

CÁC XU THẾ XUẤT BẢN TRONG KỶ NGUYÊN SỐ VÀ ĐỀ XUẤT ĐỐI VỚI NGÀNH XUẤT BẢN VIỆT NAM

★ TS VŨ THÙY DƯƠNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

- **Tóm tắt:** Bài viết hệ thống các xu thế tiêu biểu của ngành xuất bản toàn cầu trong kỷ nguyên số. Từ kết quả nghiên cứu đó, tác giả đề xuất các gợi ý chính sách, giải pháp phát triển nguồn nhân lực, lựa chọn công nghệ và đổi mới mô hình kinh doanh cho ngành xuất bản Việt Nam.
- **Từ khóa:** xu thế; xuất bản; thế giới; Việt Nam; kỷ nguyên số.

Publishing in the digital age and suggestions for the Vietnamese publishing industry

- **Abstract:** This article systematically presents the typical trends of the global publishing industry in the digital age. Based on the research results, the author proposes policy suggestions and solutions for developing human resources, selecting technology and innovating business models for the Vietnamese publishing industry.
- **Keywords:** trends; publishing; world; Vietnam; digital age.

1. Mở đầu

Trong kỷ nguyên số, ngành xuất bản toàn cầu đang tái định hình mạnh mẽ nhờ công nghệ, internet và thiết bị di động. Hệ sinh thái xuất bản đã mở rộng từ ấn phẩm in sang đa nền tảng, như sách điện tử (ebook), sách nói (audiobook), tạp chí số và nội dung tương tác. Sự chuyển dịch này không chỉ thay đổi quy trình sản xuất, phân phối mà còn định hình lại hành vi và trải nghiệm của độc giả. Trí tuệ nhân tạo (AI) đóng vai trò trung tâm, hỗ trợ biên tập, dịch thuật, kiểm lỗi, phân tích dữ liệu và cá nhân hóa đề xuất đọc. Các mô hình học liệu ngắn, podcast và đa phương tiện giúp tri thức trở nên dễ tiếp cận và hấp dẫn hơn. Xuất bản hiện đại chuyển từ tư duy “đưa sản phẩm ra thị trường” sang “lấy người dùng làm trung tâm”, coi dữ liệu và trải nghiệm là tài sản chiến

lược. Đối với Việt Nam, nắm bắt xu hướng này là cơ hội để phát triển ngành xuất bản hiện đại, bền vững trong kỷ nguyên phát triển mới.

2. Nội dung

2.1. Các xu thế xuất bản trên thế giới hiện nay

Xu thế chuyển đổi số ngành xuất bản toàn cầu

Chuyển đổi số đang trở thành xu thế bao trùm, tác động mạnh mẽ đến ngành xuất bản toàn cầu. Trong hơn một thập kỷ qua, chuyển đổi số đã tạo ra bước ngoặt lớn cho ngành xuất bản thế giới, sách điện tử (ebook) và sách nói (audiobook) trở thành hai loại hình xuất bản phẩm có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất, quy mô thị trường xuất bản số thế giới đạt khoảng 120 tỷ USD⁽¹⁾. Tại Mỹ, doanh thu sách điện tử đạt gần 1 tỷ USD/năm, còn sách nói đạt 2 tỷ USD năm 2023 và tiếp tục tăng trưởng hai con số⁽²⁾.

Ở châu Âu, thị trường sách điện tử dự báo vượt 11 tỷ USD vào năm 2029; tại Thụy Điển, sách nói chiếm 35% doanh thu xuất bản. Hệ sinh thái phân phối số cũng mở rộng nhanh chóng: Amazon chiếm 50% thị phần sách điện tử Mỹ, sở hữu hơn 200.000 đầu sách nói trên Audible⁽³⁾. Công nghệ thúc đẩy tự xuất bản (self-publishing), giúp tác giả trực tiếp phát hành mà không cần thông qua nhà xuất bản. Tại châu Á, Trung Quốc phát triển mạnh mẽ mảng sách điện tử và tiểu thuyết mạng (web novel), Tập đoàn Công nghệ ByteDance (Trung Quốc) đầu tư 170 triệu USD⁽⁴⁾ vào nền tảng Zhangyue để phát triển ứng dụng đọc sách dùng giọng nói của AI. Trong khi đó, Hàn Quốc nổi bật với mô hình truyện tranh kỹ thuật số (webtoon) có khả năng mở rộng sang sách in, phim và trò chơi. Ở Nhật Bản - thị trường truyện tranh kỹ thuật số lớn nhất thế giới, webtoon của Hàn Quốc cũng chiếm hơn 70% thị phần⁽⁵⁾.

