

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

TRẦN THỊ MAI DUNG

**HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ XUẤT BẢN

Hà Nội-2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

TRẦN THỊ MAI DUNG

**HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ**

NGÀNH: Xuất bản

MÃ SỐ: 9.32.04.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ XUẤT BẢN

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

Người hướng dẫn 1: PGS,TS Trần Hải Minh

Người hướng dẫn 2: PGS,TS Lê Văn Yên

Hà Nội-2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan luận án là công trình nghiên cứu khoa học nghiêm túc, độc lập của riêng tôi. Các số liệu và trích dẫn trong luận án đảm bảo tính trung thực, đáng tin cậy, tôn trọng quyền tác giả. Các kết quả nghiên cứu được phân tích khách quan và chưa từng công bố trong các công trình nghiên cứu trước đây.

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Tác giả luận án

Trần Thị Mai Dung

LỜI CẢM ƠN

Hoàn thành luận án là một quá trình nhiều khó khăn, vất vả. Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến tập thể người hướng dẫn khoa học PGS,TS Trần Hải Minh, PGS,TS Lê Văn Yên đã trực tiếp hướng dẫn và giúp đỡ tôi từ những ngày đầu đến khi hoàn thiện luận án.

Tôi xin gửi lời cảm ơn thầy, cô cán bộ, giảng viên Khoa Xuất bản, Học viện Báo chí và Tuyên truyền đã luôn đồng hành, chia sẻ công việc để tôi có thời gian tập trung nghiên cứu.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến các chuyên gia, đồng nghiệp đã dành thời gian cho tôi những gợi ý, đóng góp ý kiến khách quan, thông tin quan trọng liên quan đến luận án.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến gia đình đã tạo điều kiện về vật chất, động viên, khích lệ tinh thần trong suốt thời gian qua để tôi có thể nhiệm vụ của một nghiên cứu sinh.

Trân trọng!

Tác giả

Trần Thị Mai Dung

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nội dung
BTV	Biên tập viên
CAND	Công an nhân dân
CTQGST	Chính trị quốc gia Sự thật
ĐVKS	Đơn vị khảo sát
ĐVPH	Đơn vị phát hành
ĐVXB	Đơn vị xuất bản
HQKT	Hiệu quả kinh tế
HQXH	Hiệu quả xã hội
LLCT	Lý luận chính trị
NCS	Nghiên cứu sinh
NXB	Nhà xuất bản
QĐND	Quân đội nhân dân
TMĐT	Thương mại điện tử
TTTT	Thông tin và Truyền thông
PL	Phụ lục

DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng 1: Đặc trưng mẫu khảo sát.....</i>	<i>9</i>
<i>Bảng 3.1: Kênh phân phối sách chính trị của 5 ĐVKS</i>	<i>110</i>
<i>Bảng 4.1: Ý kiến về các nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị</i>	<i>149</i>
<i>Bảng 4.2: Ý kiến của độc giả về cải thiện hình thức, nội dung sách</i>	<i>167</i>
<i>Bảng 4.3: Mức độ truyền thông tại ĐVKS</i>	<i>169</i>
<i>Bảng 4.4: Quan hệ tương quan giữa các nhân tố với trạng thái độc giả.....</i>	<i>173</i>

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

<i>Biểu đồ 3.1: Phân loại sách chính trị tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	91
<i>Biểu đồ 3.2: Cơ cấu sách chính trị trọng điểm tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	93
<i>Biểu đồ 3.3: Phân bổ đầu sách “Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng” tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	101
<i>Biểu đồ 3.4: Tương quan số đầu sách chính trị dịch xuôi và dịch ngược</i>	102
<i>Biểu đồ 3.5: Số lượng sách chính trị tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	105
<i>Biểu đồ 3.6: Số lượng bản sách chính trị tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	106
<i>Biểu đồ 3.7: Xuất bản sách điện tử chính trị tại ĐVKs (2018-2022)</i>	109
<i>Biểu đồ 3.8: Tỷ lệ tái bản sách tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i>	110
<i>Biểu đồ 3.9: Tự đánh giá của độc giả về website thương mại điện tử</i>	112
<i>Biểu đồ 3.10: Đánh giá của độc giả về giá cả sách chính trị</i>	112
<i>Biểu đồ 3.11: Hình thức xuất bản sách tại các ĐVKs</i>	113
<i>Biểu đồ 3.12: Mức độ quan tâm của độc giả đến sách chính trị</i>	115
<i>Biểu đồ 3.13: Mức độ hài lòng của độc giả đối với nội dung sách chính trị</i>	117
<i>Biểu đồ 3.14: Mức độ hài lòng của độc giả đối với hình thức sách chính trị</i>	119
<i>Biểu đồ 3.15: Mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả</i>	120
<i>Biểu đồ 3.16: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh</i>	123
<i>Biểu đồ 3.17: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết về lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước</i>	124
<i>Biểu đồ 3.18: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết về các luận điểm sai trái, thù địch, tích cực chủ động bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng</i>	125
<i>Biểu đồ 3.19: Tự đánh giá của độc giả về sự tin tưởng vào hệ tư tưởng chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh</i>	126
<i>Biểu đồ 3.20: Tự đánh giá của độc giả về sự tin tưởng sự lãnh đạo của Đảng</i>	127
<i>Biểu đồ 3.21: Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm sai trái, thù địch</i>	127
<i>Biểu đồ 3.22: Cơ cấu và số lượng sách chính trị tại 5 ĐVKs (2018-2022)</i> .	128
<i>Biểu đồ 4.1: Mô hình biểu đồ tần suất về cơ cấu sách chính trị</i>	162
<i>Biểu đồ 4.2: Mô hình biểu đồ sắp xếp sơ đồ Pareto</i>	162

