

HỘI CHỢ SÁCH Ở VIỆT NAM VÀ VẤN ĐỀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA ĐỌC HIỆN NAY

Đỗ Thị Quyên*

Tóm tắt: Hội chợ sách - nơi trưng bày giới thiệu các sản phẩm sách tới công chúng bạn đọc, tôn vinh những người làm sách, lan tỏa những thông điệp về sách, tri thức nhân loại chứa đựng trong sách. Hội chợ sách chứa đựng những giá trị kinh tế đồng thời mang lại những giá trị văn hóa lớn, góp phần phát triển văn hóa đọc, nâng cao dân trí xã hội, phát triển kinh tế xã hội đất nước... Bài viết nhận diện mối quan hệ mật thiết giữa phát triển văn hóa đọc và tổ chức các hội chợ sách, những vấn đề đặt ra trong phát triển văn hóa đọc hiện nay, phát huy vai trò của hội chợ sách làm tiền đề và động lực trong phát triển văn hóa đọc cộng đồng là một nhiệm vụ cần thiết và cấp bách hiện nay ở nước ta.

Từ khóa: Hội chợ sách, văn hóa đọc, phát triển văn hóa đọc.

1. Hội chợ sách - không gian lan tỏa tri thức trong cộng đồng

Hội chợ, triển lãm thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại được thực hiện tập trung trong một thời gian và tại một địa điểm nhất định để trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ nhằm mục đích thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội giao kết hợp đồng mua bán hàng hoá, hợp đồng dịch vụ (1).

Hội chợ là nơi trưng bày, giới thiệu hàng hóa và dịch vụ của các đơn vị, doanh nghiệp từ nhiều nơi đến tham gia. Hội chợ là nơi gặp gỡ giữa người mua và người bán, giữa các đối tác để ký kết hợp đồng mua bán sản phẩm, dịch vụ, mở các cửa hàng, đại lý... Hội chợ cũng là cơ hội trao đổi kinh nghiệm, chuyển giao công nghệ, xúc tiến đầu tư, hợp tác kinh tế giữa các doanh nghiệp, các địa phương và các quốc gia.

Hội chợ trước hết là một phương thức thương mại đặc biệt của các doanh nghiệp nói chung, các nhà xuất bản, in, tổ chức doanh nghiệp phát hành sách nói riêng. Trong lĩnh vực xuất bản, in, phát hành thuật ngữ hội sách thường được sử dụng phổ biến, nhiều hơn là

hội chợ sách, bởi *hội sách không đơn giản là cái chợ để thực hiện các hoạt động mua bán sách mà còn là không gian hội tụ và lan tỏa tri thức của nhân loại, tôn vinh người làm sách và bạn đọc yêu sách*. Ý nghĩa nhân văn của hội sách chính là sự hội tụ và lan tỏa tri thức văn hóa trong cộng đồng.

Đặc trưng nổi bật của phương thức thương mại này là hội sách được thực hiện trên một địa điểm cụ thể (không gian hội sách giới hạn); trong khoảng thời gian nhất định (thường giới hạn trong 5 - 7 ngày); nhiều đối tác tham gia (đơn vị xuất bản, in, phát hành trong và ngoài nước cùng tham gia); nhiều nhóm đối tượng khách hàng (khách hàng thường xuyên/không thường xuyên, khách hàng hiện tại/tiềm năng, khách hàng quen thuộc/mới,...); sử dụng đồng bộ các biện pháp xúc tiến thương mại hỗn hợp, tác động mạnh đến nhu cầu và thói quen mua, tiêu dùng xuất bản phẩm trong xã hội. Các tổ chức doanh nghiệp thường đồng loạt thực hiện trưng bày/giới thiệu xuất bản phẩm, các phương thức quảng bá/các hình thức khuyến mại cho khách hàng, sử dụng kỹ năng bán hàng cá nhân để tạo ấn tượng, điểm nhấn với khách hàng, thu hút sự quan tâm và sức mua của công chúng; tăng cường hiệu quả của xúc tiến bán hàng, là cơ hội để tổ chức doanh nghiệp xúc tiến hợp tác

* PGS.TS. Khoa Xuất bản - Phát hành, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.

đầu tư với các tổ chức doanh nghiệp, những đối tác hiện tại và mới trên thị trường xuất bản phẩm trong và ngoài nước.

Thông qua hội sách, tổ chức doanh nghiệp có thể tiếp cận công chúng bạn đọc nhanh và hiệu quả hơn, tiếp nhận những thông tin phản hồi trực tiếp từ công chúng, đánh giá được nhu cầu của khách hàng, tình hình thị trường, các đối thủ cạnh tranh; Thông qua các quan hệ mới, các hợp đồng ký kết với khách hàng mới, tạo ra cơ hội mở rộng và phát triển thị trường, tăng cường niềm tin của công chúng và định vị thương hiệu của tổ chức doanh nghiệp.

Hội sách - nơi hội tụ và lan tỏa tri thức nhân loại

Trung bày, giới thiệu, quảng bá xuất bản phẩm đến bạn đọc khách hàng vốn là đặc trưng nổi bật và mang tính nhân văn sâu sắc của các hội sách xưa và nay. Đồng thời tìm kiếm cơ hội giao kết hợp đồng mua bán những xuất bản phẩm đặc trưng của tổ chức doanh nghiệp, tạo sức hấp dẫn riêng có đối với khách hàng và đối tác trên thị trường, thỏa mãn nhu cầu xuất bản phẩm của xã hội là mục tiêu kinh tế hướng tới của ngành kinh tế công nghệ xuất bản Việt Nam hiện nay.