Xuất bản đa nền tảng và tích hợp nội dung

Trong kỷ nguyên số, xuất bản đa nền tảng (cross-platform publishing) trở thành xu hướng tất yếu, cho phép nội dung được phát hành đồng thời trên nhiều kênh và định dạng nhằm tối đa hóa khả năng tiếp cận độc giả. Một tác phẩm có thể tồn tại song song dưới dạng sách in, sách điện tử, sách nói, thậm chí được chuyển thể thành phim hoặc trò chơi điện tử, tạo nên chuỗi giá trị nội dung khép kín. Các sách điện tử mở rộng (enhanced ebook) ngày nay có thể nhúng âm thanh, hình ảnh, video, đem lại trải nghiệm đọc tương tác hấp dẫn cho thế hệ độc giả trẻ quen với nội dung đa phương tiện⁽⁶⁾.

Bên cạnh đó, xuất bản đa nền tảng còn yêu cầu đồng bộ hóa trải nghiệm đọc giữa các thiết bị như máy tính, điện thoại thông minh và sách nói, thúc đẩy các nhà xuất bản áp dụng thiết kế đáp ứng và hợp tác với doanh nghiệp công nghệ

để hình thành hệ sinh thái nội dung số toàn diện. Tại Hàn Quốc và Trung Quốc, các tập đoàn lớn như Naver, Kakao, Tencent, Alibaba từ nội dung của sách đã tích hợp nền tảng đọc truyện, xem phim và thiết kế trò chơi điện tử, tạo ra hiệu ứng cộng hưởng giữa xuất bản, điện ảnh và công nghiệp sáng tạo⁽⁷⁾. Truyền thông xã hội trở thành công cụ tiếp thị trọng yếu. Trào lưu BookTok trên TikTok đã đạt hơn 85 tỷ lượt xem vào năm 2022, giúp doanh số sách in thể loại Young Adult (dòng sách hướng đến độc giả thanh niên từ 12 - 18 tuổi) tại Mỹ tăng 30% so với cùng kỳ năm trước⁽⁸⁾. Tại Việt Nam, tính đến tháng 5-2024, cộng đồng sách BookTok trào lưu này đã thu về 2,5 tỷ lượt chia sẻ, 834 nghìn bài đăng tải về nội dung các cuốn sách⁽⁹⁾. Hiện tượng này cho thấy xuất bản hiện đại không thể tách rời môi trường truyền thông số.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo và tự động hóa trong xuất bản

Trí tuệ nhân tạo đang trở thành động lực trọng yếu trong quá trình chuyển đổi số của ngành xuất bản toàn cầu, khi được ứng dụng vào hầu hết các khâu từ biên tập, dịch thuật đến tiếp thị và phân phối. Theo nghiên cứu của Trường Báo chí và Truyền thông Annenberg thuộc Đại học Nam California, trí tuệ nhân tạo tuy chưa thể sáng tác hoàn chỉnh một tác phẩm văn học lớn nhưng đã chứng minh khả năng hỗ trợ xây dựng cốt truyện, gợi ý nội dung và tăng mức độ tương tác của độc giả: “AI chưa sẵn sàng để viết một cuốn sách bán chạy nhất, nhưng nó là một công cụ mạnh mẽ có thể cải thiện cốt truyện và tăng mức độ tương tác của độc giả”⁽¹⁰⁾.

Nhiều tác giả trên thế giới đã bắt đầu thử nghiệm đồng sáng tác với AI, mở ra kỷ nguyên hợp tác giữa con người và máy móc trong sáng tạo văn học. AI giúp tự động hóa nhiều quy trình xuất bản như dịch thuật, kiểm tra chính tả, ngữ

pháp, phát hiện đạo văn, đồng thời hỗ trợ phân tích hành vi người đọc để gợi ý nội dung phù hợp.

Ở Việt Nam, nền tảng Alpha.AI của Alpha Books đã ứng dụng AI để dịch và biên tập song song giữa máy và người, giúp rút ngắn 70% thời gian xử lý bản thảo. Trên thế giới, các nhà xuất bản học thuật sử dụng phần mềm như iThenticate nhằm bảo đảm tính liêm chính khoa học, còn các dự án như ThinkPub (2024 - 2027) của Liên minh châu Âu xác định AI là công nghệ trọng tâm trong nâng cao năng lực ngành xuất bản⁽¹¹⁾.