DANH MỤC SƠ ĐỒ

<i>Sơ đồ 1. Khung lý thuyết nghiên cứu</i>	7
<i>Sơ đồ 2.1: Quan hệ giữa hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội, hiệu quả kinh tế</i>	59
<i>Sơ đồ 2.2. Mô hình lý thuyết nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị</i> ...	62
<i>Sơ đồ 4.1: Vòng tuần hoàn xuất bản</i>	158

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	13
1.1. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ.....	13
1.1.1. Những công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước	13
1.1.2. Những công trình nghiên cứu của các học giả trong nước.....	17
1.2. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ	21
1.2.1. Những công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước	21
1.2.2. Những công trình nghiên cứu của các học giả trong nước.....	23
1.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ VẤN ĐỀ ĐÃ ĐƯỢC NGHIÊN CỨU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ TIẾP TỤC ĐƯỢC NGHIÊN CỨU, LÀM RÕ	29
1.3.1. Những nội dung đã được nghiên cứu.....	29
1.3.2. Những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu, làm rõ.....	30
<i>Tiểu kết Chương 1</i>	32
Chương 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ	33
2.1. SÁCH CHÍNH TRỊ VÀ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ.....	33
2.1.1. Sách chính trị - Khái niệm, đặc điểm và phân loại.....	33
2.1.2. Xuất bản sách chính trị - Khái niệm, tính chất	39
2.2. HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ	54
2.2.1. Khái niệm và phân loại hiệu quả xuất bản sách chính trị	54
2.2.2. Mô hình lý thuyết, tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị ..	62
2.2.3. Những yếu tố cơ bản tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị ..	69
2.3. HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ TÁC ĐỘNG CỦA HỘI NHẬP QUỐC TẾ ĐẾN HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ.....	71
2.3.1. Khái niệm hội nhập quốc tế.....	71
2.3.2. Tác động của hội nhập quốc tế đến hiệu quả xuất bản sách chính trị....	72
2.4. KINH NGHIỆM XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ GỢI MỞ CHO VIỆT NAM	76
2.4.1. Xuất bản sách chính trị ở Hoa Kỳ	76
2.4.2. Xuất bản sách chính trị ở Trung Quốc.....	78
2.4.3. Những gợi mở cho Việt Nam.....	82
<i>Tiểu kết Chương 2</i>	84

Chương 3: HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM - THỰC TRẠNG, NGUYÊN NHÂN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA	86
3.1. KHÁI QUÁT VỀ CÁC ĐƠN VỊ ĐƯỢC KHẢO SÁT.....	86
3.1.1. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật.....	86
3.1.2. Nhà xuất bản Lý luận chính trị.....	86
3.1.3. Nhà xuất bản Quân đội nhân dân.....	87
3.1.4. Nhà xuất bản Công an nhân dân.....	88
3.1.5. Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.....	89
3.2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM QUA CÁC ĐƠN VỊ KHẢO SÁT.....	90
3.2.1. Về tiêu chí mức độ định hướng chính trị, tư tưởng.....	90
3.2.2. Về tiêu chí mức độ ảnh hưởng thị trường.....	104
3.2.3. Về tiêu chí mức độ phản hồi của độc giả.....	114
3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ...	128
3.3.1. Kết quả và hạn chế.....	128
3.3.2. Những vấn đề đặt ra.....	137
<i>Tiểu kết Chương 3</i>	144
Chương 4: YÊU CẦU ĐẶT RA, QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ Ở VIỆT NAM	145
4.1. YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ.....	145
4.2. QUAN ĐIỂM VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ.....	147
4.3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ...	149
4.3.1. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước.....	149
4.3.2. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản.....	158
4.3.3. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả.....	173
<i>Tiểu kết Chương 4</i>	177
KẾT LUẬN	178
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN	181
TÀI LIỆU THAM KHẢO	182
PHỤ LỤC	193