Những năm gần đây, hội sách luôn được các cơ quan quản lý nhà nước quan tâm và tổ chức thường xuyên định kỳ ở các địa phương trên cả nước thu hút hàng trăm đơn vị là nhà xuất bản, đơn vị truyền thông, phát hành trong và ngoài nước tham gia. Tiêu biểu như Hội sách thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 8 năm 2014 đã thu hút sự tham gia của 156 đơn vị xuất bản có uy tín trong và ngoài nước với 525 gian hàng được trang trí độc đáo, giới thiệu đến bạn đọc 200.000 tựa sách hay với trên 2 triệu bản sách, đạt doanh thu khoảng 36 tỷ đồng, tăng 20% so với doanh thu hội sách lần thứ 7 năm 2012 và cao nhất trong 8 kỳ tổ chức. Hội sách thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 9 năm 2016 với chủ đề: “Sách - Văn hóa, Hội nhập và Phát triển” đã đạt những con số

ấn tượng với 300.000 tựa sách, hơn 30 triệu bản in, 710 gian hàng (trong đó có 172 đơn vị trong nước và 36 nhà xuất bản nước ngoài); 102 chương trình hoạt động trình diễn, giao lưu, ký tặng; hội tụ sự tham gia của nhiều nhà xuất bản nước ngoài và đây cũng là lần đầu tiên sách tiếng Nhật, tiếng Hàn được trưng bày tại hội sách thành phố Hồ Chí Minh.

Hội sách thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 10 - năm 2018 là hội sách lớn nhất về quy mô trên phạm vi toàn quốc, quy tụ 900 gian tiêu chuẩn (tăng 27% so với Hội sách lần thứ 9), 300.000 đầu sách với 30 triệu bản gồm các thể loại, trong đó có trưng bày, giới thiệu nhiều tựa sách liên quan đến công nghệ, khởi nghiệp, kỹ năng sống... Ngoài ra, còn có sự tham gia của các nhà cung cấp văn phòng phẩm, dụng cụ học sinh cao cấp đến từ các nước Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Anh, Đức, Singapore... Ngoài trưng bày, bán sách, hội sách còn tổ chức nhiều chương trình giao lưu tác giả, tác phẩm, nghệ thuật đặc sắc. Hội sách 2018 thu hút sự tham gia của 180 đơn vị xuất bản, phát hành trong nước, và đặc biệt tăng khoảng 30% gian hàng của các đơn vị nước ngoài, trong đó ngoài các nhà xuất bản tiếng Anh (Oxford University Press, Cambridge, National Geographic, Macmillan, Sage, Houghton Mifflin Harcourt...), tiếng Pháp (Hachette), hội sách thành phố Hồ Chí Minh 2018 cũng lần đầu tiên có sự tham gia từ các nhà xuất bản của Nhật (Tập đoàn Kinokuniya), Đức (Cornelson, Kletz, Heuber), Hiệp hội các nhà xuất bản Đông Nam Á.

Hội sách quốc tế năm 2017 tại Công viên Thống Nhất Hà Nội có tổng số lượng sách phục vụ bạn đọc khoảng gần 10 triệu bản, với tổng doanh thu khoảng trên 10 tỷ đồng. Ngoài 94 đơn vị xuất bản, phát hành trong nước, Triển lãm - Hội chợ sách quốc tế còn có sự góp mặt của 24 nhà xuất bản nước ngoài như công ty Wedge Holdings, Vista P.S (Nhật Bản), Tuttle Mori (Thái Lan), John Wiley & Sons (Mỹ), Nhà xuất bản Pearson (Anh),

Cengage (Mỹ), Oxford, Macmillan, Express, Harper Collin (Anh) và Trung tâm Khoa học và Văn hóa Nga. Họ trực tiếp tham gia hoặc ủy quyền cho văn phòng đại diện, đối tác xuất bản thân thiết tại Việt Nam tham dự. Khoảng 7.500 đầu sách với hơn 20.000 bản sách ngoại văn được trưng bày. Trong năm ngày chương trình diễn ra (từ ngày 23 đến 27/8), nhiều sự kiện được tổ chức như tọa đàm *Trao đổi kinh nghiệm về bản quyền xuất bản* (25/8), tọa đàm *Người lính viết về chiến tranh và nói về văn học chiến tranh* (25/8), chương trình *Tự tay làm sách - Cùng con kiến tạo thế giới chuyển động* (26/8), tọa đàm *Hình thành thói quen đọc sách cho trẻ* (26/8), tọa đàm *Giáo dục cho trẻ em* (27/8)...

