để quản lý, chỉ đạo ngành