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Xuất bản sách chính trị là thành tố của xuất bản, phản ánh tập trung, sâu sắc tính chính trị của xuất bản. Xuất bản sách chính trị làm cho chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ trương và đường lối của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước có ảnh hưởng sâu rộng, góp phần xây dựng thế giới quan, nhân sinh quan khoa học, giáo dục đạo đức, lý tưởng cách mạng cho nhân dân trong điều kiện mới. Vì vậy, việc nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế có tính cấp thiết thể hiện ở những điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, từ góc độ chính trị. Xuất bản sách chính là công cụ sắc bén thuộc lĩnh vực văn hoá, tư tưởng đặt dưới lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước. Từ Chỉ thị 20-CT/TW ngày 27-1-2003 về “nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới” đến Chỉ thị 44-CT/TW ngày 16-4-2020 về “đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành và nghiên cứu học tập sách lý luận, chính trị”, yêu cầu nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị đặt ra một cách cấp thiết. Hiện nay, những biến động phức tạp của tình hình thế giới và trong nước đặt ra yêu cầu mới đối với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Hội nhập quốc tế đòi hỏi phát triển, hoàn thiện lý luận nhằm bảo vệ nền tảng tư tưởng, khẳng định con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Báo cáo tại Đại hội XIII của Đảng đã dự báo quan trọng về chuyển biến của tình hình thế giới và trong nước tác động đến mọi mặt đời sống chính trị, kinh tế và xã hội của Việt Nam. Bốn nguy cơ vẫn còn tồn tại, trong đó tham nhũng, lãng phí, quan liêu, suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống diễn biến phức tạp, các thế lực thù địch tăng cường chống phá. Tình hình đó đòi hỏi toàn Đảng, toàn dân tiếp tục đổi mới tư duy với quyết tâm chính trị cao - kiên định tiếp thu, vận dụng và phát triển sáng tạo của nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh;

kiên định mục tiêu độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; kiên định đường lối đổi mới của Đảng; kiên định các nguyên tắc xây dựng Đảng. Theo đó, việc nghiên cứu để định hướng, cụ thể hóa, hiện thực hóa trong hoạt động xuất bản sách chính trị đáp ứng yêu cầu của bối cảnh mới là điều cần thiết.

Thứ hai, từ góc độ lý luận. Cùng với sự phát triển của ngành xuất bản, xuất bản sách chính trị đã bước vào giai đoạn chuyên mình, các đơn vị xuất bản dần chú trọng hướng xuất bản vừa đảm bảo nhiệm vụ chính trị, vừa thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh gắn với thị trường. Trong điều kiện mới, xuất bản sách chính trị cần được nhìn nhận đồng thời trên cả ba phương diện. Về chính trị, xuất bản sách chính trị là hoạt động truyền bá tư tưởng chính trị, quan hệ mật thiết với đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Xuất bản sách chính trị cốt yếu phục vụ nhiệm vụ chính trị. Về văn hoá, xuất bản sách chính trị là hoạt động phổ biến văn hoá, tư tưởng mang tính khoa học, đại chúng. Về kinh tế, xuất bản chính trị là hoạt động sản xuất vật chất, cần tính đến các yếu tố kinh tế thị trường trong quá trình sản xuất, lưu thông, tiêu dùng và khuyến khích giá trị sản phẩm. Qua đó, sách chính trị hiện thực hoá giá trị sử dụng, các giá trị chính trị, tư tưởng và văn hoá được khuyến khích tán trong xã hội. Ba giá trị trong một chủ thể, đặc tính phức hợp của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế và kinh tế thị trường luôn đặt yêu cầu giải quyết vấn đề tồn tại, đạt được hiệu quả trên các mặt chính trị, kinh tế và xã hội. Tuy nhiên, những công trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản nói chung, hiệu quả sách chính trị nói riêng tuy đa dạng nhưng chưa có công trình nào nghiên cứu, làm rõ về lý luận hiệu quả xuất bản sách chính trị. Yêu cầu về nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam đòi hỏi phải có những nghiên cứu chuyên sâu về cả lý luận và nghiệp vụ xuất bản.

Thứ ba, từ góc độ thực tiễn. Những năm qua, xuất bản sách chính trị có nhiều chuyển biến, đạt được những kết quả quan trọng. Tổng kết hơn 15 năm thực hiện Chỉ thị số 20-CT/TW ngày 27-1-2003 về “nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới”

của Ban Bí thư khoá IX đánh giá chất lượng, hiệu quả của công tác xuất bản sách chính trị trên các mặt như: (1) Nội dung, hình thức, cơ cấu, thể loại sách đa dạng đáp ứng nhu cầu của cán bộ, đảng viên, nhân dân; (2) Phương thức hoạt động và cơ chế quản lý công tác xuất bản, phát hành được đổi mới; (3) Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ xuất bản được nâng cao; (4) Làm tốt các nhiệm vụ quan trọng như tuyên truyền chủ trương đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; đấu tranh phòng, chống quan liêu tham nhũng, lãng phí; bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, phản bác quan điểm sai trái thù địch; (5) Tác động tích cực nâng cao nhận thức, niềm tin chính trị của nhân dân. Nhìn chung, xuất bản sách chính trị càng phát huy vai trò trực tiếp tham gia đấu tranh có hiệu quả bằng việc tổ chức xuất bản, phát hành các đầu sách có chất lượng đến công chúng thường xuyên, nhanh chóng. Nội dung sách chính trị bám sát tình hình chính trị, truyền tải lượng tri thức đầy đủ, sâu sắc về lý luận và thực tiễn, trang bị cho nhân dân tri thức vững chắc để nhận định, đánh giá, thậm chí phản biện những quan điểm tư tưởng đa chiều, đối lập, vững tin vào sự lãnh đạo của Đảng. Bên cạnh đó, xuất bản sách chính trị vẫn còn tồn tại những khuyết điểm, yếu kém cần được khắc phục trên các mặt như chất lượng, số lượng, phương thức xuất bản đến nguồn nhân lực lãnh đạo, quản lý, đội ngũ nghiên cứu biên soạn, biên tập, xuất bản phát hành... nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Bối cảnh hội nhập quốc tế là môi trường của xuất bản sách chính trị, tác động đến xuất bản sách chính trị, đặt ra yêu cầu mới đối với xuất bản sách chính trị. Trước hết, hội nhập quốc tế đặt ra yêu cầu về tiếp tục phát triển, hoàn thiện lý luận nhằm bảo vệ nền tảng tư tưởng, con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Hai, hội nhập quốc tế đặt ra yêu cầu về xây dựng Đảng và chính quyền, quyết tâm phòng chống tham nhũng, tiêu cực, chống tự diễn biến, tự chuyển hoá trong nội bộ nhằm xây dựng đảng trong sạch, vững mạnh. Ba, hội nhập quốc tế đặt ra yêu cầu mở rộng quan hệ đối ngoại song, đa phương trên bình diện khu vực, quốc tế, quảng bá văn hoá, xây dựng hình ảnh con người,