Nhiều hội sách khác được tổ chức nhiều lần trong năm ở thủ đô Hà Nội và các địa phương khác trên cả nước với chủ đề "Sách xưa và nay", Hội sách cũ, Hội sách online, Hội sách nửa giá, Hội sách Mùa thu tại 36 Lý Thường Kiệt (Hà Nội)... Tại khu Di sản Hoàng thành thủ đô Hà Nội, mỗi năm Hội sách Hà Nội lại diễn ra 1 lần với một chủ đề ý nghĩa, như: "Thành phố Vì hòa bình" (năm 2014), "Sách và Di sản" (năm 2015), "Sách và Hội nhập" (năm 2016), "Sách và Khởi nghiệp" (năm 2017); "Sách và Công nghệ số" (năm 2018) thu hút hàng trăm gian hàng của các nhà xuất bản, công ty sách và công ty truyền thông tham gia, hàng trăm sự kiện lớn nhỏ được tổ chức, hàng ngàn đầu sách (hàng triệu bản sách) đặc trưng tiêu biểu của các nhà xuất bản, phát hành trong và ngoài nước tham gia với đủ các lĩnh vực tri thức trong đời sống xã hội được trưng bày, giới thiệu đến đông đảo bạn đọc. Bên cạnh đó, Hội sách cũng thu hút hàng vạn lượt người thuộc mọi nhóm đối tượng yêu sách trong xã hội, không phân biệt lứa tuổi, nghề nghiệp, giới tính, thu nhập, vùng miền địa phương đến dự và mua sách...

Những ngày hội sách là những ngày hội thực sự của bạn đọc, công chúng có thể tìm bất cứ cuốn sách nào họ muốn, chủ đề nội

dung nào mà họ đang cần... Công chúng có thể chia sẻ, giao lưu trao đổi những thông tin cần thiết với bạn đọc yêu sách, với nhà làm sách, thậm chí chia sẻ tâm tư, quan điểm cá nhân với tác giả viết sách (kể cả tác giả là người nước ngoài). Hội sách cũng là thời gian tôn vinh người làm sách, để người làm sách có thể dành hết tâm nguyện, trí lực cho những đứa con tinh thần của họ - *những sinh linh tri thức* hoàn hảo nhất được tạo ra và đến với công chúng. Niềm tin yêu của bạn đọc là niềm tự hào của các đơn vị xuất bản, in, phát hành - những người mang trọng trách vinh quang là *lưu thông, phổ biến và góp phần lan tỏa tri thức nhân loại sâu rộng* trong cộng đồng.

Trong không gian cố định và khoảng thời gian giới hạn của hội sách đã diễn ra các hoạt động có ý nghĩa và giá trị thực tiễn sâu sắc và có sức lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội. Nhiều sự kiện liên quan đến tác phẩm, tác giả được tổ chức như giao lưu tác giả, giới thiệu sách mới xuất bản, các buổi tọa đàm và chia sẻ các kiến thức, kỹ năng sống, giao lưu văn hóa, đặc biệt dành cho tuổi mới lớn và thiếu niên nhi đồng. Các hoạt động truyền thông quảng bá trong hội sách không những rút ngắn khoảng cách giữa những người làm sách (tác giả, nhà xuất bản, đơn vị phát hành) với công chúng bạn đọc mà còn làm cho các tri thức chứa đựng trong sách trở nên gần gũi, thân thiện và lan tỏa sâu rộng hơn trong đời sống thực tiễn của cộng đồng.

Nhằm thu hút, khuyến khích và tri ân khách hàng, nhiều gian hàng sách đồng giá, nhiều chương trình giảm giá sách, quà tặng hấp dẫn hiệu quả tại hội sách được hầu hết các đơn vị tham gia áp dụng. Thời gian hội sách diễn ra (5 ngày đối với các hội sách ở thị trường miền Bắc, 7 ngày với các thị trường miền Nam) là khoảng thời gian vô cùng hấp dẫn để bạn đọc được trải nghiệm, tìm kiếm, lựa chọn, thưởng thức "các món ăn tinh thần với những gia vị vô cùng hấp dẫn" từ thế giới tri thức sách (từ nội dung đến hình thức, loại hình

sản phẩm, dịch vụ cung cấp). Đây cũng là khoảng thời gian vô cùng quý giá đối với nhà xuất bản, các đơn vị in, phát hành trên cả nước để có thể trao đổi, học hỏi kinh nghiệm và những trải nghiệm có được từ các đối tác trên thị trường, không ngừng thay đổi cách tạo ra sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung ứng nhằm đáp ứng ngày một tốt hơn nhu cầu của thị trường và bạn đọc cả nước.

2. Phát triển văn hóa đọc - nền tảng văn hóa phát triển kinh tế xã hội

Văn hóa đọc vốn là một thuật ngữ bao hàm việc đọc sách nhưng là đọc sách có văn hóa. Văn hóa đọc gắn liền với việc đọc, học tập hoặc giải trí mang tính chủ động tích cực và có mục đích lành mạnh. Chủ thể đọc có ý thức, trách nhiệm với hành vi đọc của bản thân. Không chỉ là việc học hỏi, trau dồi, tích lũy tri thức của cá nhân thông thường, hành vi của các chủ thể còn hướng tới mục đích mang tầm ảnh hưởng xã hội, đơn giản chỉ là tấm gương trong gia đình, nội tộc, làng xóm, khu phố; cao hơn là tạo nên một thói quen, cách sinh hoạt lành mạnh, một lối sống đẹp, văn minh hiện đại trong xã hội tri thức ngày nay. Hành vi đọc sách không chỉ vì mục đích phát triển toàn diện cá nhân mà còn vì sự phát triển của toàn xã hội. *Suy cho cùng văn hóa đọc chính là ứng xử đọc, giá trị đọc và chuẩn mực đọc của mỗi cá nhân, cộng đồng xã hội, của nhà quản lý và cơ quan quản lý nhà nước.*

Đọc sách vốn là một thói quen tốt của nhiều người. Những người đọc sách có thể dùng bất cứ thời gian cá nhân nào để đọc sách (tranh thủ hoặc dành lượng thời gian cố định, chủ động hoặc có thể bị động). Họ có thể đọc ở bất cứ không gian nào mà cá nhân thấy phù hợp. Tuy nhiên không gian và môi trường đọc có tác động không nhỏ đến hiệu quả đọc của cá nhân cũng như sức lan tỏa văn hóa đến cộng đồng.