Tuy nhiên, cùng với lợi ích, AI cũng đặt ra thách thức đạo đức về bản quyền và sáng tạo, khi vai trò của con người chuyển từ “người sáng tạo” sang “người giám sát”. Do đó, xu hướng chung hiện nay là coi AI như công cụ hỗ trợ, kết hợp sức mạnh công nghệ với giá trị nhân văn trong sáng tạo nội dung.

Xuất bản hướng đến người dùng và cá nhân hóa nội dung

Cốt lõi của xu hướng này là cá nhân hóa nội dung, cung cấp đúng sản phẩm, đúng thời điểm và đúng cách thức đọc giả mong muốn. Các nhà xuất bản ngày nay thu thập và phân tích dữ liệu hành vi đọc để gợi ý sách phù hợp với từng cá nhân, tương tự Netflix gợi ý phim. Hệ thống của Amazon và Goodreads đã chứng minh hiệu quả khi giúp tăng đáng kể mức độ gắn bó của độc giả⁽¹²⁾. Bên cạnh công nghệ, xuất bản lấy người dùng làm trung tâm còn thể hiện ở sự tham gia của cộng đồng trong sáng tạo nội dung. Nền tảng Wattpad cho phép người dùng viết, bình luận và xuất bản trực tuyến; nhiều tác phẩm nổi bật từ nền tảng này được các nhà xuất bản truyền thống mua bản quyền.

Ở Trung Quốc, mô hình kinh doanh truyện trả tiền theo chương cũng phản ánh mối tương tác hai chiều giữa tác giả và độc giả. Ngoài ra, các cộng đồng đọc trực tuyến như câu lạc bộ

sách, nhóm Facebook và trào lưu BookTok trên TikTok đang định hình lại thị hiếu đọc. Một khảo sát tại Anh cho thấy 38% người trẻ tin tưởng gợi ý từ BookTok hơn gia đình, bạn bè; 68% cho biết BookTok khiến họ đọc cả những thể loại sách mới⁽¹³⁾. Điều này chứng minh sức ảnh hưởng của cộng đồng trong việc định hướng thị hiếu và khuyến khích văn hóa đọc.

Nội dung ngắn và xu hướng tương tác, đa nhiệm

Ngành xuất bản trong thời đại số đang thích ứng mạnh mẽ với xu hướng nội dung ngắn và tương tác cao nhằm bắt kịp sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận thông tin của độc giả, đặc biệt là giới trẻ. Một minh chứng tiêu biểu là sự ra đời của các nền tảng tóm tắt sách như Blinkist (của Đức) hay MentorBox (của Mỹ), giúp người dùng nắm được kiến thức chính chỉ trong vài phút qua văn bản hoặc âm thanh⁽¹⁴⁾. Phương pháp học qua các đoạn ngắn (microlearning) đang trở thành xu hướng nổi bật, được nhiều nhà xuất bản áp dụng trong giáo dục và phổ biến tri thức⁽¹⁵⁾.

Các định dạng như thẻ ghi nhớ (flashcards), video học nhanh hay cảm nang điện tử mini đang được nhiều nhà xuất bản triển khai, góp phần đa dạng hóa hệ sinh thái nội dung số. Bên cạnh đó, yếu tố tương tác đang định hình lại trải nghiệm đọc. Nhiều sách điện tử hiện đại tích hợp yếu tố tương tác từ mô phỏng, câu hỏi, hoặc thí nghiệm ảo giúp độc giả chủ động hơn trong quá trình tiếp nhận. Dòng tiểu thuyết tương tác Visual novel tại Nhật Bản hay các ứng dụng đọc truyện dạng “tin nhắn hội thoại” như Hooked, Tap là minh chứng cho việc kết hợp giữa đọc và chơi, tạo ra trải nghiệm nhập vai hấp dẫn. Ngoài ra, lĩnh vực xuất bản cũng mở rộng sang các trải nghiệm đa phương tiện, ứng dụng công nghệ AR/VR để độc giả “bước vào thế giới sách”, đặc biệt phổ biến trong mảng thiếu nhi. Các tờ tạp chí và nhà xuất bản cũng đẩy mạnh sản xuất các

nội dung tương tác dạng ngắn như podcast, video hoạt họa, infographic nhằm thu hút độc giả trong kỷ nguyên số.