đất nước Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế. Bốn, hội nhập quốc tế đặt ra vấn đề tiếp thu tiên bộ khoa học, công nghệ coi đó là lực lượng sản xuất để thay đổi về chất cách thức sản xuất. Từ đó, nghiên cứu đánh giá kết quả, hạn chế và vấn đề đặt ra từ thực trạng nhằm nâng cao hiệu quả công tác xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập mang tính cấp thiết.

Từ những luận giải trên, NCS lựa chọn đề tài “*Hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” làm Luận án Tiến sĩ, ngành Xuất bản.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở làm rõ những vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế, luận án khảo sát thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị, đánh giá kết quả, hạn chế, nguyên nhân và những vấn đề đặt ra, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Nhằm thực hiện mục đích nghiên cứu, luận án đặt ra các nhiệm vụ sau:

- *Một là*, tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án;
- *Hai là*, hệ thống và phân tích một số vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế;
- *Ba là*, khảo sát, phân tích thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị, qua đó đánh giá kết quả, hạn chế và những vấn đề đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay;
- *Bốn là*, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế trong thời gian tới.

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của Luận án là hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về giới hạn nội dung nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị, từ đó, đánh giá hiệu quả trên các mặt kết quả, hạn chế và những vấn đề đặt, từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới. Sách chính trị được khảo sát trong phạm vi luận án theo bảng phân loại sách đề xuất ở Phụ lục 1.

- Giới hạn không gian nghiên cứu

Theo số liệu thống kê của Cục XB-In-PH, cả nước có 57 NXB. Nhiều NXB tham gia xuất bản sách chính trị ở tuyến trung ương và địa phương, NXB chuyên ngành và NXB tổng hợp như: NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Lý luận chính trị, NXB Công an nhân dân, NXB Quân đội nhân dân, NXB Thông tin truyền thông, NXB Khoa học xã hội, NXB Thanh niên, NXB Tư pháp, NXB Thông tấn, NXB Thế giới, NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh, NXB Kim đồng, NXB Tôn giáo, NXB Đại học quốc gia Hà Nội, NXB Hà Nội, NXB Hải Phòng, NXB Thuận Hoá, NXB Thanh Hoá, NXB Đà Nẵng...

Trong phạm vi giới hạn của luận án, căn cứ vào khảo sát tổng quát, NCS lựa chọn khảo sát chuyên sâu 05 NXB như: NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Lý luận chính trị, NXB Công an nhân dân, NXB Quân đội nhân dân, NXB Thông tin và Truyền thông. NXB được lựa chọn khảo sát mang tính đại diện, thoả mãn các yêu cầu: (1) Có chức năng chức năng, nhiệm vụ xuất bản các loại sách chính trị; (2) Quy mô xuất bản sách chính trị đủ lớn thể hiện ở số lượng đầu sách, số lượng bản in, chủng loại.

- Giới hạn thời gian nghiên cứu: 5 năm, từ tháng 1-2018 đến tháng 12-2022.

4. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Hiệu quả xuất bản sách chính trị được đánh giá dựa trên tiêu chí nào?

Câu hỏi 2: Trong thực tiễn, xuất bản xuất bản sách chính trị có thể đạt cùng lúc hiệu quả chính trị-xã hội và hiệu quả kinh tế không?

Câu hỏi 3: Những vấn đề đặt ra đối với hiệu quả xuất bản sách chính trị và giải pháp nào nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế?

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết 1: Hiệu quả xuất bản sách chính trị được đánh giá dựa trên quan hệ giữa mục tiêu và kết quả xuất bản. Các tiêu chí được xây dựng dựa trên ba mục tiêu chính - đó là mục tiêu chính trị, mục tiêu xã hội, mục tiêu kinh tế.

Giả thuyết 2: Trong thực tiễn xuất bản sách chính trị có thể đạt được các mục tiêu: mục tiêu chính trị, xã hội và mục tiêu kinh tế ở mức độ nào đó. Từ đó, sách chính trị có ảnh hưởng sâu rộng đối với sự truyền tải quan điểm chính sách của nhà nước, có vai trò tích cực đối với sự hình thành, tích lũy tri thức, niềm tin cho độc giả và đem lại lợi nhuận cho ĐVXB.