Người đọc sách có thể là bạn đọc rất yêu sách, thích tiếp cận và tìm hiểu nhiều kiến

thức mới nhưng cũng có thể là người chịu áp lực bởi các mục đích đọc nên phải đọc sách. Động cơ đọc sách của mỗi cá nhân cũng khác nhau. Do vậy sẽ hình thành các dạng nhu cầu khác nhau khi đọc sách: Sự yêu thích đòi hỏi của cá nhân nên có nhu cầu; Áp lực từ cuộc sống buộc cá nhân nảy sinh nhu cầu. Song xã hội hiện đại ngày nay là một *xã hội học tập*, việc đọc sách trở thành một nhu cầu thiết yếu, một yêu cầu cấp bách để mỗi cá nhân có thể tự hoàn thiện bản thân, mỗi cộng đồng, quốc gia có thể vươn mình thích nghi, tồn tại và phát triển phù hợp với qui luật của cuộc sống.

Công chúng có thể *thỏa mãn nhu cầu đọc sách* bằng sự lựa chọn từ nhiều hình thức khác nhau: Tự mua, vào thư viện, được tặng, đi thuê, mượn. Tùy thuộc vào điều kiện, hoàn cảnh sống cá biệt của cá nhân, cộng đồng, quốc gia hay khu vực, người ta có thể lựa chọn hình thức thỏa mãn phù hợp nhất. Lựa chọn cách thỏa mãn nào ít nhiều còn phụ thuộc vào quan điểm, điều kiện và chính sách phát triển văn hóa đọc của mỗi quốc gia.

Mục đích đọc sách cũng đa dạng, có người đọc để tiếp cận, mở rộng vốn kiến thức, nâng cao tầm hiểu biết của cá nhân, phục vụ trực tiếp cho việc học tập, nghiên cứu hoặc ứng dụng công tác chuyên môn; có người đọc sách chỉ đơn thuần là một thói quen lành mạnh nhằm giải trí, thụ hưởng những giá trị từ sách.

Tài liệu đọc gắn liền với các thành tố khác để mỗi cá nhân tùy theo điều kiện, hoàn cảnh sống, sở thích nhu cầu có thể lựa chọn phù hợp theo các tiêu chí về nội dung (chủ đề, mảng, lĩnh vực kiến thức chuyên môn); tiêu chí về hình thức thể hiện của tài liệu (chữ viết, hình ảnh, âm thanh); tiêu chí về loại hình, chất liệu (sách in truyền thống và sách điện tử); tiêu chí về hình thức mẫu mã (sách bìa túi, sách bìa cứng, sách bìa mềm)...

Thái độ đọc là tinh thần, ý thức, trách nhiệm đối với việc đọc hay nói cách khác là

cách ứng xử của con người đối với việc đọc sách và những gì liên quan đến đọc sách. Cách ứng xử là nhân tố nền tảng cũng như là động lực tạo ra mục đích đúng và hiệu quả cao của việc đọc. Thái độ đọc gắn liền với mục đích, động cơ, động lực đọc và hỗ trợ tích cực kỹ năng đọc của các chủ thể.

Kỹ năng đọc là tổ hợp các phương pháp đọc hiệu quả từ việc xác định mục đích, chọn chủ đề (nhà xuất bản, tác giả, năm xuất bản...), cách thức tra cứu nguồn tài liệu (theo từ khóa, tác giả, tên sách, quốc gia...), kỹ thuật đọc, cách ghi nhớ, tư duy khi đọc, liên hệ kiến thức trong những tình huống cụ thể...

Không gian, thời gian đọc là nơi chốn địa điểm và thời gian diễn ra việc đọc. Đây là những yếu tố khách quan chi phối đáng kể đối với hiệu quả của việc đọc. Một không gian yên tĩnh làm cho người ta có thể thả tâm trí tập trung cao độ cho hiệu quả đọc và ghi nhớ các nội dung cần đọc. Một thời gian phù hợp cũng sẽ làm cho trí não của người ta trở nên hưng phấn và tiếp nhận kiến thức một cách rõ ràng, mạch lạc, chính xác. Không gian, thời gian đọc cùng với một số thành tố tích cực khác *tạo nên môi trường đọc* lành mạnh, hấp dẫn thu hút người đọc và hiệu quả của việc đọc.

Việc xác định đọc cái gì, đọc như thế nào, đọc để làm gì, chủ thể đọc là ai; Thái độ, cách ứng xử của người đọc, của xã hội đối với việc đọc sách; Giá trị, chuẩn mực đọc được đánh giá thông qua các tác động tích cực của việc đọc đối với từng cá nhân đến tổng thể toàn thể xã hội; Sức ảnh hưởng và lan tỏa của văn hóa đọc thâm thấu trong mỗi gia đình đến từng tổ chức xã hội, từ cấp địa phương đến Trung ương, từ hạ tầng kiến trúc đến thượng tầng kiến trúc xã hội ... đã phần nào phản ánh nội hàm của văn hóa đọc.