Số hóa kho nội dung di sản và lưu trữ tri thức

Số hóa di sản tri thức là xu thế trọng yếu của ngành xuất bản toàn cầu, nhằm bảo tồn và phổ biến kho tàng văn hóa học thuật trong kỷ nguyên số. Việc chuyển đổi các tài liệu vật lý như sách cổ, báo chí, bản thảo hay tranh ảnh sang định dạng số không chỉ hạn chế nguy cơ hư hại theo thời gian, mà còn mở rộng khả năng tiếp cận cho công chúng và giới nghiên cứu. Tại châu Âu, chương trình Europeana (năm 2008) đã tập hợp hàng chục triệu tài liệu số hóa từ các thư viện và bảo tàng quốc gia, thúc đẩy chia sẻ dữ liệu mở phục vụ cộng đồng sáng tạo và xuất bản độc lập. Các sáng kiến tương tự ở Anh, Pháp, Đức hay Google Books tại Mỹ đều hướng tới xây dựng một cơ sở dữ liệu tri thức chung, vừa phục vụ học thuật, vừa tạo nguồn cảm hứng sáng tạo mới cho ngành xuất bản sách.

Tại châu Á, hợp tác khu vực được đẩy mạnh thông qua dự án Thư viện Kỹ thuật số CJK do Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc phối hợp triển khai, kết nối kho tư liệu di sản của ba nước, cho phép truy cập đồng bộ bản thảo cổ và tài liệu quý. Các thư viện quốc gia đang mở rộng dịch vụ truy cập mở, ứng dụng OCR và dịch tự động để công chúng tiếp cận dễ hơn với nguồn tư liệu cổ. Số hóa di sản không chỉ phục vụ mục tiêu bảo tồn mà còn tạo ra giá trị kinh tế sáng tạo cho ngành xuất bản, khi các tác phẩm kinh điển hết hạn bản quyền có thể được tái bản, hiệu đính hoặc chuyển ngữ với chi phí thấp. Mặc dù thách thức về bản quyền và kinh phí còn lớn, nhiều quốc gia phát triển vẫn xem đây là một khoản đầu tư chiến lược dài hạn để giữ gìn và lan tỏa tri thức văn hóa cho thế hệ tương lai⁽¹⁶⁾.

Mô hình xuất bản mở và truy cập mở trong học thuật

Trong lĩnh vực xuất bản học thuật, xu hướng “mở hóa” tri thức đang lan rộng toàn cầu, thể hiện qua mô hình truy cập mở (open access), tài nguyên giáo dục mở (OER) và xuất bản phi lợi nhuận. Mục tiêu của phong trào này là xóa bỏ rào cản chi phí và bản quyền, giúp mọi người có thể tiếp cận tri thức công bằng hơn.

Phong trào truy cập mở bắt đầu từ đầu thế kỷ XXI, khi cộng đồng khoa học yêu cầu mọi nghiên cứu được tài trợ công phải được công bố miễn phí. Các sáng kiến như “Plan S” của Liên minh châu Âu đã buộc nhiều tạp chí và nhà xuất bản lớn điều chỉnh chính sách, cho phép tác giả giữ bản quyền hoặc công bố theo mô hình mở⁽¹⁷⁾. Những tạp chí uy tín như Nature và Royal Society cũng tham gia kế hoạch này, hướng đến mô hình “Subscribe to Open” (hình thức chuyển đổi từ mô hình thuê bao sang truy cập mở trong xuất bản học thuật) mở truy cập nếu đủ lượng đặt mua định kỳ⁽¹⁸⁾.

Song song với đó, các trường đại học phát triển giáo trình mở và dữ liệu học thuật mở, như MIT OpenCourseWare (nguồn tài nguyên mở của Viện Công nghệ Massachusetts - MIT), nhằm giảm chi phí và khuyến khích chia sẻ tri thức. Trong giáo dục, sách giáo khoa mã nguồn mở cho phép giảng viên chỉnh sửa nội dung theo nhu cầu lớp học. Mô hình “mở” còn lan sang xuất bản cộng đồng, phần mềm mã nguồn mở và huy động vốn từ độc giả. Hệ thống OJS (Open Journal Systems) hỗ trợ hàng nghìn tạp chí độc lập quản lý quy trình xuất bản trực tuyến⁽¹⁹⁾.

Tuy nhiên, vấn đề tài chính bền vững vẫn là thách thức khi độc giả không trả phí, chi phí biên tập và vận hành được chuyển sang tác giả hoặc quỹ tài trợ. Dù vậy, các mô hình mới như Diamond Open Access hay Subscribe to Open

đang chứng minh khả năng dung hòa lợi ích giữa học giả, nhà xuất bản và cộng đồng tri thức toàn cầu.