Giả thuyết 3: Thực tiễn đặt ra những vấn đề cần giải quyết trên cơ sở cân đối, hài hòa giữa các mặt chính trị, xã hội và kinh tế của xuất bản sách chính trị bằng các nhóm giải pháp phù hợp.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

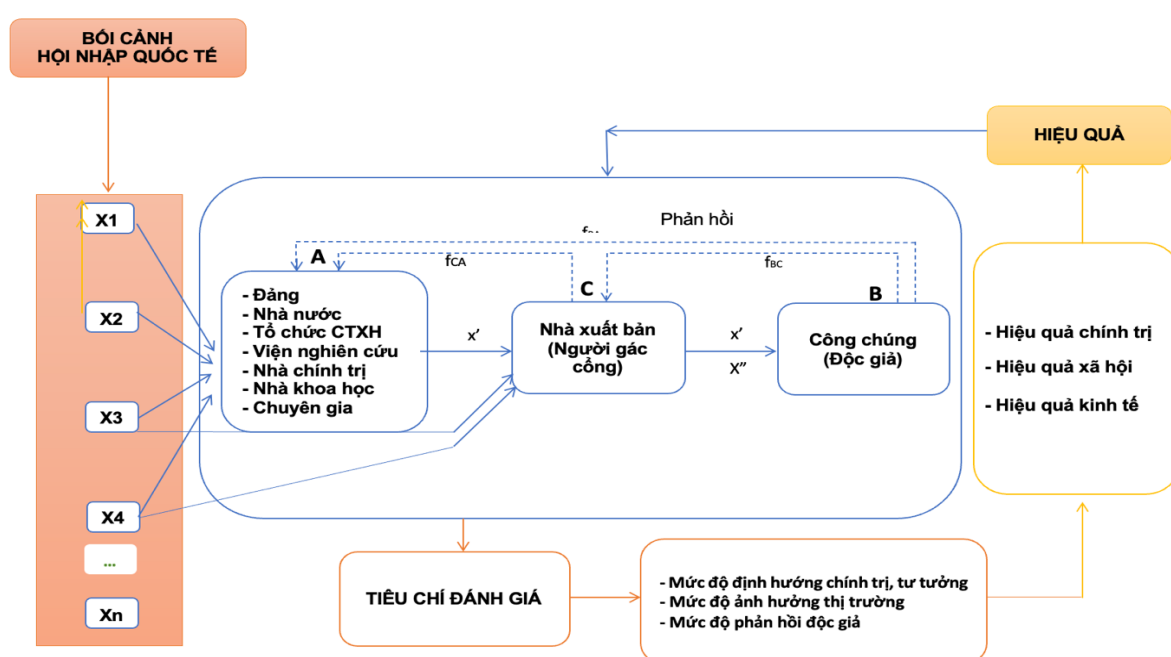
Luận án dựa trên cơ sở lý luận và phương pháp luận chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, cùng quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước về xuất bản.

Luận án sử dụng kết hợp lý luận xuất bản và lý thuyết truyền thông, đặc biệt là lý thuyết mô hình truyền thông của Bruce Westley (1915-1990) và Malcolms McLean (1913-2001) để xây dựng mô hình lý thuyết nghiên cứu về hiệu quả xuất bản sách chính trị.

- Lý luận xuất bản là cơ sở để tác giả nghiên cứu khái quát khung lý thuyết về xuất bản sách chính trị, hiệu quả xuất bản sách chính trị.

- Lý thuyết truyền thông là cơ sở nghiên cứu sự vận động của quy trình giao tiếp thông tin trong xuất bản. Đặc biệt, mô hình truyền thông B.Westley và M.McLean được tham khảo để nghiên cứu mô hình xuất bản sách chính trị dưới

góc nhìn giao tiếp thông tin. Theo đó, lý thuyết này làm rõ hơn quy luật vận động của hệ thống xuất bản và mối quan hệ giữa các chủ thể truyền thông - Đảng, Nhà nước, nhà xuất bản và công chúng. Vai trò ba bên trong mô hình xuất bản ảnh hưởng đến tính mục đích và hiệu quả của xuất bản sách chính trị. Xét trong quy trình xuất bản sách chính trị cụ thể, chủ thể Đảng, Nhà nước, nhà xuất bản, độc giả có vị trí và vai trò khác nhau trong hệ thống. Mô hình lý thuyết nghiên cứu tổng thể về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế được khái quát như sau:



Sơ đồ 1. Khung lý thuyết nghiên cứu

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện luận án, tác giả sử dụng các phương pháp định tính và phương pháp định lượng phù hợp với nội dung nghiên cứu.

5.2.1. Phương pháp phân tích định tính

5.2.1.1. Phương pháp nghiên cứu tư liệu thứ cấp

Luận án tổng hợp, phân tích các nguồn tài liệu ngoài nước và trong nước về hiệu quả xuất bản:

- Tổng hợp, phân tích các tài liệu có liên quan đến đề tài nghiên cứu như: văn kiện, chỉ thị, nghị quyết, quyết định... của Đảng, Chính phủ, Bộ Thông tin và Truyền thông,... về công tác xuất bản.