Phát triển văn hóa đọc là một nhiệm vụ vừa mang tính cấp bách vừa lâu dài và là nhiệm vụ không hề đơn giản ở Việt Nam hiện nay. Bởi văn hóa đọc gắn liền với trình độ dân

trí và đặc biệt, điều kiện kinh tế xã hội tác động trực tiếp đến nhu cầu và việc thỏa mãn nhu cầu của công chúng bạn đọc. Một trong những đặc trưng của nhu cầu văn hóa tinh thần là có sau nhu cầu vật chất và *không phải là loại nhu cầu có hạng mục được ưu tiên thỏa mãn hàng đầu* của con người. Việc đọc sách và tạo dựng văn hóa đọc cho cộng đồng không chỉ là trách nhiệm của mỗi cá nhân, gia đình mà còn là trách nhiệm của toàn xã hội. Trong bối cảnh nước ta còn có nhiều vùng, địa phương có điều kiện kinh tế xã hội thấp, gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi vai trò của các tổ chức xã hội, các cơ quan chức năng quản lý nhà nước cần được phát huy cao độ, tăng cường chính sách đầu tư, tài trợ của Nhà nước, chính sách xã hội hóa văn hóa cho các hoạt động này.

Phát triển văn hoá đọc chính là: “Xây dựng và phát triển thói quen, nhu cầu, kỹ năng và phong trào đọc (xuất bản phẩm in và điện tử) trong mọi tầng lớp nhân dân, nhất là trong thanh niên, thiếu niên, học sinh, sinh viên và chú trọng tới người dân ở vùng nông thôn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn; cải thiện môi trường đọc; góp phần nâng cao dân trí, phát triển tư duy, khả năng sáng tạo, bồi dưỡng nhân cách, tâm hồn, tăng cường ý thức chấp hành pháp luật, hình thành lối sống lành mạnh trong con người, xã hội Việt Nam, đẩy mạnh xây dựng xã hội học tập” (2).

Văn hoá đọc tạo nền tảng văn hóa và tri thức cho mỗi cá nhân, mỗi cộng đồng. Phát triển văn hóa đọc là làm cho nền tảng đó ngày càng phát triển vững chắc. Nền tảng tri thức giúp con người có thể khám phá, hiểu biết và khả năng chinh phục những đỉnh cao mới trong lĩnh vực khoa học, kỹ thuật và công nghệ; *tạo ra những bước phát triển đột phá về kinh tế xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống.* Nền tảng văn hóa giúp con người có đủ bản lĩnh để an yên chung sống hòa bình với thế giới tự nhiên và thế giới xã hội ngày càng nhiều thay đổi biến động; sống có mục đích, có lý tưởng với những giá trị, chuẩn mực sống phù hợp.

Phát triển văn hóa đọc không dừng lại ở việc phát triển tri thức con người mà tạo nên nền tảng văn hóa căn bản bồi dưỡng nhân cách con người, hình thành và phát triển năng lực người (con người xã hội) của mỗi cá nhân, từ đó hình thành một xã hội văn minh, hiện đại và nhân văn. Nhờ có nền tảng của văn hóa đọc, thế giới xóa dần ranh giới địa lý, khoảng cách giàu nghèo, chủng tộc, giai tầng xã hội. Sự vươn tới tầm cao của tri thức, đồng hành cùng tri thức để đem lại những điều mới mẻ, tốt đẹp, nhân văn cho cuộc sống của con người... đều nhờ vào sự phát triển của nền văn hóa đọc nhân loại.

Văn hóa đọc như một thành tố bất biến tạo nguồn tri thức và các nền tảng văn hóa thâm thấu trong mỗi tế bào của xã hội từ gia đình, nhà trường đến các tổ chức cơ quan, đoàn thể xã hội. Phát triển văn hóa đọc là hoạt động gieo mầm và vun đắp tri thức trong xã hội, làm cho nền tảng văn hóa ngày càng vững chắc, nền tảng tri thức ngày càng lan tỏa và phát huy trong đời sống của con người, xã hội ngày một trở nên tốt đẹp: văn minh, hiện đại và nhân văn. Như vậy, *phát triển văn hóa đọc có vai trò là nền tảng văn hóa phát triển kinh tế xã hội.*

3. Mối quan hệ giữa hội sách và phát triển văn hóa đọc ở Việt Nam - Vấn đề đặt ra hiện nay

Mối quan hệ giữa hội sách và phát triển văn hóa đọc là mối quan hệ biện chứng làm nền tảng, động lực phát triển của nhau. Văn hóa đọc là gốc rễ, nền tảng văn hóa để con người có thể đạt tới những đỉnh cao tri thức và mục tiêu chất lượng cuộc sống. Phát triển văn hóa đọc đồng nghĩa với việc *xây dựng và phát triển thói quen, nhu cầu, kỹ năng và phong trào đọc sách trong cộng đồng.* Phát triển văn hóa đọc làm cơ sở vững chắc cho việc tổ chức và nhân rộng các hội sách trong và ngoài nước, phát huy chức năng xã hội và kinh tế vốn có của chúng, đáp ứng tốt nhất nhu cầu về xuất

bản phẩm cho xã hội. Hội sách trở thành động lực của cá nhân, xã hội trong việc tạo dựng thói quen đọc sách, văn hóa đọc và những ứng xử văn hóa chuẩn mực trong xây dựng và phát triển văn hóa đọc của cộng đồng.