Hợp tác và toàn cầu hóa trong ngành xuất bản

Các nhà xuất bản, công ty công nghệ và tổ chức quốc tế liên kết để chuyển đổi số mở rộng thị trường, chia sẻ tri thức. Ở châu Âu, dự án ThinkPub quy tụ nhiều tổ chức cùng phát triển thư viện học liệu và chương trình huấn luyện số, thúc đẩy năng lực xuất bản kỹ thuật số. Các hội chợ sách quốc tế như Frankfurt, London hay Bắc Kinh đóng vai trò trung tâm kết nối bản quyền và giao lưu nội dung. Nhiều mô hình hợp tác thành công như Marvel - Netflix (chuyển thể truyện tranh thành phim) hay liên doanh Kadokawa - Dupuis (phát hành manga số tại Pháp) cho thấy xu hướng liên ngành giữa xuất bản và công nghệ.

Hiệp hội Các nhà xuất bản quốc tế (IPA) thúc đẩy chuẩn hóa quy định xuất bản điện tử và bản quyền quốc tế, góp phần đồng bộ thị trường toàn cầu. Nhiều quốc gia đã áp dụng chính sách dịch thuật, tài trợ xuất bản và quảng bá quốc tế để bảo vệ và lan tỏa văn hóa dân tộc. Thực tế cho thấy, độc giả toàn cầu ngày càng quan tâm đến tác phẩm đa văn hóa nếu được tiếp thị hiệu quả. Thành công của tiểu thuyết *Khi núi hát* (The Mountains Sing) của tác giả Nguyễn Phan Quế Mai, viết bằng tiếng Anh và được đón nhận ở Mỹ, châu Âu là minh chứng rằng văn học Việt Nam có thể vươn ra thế giới nếu có chiến lược xuất bản và hợp tác quốc tế phù hợp.

2.2. Cơ hội và thách thức đối với xuất bản Việt Nam

Những xu hướng toàn cầu trong xuất bản đang mở ra cơ hội lớn nhưng cũng đặt ra thách thức không nhỏ cho Việt Nam. Với dân số trẻ, tỷ lệ sử dụng internet và smartphone cao, Việt Nam có tiềm năng phát triển mạnh mẽ thị trường nội dung số, đặc biệt là sách điện tử và sách nói.

Sự phổ biến của mạng xã hội và video trực tuyến cho thấy nhu cầu tiêu thụ nội dung số đang gia tăng, nếu ngành xuất bản nắm bắt và thiết kế sản phẩm phù hợp với thói quen người dùng.

Chính phủ Việt Nam đang đẩy mạnh chương trình chuyển đổi số quốc gia, trong đó ngành xuất bản được xác định là một lĩnh vực ưu tiên. Việc tổ chức các diễn đàn và hội thảo chuyên về xuất bản số như: Diễn đàn xuất bản số quốc gia, hay Tuần lễ chuyển đổi số ngành xuất bản cho thấy quyết tâm đổi mới toàn diện của ngành. Bên cạnh đó, xu hướng số hóa di sản tri thức và ứng dụng trí tuệ nhân tạo mở ra cơ hội bảo tồn, khai thác kho nội dung tiếng Việt phong phú và quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới.

Tuy nhiên, thách thức đặt ra đối với ngành xuất bản Việt Nam là không nhỏ. Trước hết, vấn đề bản quyền vẫn là rào cản lớn nhất. Tình trạng vi phạm bản quyền, đặc biệt trong mảng sách điện tử, đang diễn ra phổ biến và gây thiệt hại nghiêm trọng. Ebook lậu tràn lan trên mạng, các bản PDF của sách mới phát hành thường bị chia sẻ chỉ trong thời gian ngắn. Ý thức tuân thủ, chấp hành quy định quyền sở hữu trí tuệ của người đọc chưa cao, nhiều người coi việc đọc sách điện tử lậu là điều bình thường. Các nhà xuất bản có tâm lý e ngại khi xuất bản sách điện tử có bản quyền do lo ngại sách bị sao chép lậu.