- Tổng hợp, phân tích các tài liệu báo cáo của ĐVXB, Cục Xuất bản-In-Phát hành, các ĐVXB về tổng kết, đánh giá công tác xuất bản.

- Tổng hợp, phân tích các tài liệu về xuất bản, xuất bản sách chính trị trong, ngoài nước liên quan đến đề tài luận án trong tổng quan nghiên cứu.

5.2.1.2. Phương pháp phỏng vấn sâu

Luận án đã lựa chọn, phỏng vấn một số đối tượng để khai thác thêm thông tin về nội dung nghiên cứu ở chương 2, chương 3 luận án. Các đối tượng được lựa chọn phỏng vấn, thấp nhất 35 tuổi, cao nhất 70 tuổi có kinh nghiệm về xuất bản sách chính trị. Các đối tượng phỏng vấn gồm ba nhóm: Nhóm 1: Nhà quản lý (5 người) giữ chức vụ quản lý trong các ĐVXB từ cấp phòng, ban trở lên; Nhóm 2: Biên tập viên và biên tập viên chính (03 người) không giữ chức vụ quản lý có kinh nghiệm từ 5 năm trở lên; Nhóm 3: Chuyên gia (02 người) có kinh nghiệm nghiên cứu về xuất bản sách chính trị.

Bên cạnh đó, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu đi từ trừu tượng đến cụ thể, phương pháp quy nạp kết hợp với phân tích định lượng để rút ra kết luận khoa học.

5.2.2. Các phương pháp phân tích định lượng

5.2.2.1. Phương pháp thống kê

Phương pháp thống kê qua số liệu khảo sát được tác giả sử dụng trong thống kê, phân loại các loại sách chính trị được xuất bản trong 5 năm (2018-2022) tại dữ liệu Lưu chiếu của Cục Xuất bản-In-Phát hành, cơ sở dữ liệu sách tại Thư viện quốc gia Việt Nam. Số liệu thống kê thu nhập ở các khía cạnh: tên sách, tác giả, ngôn ngữ, nhà xuất bản, năm xuất bản, hình thức xuất bản (tự xuất bản/liên kết xuất bản/trung ương đặt hàng), hình thức sách (sách lẻ/sách bộ), số lần tái bản, số lượng bản in, giá sách. Từ số liệu thu thập được, tác giả tiến hành phân loại theo các tiêu chí: theo nội dung (bảng phân loại Phụ lục 1), theo ngôn ngữ, chức năng xã hội,...Số liệu được sử dụng trong luận án là số liệu tương đối đã được xử lý trên phần mềm Excel, trực quan hoá dưới dạng sơ đồ, biểu đồ, bảng số liệu.

5.2.2.2. Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi

Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi được tác giả sử dụng nhằm thu thập phản hồi của độc giả đối với xuất bản sách chính trị. Các bước thực hiện như sau:

Một, chọn mẫu nghiên cứu.

- Số lượng mẫu dự kiến: 650 mẫu

- Xác định đối tượng lấy ý kiến bao gồm các đối tượng thường xuyên tiếp xúc với sách chính trị: (1) Sinh viên khối lý luận chính trị (dự kiến 150 phiếu), (2) Học viên lý luận chính trị (dự kiến 150 phiếu), (3) Giảng viên/cán bộ nghiên cứu lý luận chính trị (dự kiến 150 phiếu), (4) Cán bộ/cán bộ lãnh đạo cơ quan trung ương/địa phương (dự kiến 150 phiếu); (5) Các đối tượng tự do (dự kiến 50 phiếu).

Bảng 1: Đặc trưng mẫu khảo sát

Đặc trưng mẫu	Số lượng	Tỷ lệ (%)
	606	
<i>1. Giới tính</i>		
Nam	240	39,3%
Nữ	366	60,7%
<i>2. Dân tộc</i>		
Kinh	589	97,2%
Khác	17	2,8%
<i>3. Độ tuổi</i>		
Tu 18 - 30 tuổi	259	42,9%
Tu 31 - 40 tuổi	212	35,1%
Tu 41 – trên 60 tuổi	135	22%
<i>4. Khu vực sinh sống, làm việc</i>		
Thành thị	503	83,7%
Nông thôn, trung du, miền núi	104	16,3%
<i>5. Trình độ học vấn</i>		
Đại học	361	60,3%
Sau đại học Thạc sĩ	202	33,7%
Khác	36	6,0%
<i>6. Trình độ lý luận</i>		
Không	197	33,5%
Sơ cấp LLCT	97	16,5%
Trung cấp LLCT	184	31,3%
Cao cấp LLCT	110	18,7%

<i>7. Cơ quan làm việc</i>		
Chưa đi làm	128	21,2%
Cơ quan Đảng, Nhà nước	159	26,3%
Quân đội/Công an	102	17 %
Trường học/Học viện	205	34,0%
Khác	9	1,5%
<i>8. Nghề nghiệp</i>		
Cán bộ	120	19,9%
Giảng viên, nghiên cứu viên	141	23,4%
Sinh viên	203	33,7%
Sĩ quan quân đội/công an	102	10,8%
Nhân viên/Khác	37	12,2%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

- Phương pháp: Lấy phiếu trực tiếp và lấy phiếu thông qua Google Form

Hai, kết quả khảo sát. Số phiếu thu về hợp lệ: 606 phiếu, tỷ lệ đạt 93,3%.