Hội sách tạo không gian, môi trường đầy hấp dẫn nuôi dưỡng và phát triển văn hóa đọc của cộng đồng. Sức lôi cuốn hấp dẫn chính trong không gian trưng bày các thể loại, loại hình xuất bản phẩm đa dạng; là sự muôn màu muôn dạng của các lĩnh vực tri thức, chủ đề nội dung được thể hiện trong xuất bản phẩm; là sự khác biệt độc đáo bởi phong cách và chất lượng phục vụ của mỗi nhà cung cấp; là sự hấp dẫn của mức chi trả thấp, chất lượng hưởng thụ dịch vụ cao của công chúng bạn đọc (sản phẩm đồng giá, gian hàng đồng giá); là những chương trình giảm giá, khuyến mại tri ân khách hàng... Gần đây các hội sách diễn ra thường xuyên nhằm giúp các nhà xuất bản, nhà sách, công ty, doanh nghiệp sách có cơ hội tỏa sáng, khẳng định tên tuổi trên thị trường, đồng thời cũng là dịp họ có thể tri ân công chúng bạn đọc một cách tốt nhất (đưa đến công chúng những tác phẩm mới, đặc sắc và đa dạng, chính sách giá cả hấp dẫn bạn đọc...).

Như vậy, các hội sách ngày nay tạo nên môi trường đọc hấp dẫn, động lực đọc tích cực và ngược lại, phát triển văn hóa đọc không những góp phần nâng cao dân trí xã hội, *hình thành lối sống lành mạnh trong con người, xã hội Việt Nam, đẩy mạnh xây dựng xã hội học tập* nhằm xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước; *mà còn góp phần củng cố tiềm lực kinh tế và xây dựng, định vị thương hiệu của ngành kinh tế, công nghệ xuất bản Việt Nam trên thị trường quốc tế.*

Phát triển văn hóa đọc, nâng cao dân trí xã hội là mục tiêu hướng tới của toàn Đảng, toàn dân, là nhiệm vụ cấp bách của nhà nước về xây dựng và phát triển văn hóa con người Việt

Nam hiện nay. Hội sách là một trong những hoạt động mang tính cộng đồng, nhân văn sâu sắc thực hiện việc phổ biến và lan tỏa tri thức trong cộng đồng. Hội sách vừa là một hoạt động văn hóa, một hoạt động truyền thông văn hóa đồng thời là hoạt động trực tiếp tạo ra hiệu quả kinh tế đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng của ngành kinh tế công nghệ xuất bản. Để đảm bảo mối quan hệ và quá trình tương tác hiệu quả giữa hội sách với phát triển văn hóa đọc hiện nay, một số vấn đề đặt ra cần được xem xét như sau:

Một là, việc đọc sách, nhất là việc tạo dựng môi trường đọc ở nhiều địa phương hiện nay chưa được coi trọng quan tâm đúng mức. Ở những vùng quê nghèo, sau giờ học trên lớp, phần lớn học sinh bận rộn việc phụ giúp cha mẹ công việc đồng áng, nội trợ. Ở thành phố, đô thị, sau giờ học chính khóa là hàng loạt các hoạt động học thêm, bồi dưỡng năng khiếu chuyên môn, để tối đến sau khi cơm nước xong, các em lại phải hoàn tất một số lượng lớn bài tập về nhà trước khi đến lớp vào sáng ngày mai. Thời gian rảnh, các em lại bị thu hút vào các chương trình gameshow, trò chơi hấp dẫn trên mạng xã hội. Cuộc sống với nhiều đổi thay, có những giá trị không hẳn mất đi, nhưng nếu không gìn giữ vun đắp sẽ dần mai một. Vấn đề ở đây là cần tạo dựng và phát triển môi trường văn hóa đọc. Tạo dựng thói quen đọc bắt đầu từ mỗi gia đình và rộng hơn là dòng tộc đến xóm làng. Hình thành thói quen đọc cá nhân từ nếp sống đẹp của gia đình, lan tỏa đến thói quen đọc của nhóm người/cộng đồng trong dòng tộc, làng xóm, tổ chức đoàn thể xã hội mang ý nghĩa xã hội và nhân văn sâu sắc.

Tạo dựng môi trường đọc vô cùng quan trọng để tạo sức ảnh hưởng tích cực và lan tỏa mạnh trong cộng đồng. Môi trường đọc như tấm gương soi chiếu, để nhiều người nhìn vào đó biết mình muốn gì, cần gì và phải làm gì để cuộc sống cá nhân tốt đẹp hơn, kéo theo sự phát triển toàn diện của xã hội. Văn hóa và tri

thức là thứ quý giá nhất mà bất kỳ cá nhân, hoặc xã hội nào cũng hướng tới, muốn chinh phục và chiếm lĩnh nó vì sự phát triển chung của nhân loại. Điều đó đòi hỏi gia đình, xã hội, chính phủ cần quan tâm xây dựng các thiết chế đọc công cộng, tạo môi trường hấp dẫn không những cho sự hội tụ lan tỏa văn hóa tri thức mà còn là nơi khơi nguồn sáng tạo văn hóa và tri thức trong cộng đồng. Tăng cường các hội sách với qui mô lớn, nhỏ (tùy theo điều kiện cho phép) tại các địa phương, để người dân có điều kiện gần gũi hơn với sách nhằm tiếp cận và tiếp thu những tri thức tinh hoa của nhân loại, dẫn đường cho hành trình phát triển của cá nhân và cộng đồng.