Thách thức tiếp theo là hạn chế về nhân lực và hạ tầng công nghệ. Phần lớn các nhà xuất bản trong nước vẫn vận hành theo mô hình truyền thống, đội ngũ thiếu kỹ năng về công nghệ số, dữ liệu hay marketing trực tuyến. Việc áp dụng các xu hướng như cá nhân hóa nội dung, xuất bản đa nền tảng hay ứng dụng AI đòi hỏi đội ngũ nhân sự có chuyên môn liên ngành giữa xuất bản và công nghệ, điều mà hiện nay Việt Nam còn rất thiếu. Mặc dù một số chương trình tập huấn chuyển đổi số đã được tổ chức, nhưng để hình

thành đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp cần có chiến lược đào tạo dài hạn và hệ sinh thái hỗ trợ đồng bộ. Ở góc độ hạ tầng, dù tỷ lệ người dùng internet ở Việt Nam cao, nhưng các nền tảng đọc, nghe sách bản quyền vẫn còn manh mún, rời rạc, chưa tạo thành hệ sinh thái nội dung thống nhất. Thanh toán trực tuyến cũng là một trở ngại khi nhiều người chưa quen trả phí cho nội dung số hoặc gặp khó khăn trong quá trình thanh toán, khiến doanh thu của nền tảng khó tăng trưởng.

Thách thức nữa nằm ở mô hình kinh doanh. Các xu hướng xuất bản số đòi hỏi đổi mới cách thức tạo doanh thu và phân phối. Trong bối cảnh độc giả Việt quen đọc sách in truyền thống, việc thuyết phục họ trả phí tương đương cho sách điện tử hoặc sách nói là không dễ. Mô hình thuê bao đọc - nghe không giới hạn các đầu sách trong một khoảng thời gian nhất định hay gói hội viên chỉ khả thi khi đạt được quy mô người dùng đủ lớn. Ngoài ra, những mô hình doanh thu mới như quảng cáo tích hợp, thưởng cho tác giả dựa trên mức độ tương tác hoặc bán vật phẩm kỹ thuật số vẫn chưa được thử nghiệm rộng rãi ở Việt Nam.

Các doanh nghiệp xuất bản số trong nước cũng phải đối mặt với bài toán cân bằng giữa đổi mới và bảo tồn: nếu phát triển mạnh mẽ kỹ thuật số, họ cần bảo đảm không làm suy giảm thị phần sách in vốn đã nhiều khó khăn. Điều này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp, các hiệp hội xuất bản và cơ quan quản lý nhà nước nhằm xây dựng định hướng chiến lược phù hợp và bền vững.

2.3. Một số đề xuất đối với ngành xuất bản Việt Nam

Thứ nhất, về định hướng chiến lược và chính sách hỗ trợ chuyển đổi số

Chuyển đổi số toàn diện là xu hướng tất yếu, đồng thời là yêu cầu cấp thiết để ngành xuất bản Việt Nam thích ứng với môi trường số và hội

nhập quốc tế. Cơ quan quản lý như Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần ban hành Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số ngành xuất bản đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 với mục tiêu và lộ trình cụ thể cho từng giai đoạn.

Nhà nước cần triển khai các chính sách ưu đãi về thuế và tài chính, như miễn hoặc giảm thuế giá trị gia tăng cho sách điện tử, sách nói và các dịch vụ nội dung số; đồng thời thành lập Quỹ hỗ trợ chuyển đổi số ngành xuất bản nhằm hỗ trợ các nhà xuất bản nâng cấp hạ tầng, đầu tư nền tảng số và đào tạo nhân lực. Bên cạnh đó, cơ quan quản lý cần hoàn thiện hành lang pháp lý cho xuất bản điện tử, bao gồm quy định về lưu chiểu, kiểm soát nội dung, xác thực bản quyền và cơ chế chia sẻ doanh thu trong môi trường số. Đặc biệt, vấn đề quản lý bản quyền số cần được chú trọng để ngăn chặn tình trạng vi phạm bản quyền trên môi trường mạng. Cuối cùng, Việt Nam cần coi hợp tác quốc tế là một chiến lược lâu dài, chủ động tham gia các hội chợ, dự án hợp tác khu vực và chương trình đào tạo xuất bản số toàn cầu, nhằm nâng cao năng lực đội ngũ, tiếp cận công nghệ tiên tiến và quảng bá hình ảnh xuất bản Việt Nam ra thế giới.

Thứ hai, đào tạo nhân lực và phát triển năng lực số trong xuất bản

Con người là trung tâm của quá trình chuyển đổi số. Để bảo đảm chuyển đổi số thành công, cần chú trọng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có năng lực số cao, kết hợp giữa kỹ năng công nghệ và hiểu biết sâu về nội dung.

Các nhà xuất bản nên tiến hành đánh giá năng lực số hiện tại của nhân viên để xây dựng các chương trình bồi dưỡng phù hợp, đặc biệt tập trung vào các kỹ năng như quản trị hệ thống nội dung, định dạng sách điện tử, thiết kế giao diện trải nghiệm người dùng, tiếp thị kỹ thuật số và phân tích dữ liệu đọc.