Thông tin thu nhập được xử lý bằng phần mềm SPSS thoả mãn điều kiện dữ liệu, cung cấp kết quả nghiên cứu tin cậy. [PL6]

5.2.2.3. Phương pháp kiểm định

Phương pháp kiểm định thực hiện trên phần mềm SPSS từ các số liệu điều tra xã hội học như sau:

- *Một*, phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha. Kiểm định Cronbach's Alpha là việc kiểm định tính nhất quán của tập hợp các biến quan sát, nhằm xác định xem mối quan hệ giữa biến quan sát với nhân tố mẹ có quan hệ hay không, hay giữa chúng quan hệ với nhau hay không. Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị dao động trong khoảng [0,1]. Mức 0 có nghĩa là các biến quan sát hầu như không có một sự tương quan nào, mức 1 cho thấy các biến có quan hệ tương quan hoàn hảo. Nếu vượt ra ngoài giới hạn [0, 1], thang đo hoàn toàn không có độ tin cậy. Kiểm định Cronbach's Alpha thực hiện ở các nhân tố khảo sát như: mức độ thường xuyên, mức độ hài lòng (hình thức, nội dung, dịch vụ khách hàng), mức độ đáp ứng nhu cầu, mức độ hình thành tri thức, niềm tin [Bảng 1, PL7]... nằm trong đoạn giới hạn cho phép [0,1] cho thấy mối quan hệ tương quan với nhau.

- *Hai*, phương pháp thống kê tần số. Phương pháp thống kê tần số thực

hiện dựa trên kết quả thu được từ bảng hỏi, như số lượng, tỷ lệ cơ cấu phần trăm giá trị... Kết quả thống kê tần số thực hiện trong luận án bảo đảm độ tin cậy khi giá trị trung bình (Mean), giá trị nhỏ nhất của biến (Minimum), giá trị lớn nhất của biến (Maximum) và độ lệch chuẩn (Std.deviation) trong giới hạn cho phép. [Bảng 2, bảng 3, bảng 4, bảng 5, PL7]

- *Ba*, phương pháp thống kê trung bình theo thước đo Likert để lượng hóa các nhân tố trừu tượng. Phương pháp này cung cấp các giá trị có tính tổng quát của biến: giá trị nhỏ nhất, giá trị lớn nhất, giá trị trung bình và độ lệch chuẩn. Kết quả thống kê trung bình cho biết được phạm vi giá trị trung bình thông qua các giá trị nhỏ nhất/giá trị lớn nhất để đánh giá nhân tố nghiên cứu. Phương pháp này đo lường các nội dung mức độ hài lòng về nội dung, hình thức, mức độ hình thành kiến thức, niềm tin của độc giả.

- *Bốn*, phương pháp tương quan tuyến tính Pearson. Tương quan tuyến tính Pearson cho phép lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ giữa các biến. Hệ số tương quan Pearson (r) có giá trị dao động từ -1 đến +1. Kết quả phân tích tương quan Pearson về mối quan hệ giữa các nhân tố (trình độ văn hóa, nghề nghiệp, trình độ lý luận và môi trường sống) với trạng thái độc giả - mức độ quan tâm, mức độ thường xuyên, mức độ sự hình thành sự hiểu biết, niềm tin cho thấy có quan hệ tuyến tính.

6. Đóng góp mới về khoa học của luận án

- Hệ thống lý thuyết về xuất bản sách chính trị. Luận án đã làm rõ nội hàm khái niệm xuất bản sách chính trị; phân tích ba tính chất cơ bản - tính chính trị, tính văn hoá và tính kinh tế và quan hệ giữa các tính chất; xác định cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

- Hệ thống lý thuyết về hiệu quả xuất bản sách chính trị. Luận án đã làm rõ nội dung hiệu quả xuất bản sách chính trị; phân tích các loại hiệu quả và mối quan hệ biện chứng giữa các loại hiệu quả; đề xuất khung lý thuyết nghiên cứu, tiêu chí và thang đo hiệu quả gồm 3 tiêu chí cấp 1 với 15 tiêu chí cấp 2;

- Phân tích, đánh giá hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam thông qua khảo sát 5 ĐVXB đại diện dựa trên các tiêu chí;

- Phân tích yêu cầu đặt ra, quan điểm và đề xuất ba nhóm giải pháp từ phương diện các chủ thể - Đảng, Nhà nước, Nhà xuất bản và độc giả.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

- Hệ thống các vấn đề lý luận về xuất bản sách chính trị, hiệu quả xuất bản sách chính trị làm căn cứ khoa học nghiên cứu, đánh giá thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị.

- Hệ thống cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị theo quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

- Kết quả nghiên cứu của Luận án giúp ĐVXB, cơ quan chủ quản, cơ quan quản lý nhà nước nhận diện một cách rõ nét về thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị hiện nay qua đó có định hướng, giải pháp phù hợp.

- Luận án là tài liệu tham khảo cho các nhà quản lý, nhà nghiên cứu, giảng viên, học viên, sinh viên ngành Xuất bản trong quá trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị.