Hai là, sự phát triển cao của khoa học kỹ thuật và công nghệ làm cho các phương tiện truyền thông đại chúng đa phương tiện ngày càng chiếm ưu thế trong việc thỏa mãn nhu cầu văn hóa tinh thần cho cộng đồng. Tính sinh động, trực quan, hấp dẫn và lôi cuốn là đặc trưng của văn hóa nghe nhìn - dạng văn hóa đại chúng ngày nay đang có ảnh hưởng đáng kể đến văn hóa đọc - dạng văn hóa bác học ngày càng có nguy cơ xa dần công chúng bạn đọc. Tính nghiên cứu chuyên sâu, chuyên ngành về một vấn đề, một nội dung nhất định thể hiện ở dạng văn bản sách đòi hỏi cao về trình độ và năng lực của người thụ hưởng. Vì vậy, câu hỏi đặt ra ở đây đối với các nhà quản lý, lãnh đạo và chính doanh nghiệp làm sách là: *làm cách nào để sách vẫn là người thầy hướng dẫn, người bạn đồng hành của bạn đọc?*; Truyền thông đại chúng chỉ là công cụ phương tiện hỗ trợ việc tiếp nhận thụ hưởng thông tin và thực hiện chức năng giải trí đối với công chúng. Không gì khác ngoài việc chúng ta phải cân nhắc trong việc *tạo ra những cuốn sách hay có giá trị thực tiễn phù hợp với nhu cầu công chúng, đa dạng loại hình thể hiện để có thể phù hợp với cách thức thụ hưởng của các nhóm đối tượng theo sở thích và vùng miền; giá cả phù hợp với khả năng chi trả của người dân; tạo ra những môi trường và không gian đọc cộng*

đồng ý nghĩa chính là các hội sách qui mô lớn nhỏ được tổ chức hiện nay...

Ba là, nhu cầu đọc sách của công chúng có sự chênh lệch lớn giữa các vùng, miền địa phương trên cả nước. Nhu cầu đọc, nhu cầu về xuất bản phẩm là nhân tố nguồn gốc và quyết định sức mua, sức tiêu thụ xuất bản phẩm hiện nay. Nhu cầu của công chúng và nhu cầu thị trường về xuất bản phẩm quyết định tình hình và kết quả hoạt động của nhà xuất bản, công ty, doanh nghiệp sách và những chính sách lớn của Đảng và Nhà nước về phát triển văn hóa, văn hóa đọc của quốc gia. Sự mất cân đối lớn giữa nhu cầu đọc sách của công chúng theo vùng miền, địa phương, giữa các nhóm mặt hàng sách và giữa nhu cầu về sách với nhu cầu về các loại hình văn hóa truyền thông giải trí khác, đang đặt ra nhiều thách thức trong công tác quản lý của nhà nước, về chính sách và cơ chế quản lý. Trong đó, tạo dựng cơ sở hạ tầng, thiết chế văn hóa, không gian đọc công cộng và quản lý hiệu quả các thiết chế văn hóa trên là việc cần phải làm ngay đối với các cấp chính quyền địa phương hiện nay.

Bốn là, trong bối cảnh hội nhập quốc tế, thị trường xuất bản phẩm ở Việt Nam hiện nay có nhiều thay đổi và những biến động đáng kể về nhu cầu, loại hình xuất bản phẩm, mục tiêu hoạt động... Chưa bao giờ như lúc này, thị trường xuất bản lại có sự biến chuyển mạnh mẽ đến như vậy. Bắt đầu từ sự đa dạng và tinh tế của nhu cầu công chúng bạn đọc, sự đòi hỏi cao về chất lượng và giá trị nội dung tri thức trong sách, về hình thức và chất liệu thể hiện nội dung sách, về cách thức tiếp nhận và thẩm thấu tri thức của người đọc cho đến sự đòi hỏi và phản biện (thậm chí là quyết liệt) của người đọc đối với các thông tin về tri thức thể hiện trong sách của tác giả, là yêu cầu của bạn đọc đưa ra về lối mở, tinh hướng xử lý cho tác phẩm ở phần tiếp theo, những vấn đề nan giải, vấn đề nóng của xã hội đương đại, của giới trẻ, dư luận quan tâm... cần có hướng, cách giải quyết khách quan khoa học.

Các mặt hàng xuất bản phẩm không chỉ đa dạng phong phú ở thể loại chủng loại mà còn đa dạng ở loại hình, xuất bản phẩm trở nên vô cùng tiện ích với nhu cầu bạn đọc. Công chúng thụ hưởng chúng không phải tốn nhiều thời gian đi lại, tìm kiếm, lựa chọn tại các nhà sách, cửa hàng trên phố xá đông đúc, chật chội, với một máy tính xách tay hay một thiết bị điện thoại thông minh kết nối mạng, họ có thể có ngay một cuốn sách của riêng mình khi dùng vài thao tác trả tiền và tải sách xuống máy tính cá nhân/thiết bị di động để sử dụng.