Các cơ sở đào tạo đại học, sau đại học ngành xuất bản, báo chí, thông tin - thư viện cần cập nhật chương trình giảng dạy theo hướng gắn lý thuyết với thực hành, đưa các môn học về công nghệ xuất bản điện tử, bản quyền số, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo... vào giảng dạy chính khóa. Ngoài ra, cần tăng cường hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp xuất bản, giúp sinh viên được thực tập, thực tế trong môi trường xuất bản số.

Bên cạnh đào tạo nội bộ, ngành xuất bản cũng cần thu hút nhân sự công nghệ, hình thành các vị trí mới như kỹ sư phần mềm xuất bản, chuyên viên dữ liệu độc giả, hay quản trị sản phẩm số. Nhà nước nên xem xét thành lập Trung tâm đổi mới sáng tạo xuất bản số quốc gia, nơi ươm tạo nhân lực và ý tưởng, kết nối doanh nghiệp, trường đại học và cơ quan quản lý để phát triển nguồn nhân lực cho ngành trong dài hạn.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ mới và phát triển sản phẩm xuất bản đa dạng

Công nghệ mới là động lực trọng yếu trong quá trình nâng cao năng suất và sáng tạo sản phẩm. Ngành xuất bản cần đẩy mạnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và internet vạn vật (IoT) để tối ưu quy trình biên tập, phát hành và quảng bá.

Trí tuệ nhân tạo có thể hỗ trợ kiểm tra chính tả, dịch máy, tóm tắt nội dung, gợi ý tiêu đề hoặc đề xuất từ khóa, giúp biên tập viên tiết kiệm thời gian và tăng độ chính xác. Ngoài ra, các chatbot tự vận tự động và công cụ gợi ý cá nhân hóa giúp tăng tính tương tác và giữ chân độc giả. Cá nhân hóa nội dung dựa trên phân tích hành vi đọc của người dùng sẽ trở thành xu hướng chính, tương tự cách Netflix hoặc Amazon đề xuất sản phẩm. Các nhà xuất bản cần đầu tư hệ thống phân tích dữ liệu để hiểu sâu hơn về nhu cầu độc giả, từ đó thiết kế các chiến dịch quảng bá và phát triển nội dung trúng đích.

Đặc biệt, việc phát triển sản phẩm đa nền tảng là hướng đi chiến lược: cùng một tác phẩm có thể tồn tại ở dạng sách điện tử, sách nói, podcast, hoặc tương tác đa phương tiện. Công nghệ chuyển văn bản thành giọng nói kết hợp giọng nói AI giúp tạo ra sách nói với chi phí thấp và chất lượng cao, mở rộng khả năng tiếp cận đến nhóm độc giả khuyết tật hoặc người dùng di động. Để bảo đảm tính bền vững, cần xây dựng nền tảng xuất bản số quốc gia, tập hợp và quản lý thống nhất toàn bộ sách điện tử, sách nói của các nhà xuất bản. Nền tảng này nên tích hợp hệ thống thanh toán, kiểm soát bản quyền và khuyến nghị nội dung, hướng tới hình thành hệ sinh thái đọc số Việt Nam cạnh tranh với thị trường quốc tế.

Thứ tư, đổi mới mô hình kinh doanh và nâng cao trải nghiệm người dùng

Trong môi trường nội dung số cạnh tranh cao, ngành xuất bản Việt Nam cần chuyển đổi mô hình kinh doanh từ tư duy “bán sản phẩm” sang “cung cấp dịch vụ nội dung”.

Mô hình thuê bao nội dung, tương tự Kindle Unlimited hay Fonos, cho phép độc giả trả phí định kỳ để truy cập kho nội dung không giới hạn giúp tạo nguồn thu ổn định và tăng thời gian tương tác. Song song với đó, mô hình freemium cung cấp một phần nội dung miễn phí, thu phí cho phần nâng cao, phù hợp với đặc điểm tâm lý người dùng Việt, giúp hình thành thói quen trả tiền cho tri thức số. Các nhà xuất bản có thể khai thác giá trị đa tầng từ sở hữu trí tuệ sách, như bán bản quyền chuyển thể sang phim, game hoặc tổ chức các khóa học và sản phẩm phụ trợ. Việc hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ, nhà mạng và nền tảng thanh toán sẽ giúp mở rộng kênh tiếp cận người dùng, đa dạng hóa doanh thu. Bên cạnh đó, cần đặt người đọc làm trung tâm, chú trọng nâng cao trải nghiệm người dùng.

Ứng dụng đọc - nghe sách cần có giao diện trực quan, tốc độ tải nhanh, khả năng đồng bộ trên nhiều thiết bị và tích hợp tính năng cộng đồng như bình luận, chia sẻ, đánh giá. Việc áp dụng yếu tố trò chơi hóa (gamification) tích điểm, huy hiệu, bảng xếp hạng sẽ tạo động lực đọc và giữ chân độc giả lâu hơn.

Cuối cùng, marketing số đóng vai trò quan trọng trong lan tỏa giá trị sách. Các nhà xuất bản nên tận dụng nền tảng mạng xã hội như TikTok, Facebook hay YouTube để tổ chức các chiến dịch sáng tạo như BookTok, thử thách đọc sách, phỏng vấn tác giả, minigame nhằm thu hút độc giả trẻ. Sự kết hợp giữa truyền thông xã hội và nội dung có chất lượng tốt, đa dạng hình thức phát hành truyền thống và trực tuyến sẽ giúp ngành xuất bản Việt Nam vừa hiện đại, vừa gần gũi, vừa có bản sắc riêng.

3. Kết luận

Ngành xuất bản toàn cầu đang chuyển mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên số, với các xu hướng như sách điện tử, sách nói, xuất bản đa nền tảng, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và mô hình truy cập mở. Việc tham khảo các giá trị từ xu hướng toàn cầu, kết hợp với sự sáng tạo và thích nghi của người làm công tác xuất bản Việt Nam, được kỳ vọng sẽ giúp ngành nắm bắt thời cơ của kỷ nguyên số. Việt Nam có nhiều lợi thế nhờ dân số trẻ, hạ tầng số phát triển và chính sách chuyển đổi số của Nhà nước, nhưng cũng đối mặt với thách thức như tình trạng vi phạm bản quyền và thiếu nhân lực công nghệ. Để phát triển bền vững, cần hoàn thiện khung pháp lý, đào tạo nhân lực, ứng dụng công nghệ mới, đổi mới mô hình kinh doanh linh hoạt và nâng cao trải nghiệm người dùng. Nếu tận dụng hiệu quả, ngành xuất bản Việt Nam sẽ bứt phá và hội nhập sâu rộng với thị trường quốc tế □

Ngày nhận bài: 19-10-2025;

Ngày bình duyệt: 18-12-2025;

Ngày duyệt đăng: 22-12-2025.

Email tác giả: duongthuyvuxb1978@gmail.com

(1), (15) Hải Lâm: *Định hướng và giải pháp của ngành xuất bản trong kỷ nguyên số*, <https://nhandan.vn>, ngày 24-6-2025.

(2) Bảo Lam: *Sách nói có xu hướng gia tăng*, <https://baocantho.com.vn>, ngày 23-9-2024.

(3), (4), (10), (14) Minh Hoa: *Loạt xu hướng xuất bản hàng đầu toàn cầu 2023 - 2025*, <https://znews.vn>, ngày 24-1-2023.

(5) Đình Phạm: *Ngành sách in hưởng lợi từ sự bùng nổ của webtoon ở Hàn Quốc*, <https://lifestyle.znews.vn>, ngày 19-12-2022.

(6), (7), (12) Gokulnath B: *What's Next for Digital Publishing? Key Trends to Watch*, <https://www.hurix.com>, 10-5-2025.

(8), (13) Gino Querini: *Individuality Underpins BookTok's Profound Impact on Book Sales*, <https://www.stateofdigitalpublishing.com>, 20-9-2023.

(9) Linh Đan, Sơn Hà: *BookTok và những cơn số không ngờ lan tỏa văn hóa đọc*, <https://vietnamnet.vn>, ngày 6-5-2024.

(11) Jarosław Adamowski: *Europe's 'ThingPub' Project: Cross - Border Collaboration*, <https://publishingperspectives.com>, 7-4-2025.

(16) Kim, Hyeon-ok, Machiya, Daichi: *CJK Digital Library, a Digital Archive Surveying Heritage of Knowledge and Culture in Asia*, <https://repository.ifla.org>, 2017.

(17) Richard Van Noorden: *Nature to join open-access Plan S, publisher says*, <https://www.researchgate.net>, 4-2020.

(18), (19) Malavika Legge: *To Complete the Open Access Transition, First Ask the Right Questions*, <https://katinamagazine.org>, 27-3-2025.