Bên cạnh đó, trong điều kiện cạnh tranh hiện nay, không ít các đơn vị vì theo đuổi mục tiêu kinh tế đã cho ra đời những ấn phẩm chạy theo thị hiếu tầm thường, mang tính thị trường; tình trạng vi phạm bản quyền ngày một tăng; cơ cấu mặt hàng thiếu cân đối, thiếu tính định hướng làm cho người đọc có lúc, có nơi thật sự choáng ngợp, hoang mang khi muốn mua một cuốn sách. Sự kết nối giữa những người làm sách chưa thật sự chặt chẽ mà còn manh mún nhỏ lẻ theo kiểu “mạnh ai nấy làm”... Điều đó đã và đang đặt ra vấn đề, nhà nước cần văn bản hóa các chế tài xử phạt nghiêm minh, đủ hiệu lực phòng chống và ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật. Hệ thống các văn bản pháp luật cần được ban hành và bổ sung, điều chỉnh cho sát hợp với những diễn biến phức tạp trong thực tiễn thị trường xuất bản phẩm hiện nay:

Năm là, hội sách không chỉ là phương thức thương mại mà còn là không gian hội tụ và lan tỏa văn hóa, cần có chính sách tổ chức hội sách cho phù hợp với bối cảnh của Việt Nam hiện nay:

- Nhận thức hội sách là hoạt động văn hóa, truyền thông lan tỏa văn hóa trong cộng đồng, hoạt động mang nặng tính chất xã hội hơn là tính kinh tế thương mại. Hội sách là một hoạt động văn hóa cộng đồng, hoạt động khơi nguồn và lan tỏa tri thức của nhân loại trong cộng đồng. Coi trọng những giá trị, ý nghĩa văn hóa xã hội thực tế mà hội sách mang lại chính là việc Nhà nước và các cơ quan quản lý

về văn hóa cần xác định rõ mục đích tổ chức hội sách, qui định các hoạt động trong hội chợ, các đối tượng tham gia, mặt hàng xuất bản phẩm mang đến trung bày và giới thiệu....

- Xây dựng cơ chế, chính sách tham gia hội sách trên nguyên tắc tối thiểu hóa chi phí thuê gian hàng trưng bày, hỗ trợ kinh phí (nếu có) nhằm khuyến khích các đơn vị tham gia hội sách theo các nhiệm vụ chính trị trong năm.

- Xây dựng hệ thống truyền thông công cộng phục vụ cho các hoạt động ý nghĩa của hội sách; tăng cường các chính sách miễn phí cho các nhà xuất bản, đơn vị phát hành và truyền thông khi tham gia hội sách. Các nguồn lực trong hội sách nên tập trung cho việc tổ chức các hoạt động tri ân công chúng bạn đọc: Tọa đàm, giao lưu tác giả và bạn đọc; Hội thảo chuyên đề; Giới thiệu tác phẩm, tác giả; các chương trình khuyến mại, giảm giá....

Sáu là, cần khẩn trương đẩy mạnh việc triển khai thực hiện trong thực tiễn nước ta các nhiệm vụ và giải pháp theo Quyết định số 329/QĐ-TTg ngày 15-03-2017 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng đến năm 2020, định hướng đến năm 2030:

1. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền;
2. Xây dựng thói quen, trang bị kỹ năng và phương pháp đọc;
3. Hoàn thiện cơ chế, chính sách và đẩy mạnh xã hội hóa;
4. Nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống thư viện công lập, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin;

5. Nâng cao chất lượng nội dung và hình thức xuất bản phẩm;

6. Mở rộng hợp tác quốc tế” (3).

Nhằm đạt tới mục tiêu *Xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, hướng đến chân - thiện - mỹ, thấm nhuần tinh thần dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học. Văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh* (4) như Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã đặt ra./

Đ.T.Q

1. Điều 129 Luật Thương mại 2005.

2, 3. Quyết định số 329/QĐ-TTg ngày 15-03-2017 của Thủ tướng Chính phủ về *Phê duyệt Đề án phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.

4. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI (Nghị quyết số 33-NQ/TW) (2014)*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

Tài liệu tham khảo khác

1. Chỉ thị số 42/CT-TU của Ban Bí thư về ngày 25-8-2004 về *Nâng cao chất lượng toàn diện hoạt động xuất bản*.
2. Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 06-05-2009 của Thủ tướng Chính phủ về *Phê duyệt “Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020”*.
3. Quyết định số 284/QĐ-TTg ngày 24-02-2014 của Thủ tướng Chính phủ về *Ngày sách Việt Nam*.
4. *Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản, in, phát hành hàng năm của Cục Xuất bản, Bộ Thông tin và Truyền thông (từ 2010 đến nay)*.

Đỗ Thị Quyên: *Book fairs in Vietnam and reading culture development at present*

Book fair - a display and introduction of books to readers, honoring the book makers, transmitting book messages and human knowledge embedded in books. Book fairs not only provide economic values but also bring great cultural values, contributing to improvement of reading culture, knowledge enhancement of the public, socio-economic development of a country. The article identifies a close relation between reading culture development and book fair organization, issues raised in the development of reading culture at present. Promoting the role of book fairs, making book fairs a premise and driver of reading culture development is an essential and urgent task in our country today.

Keywords: Book fair, reading culture, reading culture development.