8. Kết cấu của luận án

Ngoài các phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, Luận án gồm bốn chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

Chương 2: Những vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Chương 3: Hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam - Thực trạng, nguyên nhân và vấn đề đặt ra

Chương 4: Yêu cầu đặt ra, quan điểm và giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

1.1.1. Những công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước

Các công trình nghiên cứu của các học giả nước ngoài bàn về hiệu quả xuất bản thể hiện quan điểm riêng, nhưng tương đối đồng nhất. Đối với các học giả phương Tây, xuất bản là ngành công nghiệp, coi trọng kinh doanh và lợi nhuận nhưng hiệu quả kinh doanh phải song hành cùng hiệu quả xã hội.

- Herbert Smith Bailey (1990), *The Art and Science of Book Publishing (Nghệ thuật và khoa học xuất bản sách)*, Ohio University Press, Ohio, US. Cuốn sách gồm 7 chương bàn luận về các khía cạnh hoạt động biên tập, xuất bản của nhà xuất bản hiện đại. Bailey tiếp cận NXB như một tổng thể, nhấn mạnh cả môi trường bên trong và môi trường bên ngoài. Tác giả cho rằng, xuất bản là một hoạt động có ý nghĩa văn hóa và xã hội, cũng như một hoạt động thương mại. Ngành xuất bản khác biệt, trước hết, ở bản chất là doanh nghiệp văn hóa. Các Nhà xuất bản rất coi trọng vai trò văn hóa của tất cả các loại sách. Các quyết định được đưa ra cả về mặt văn hóa và thương mại... Hầu hết các nhà xuất bản phải tạo ra lợi nhuận, nhưng họ không xuất bản bất cứ thứ gì chỉ kiếm tiền. [89]

- Hans Helmut Lehring (2000), *现代图书出版导论-Einführung in den modernen buchverlag (Luận về ngành xuất bản sách hiện đại)*, Thương vụ ấn thư quán, Bắc Kinh, Trung Quốc. Dịch từ ấn bản tiếng Đức xuất bản 1996, cuốn sách của tác giả Hans Helmut Lehring gồm 13 chương, 9 phụ lục đã khái quát tình hình ngành xuất bản nước Đức, cùng quan điểm được đúc kết từ thực tiễn làm nghề. Tác giả cho rằng, cần đứng trên phương diện văn hóa để làm xuất bản mặc dù xuất bản là một ngành kinh doanh. Việc xuất bản loại sách nào đối với nhà xuất bản không quan trọng, ngược lại họ luôn lựa chọn phạm vi, chủ đề và tác giả. Ngoài yêu cầu sản phẩm phải có doanh số đáng kể, thì các nhà

xuất bản dựa trên tiêu chí khác để chọn chủ đề. Một số nguyên tắc khách quan, như tính chuyên nghiệp của tác phẩm, chất lượng nội dung, nghệ thuật, tư tưởng và chính trị, v.v.. [104]

- John B.Thompson (2012), *Merchant of Culture - The Publishing Business in the Twenty First Century (Thương gia văn hóa: Kinh doanh xuất bản thế kỷ XX)*, Plume Publisher, US. Tác giả đánh giá sự chuyển biến của ngành xuất bản cuối thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI là thời điểm hỗn loạn trong xuất bản sách. Sự kết hợp giữa toàn cầu hóa kinh tế, sự thay đổi công nghệ đưa thúc đẩy sự chuyển đổi sang phương thức xuất bản điện tử. Tác giả chỉ ra những thách thức mới ngành xuất bản phải đối mặt, phân tích sự chuyển đổi xuất bản thương mại ở Hoa Kỳ và Anh từ năm 1960 đến nay, phân tích vai trò các nhà xuất bản, đại lý và người kinh doanh sách. Vấn đề hiệu quả xuất bản vẫn là giá trị kinh tế của ngành xuất bản. Qua đó, tác giả phân tích sự thay đổi về phương thức xuất bản trong điều kiện mới, sự gia tăng doanh số và tác động đối với ngành xuất bản tương lai. [94]

Các học giả Trung Quốc giải quyết vấn đề lý luận xuất phát từ thực trạng ngành xuất bản Trung Quốc thời mở cửa. Những công trình nghiên cứu bước đầu làm rõ quan niệm, vấn đề về hiệu quả xã hội, hiệu quả kinh tế. Khái niệm “hiệu ích (效益)” có nghĩa là hiệu quả (效果) và lợi ích (利益) dung hòa lẫn nhau, thống nhất trong các nghiên cứu để chỉ hiệu quả hoạt động xuất bản. Trong tiếng Trung, hiệu quả là khái niệm gần với hiệu ích về ý nghĩa.

- Fan-Lin (范琳)(1998), *图书出版效益的目标动力机制分析 (Phân tích về cơ chế vận động mục tiêu của hiệu quả xuất bản sách)*, Tạp chí Xuất bản đại học (出版大学), Bắc Kinh, 1998(5), tr.10-14. Dựa trên lý thuyết lý thuyết doanh nghiệp hiện đại, tác giả cho rằng, cơ chế động lực đóng vai trò quan trọng trong quá trình xuất bản, ảnh hưởng tới quyết định xuất bản. Từ góc độ kinh tế học, động lực doanh nghiệp theo đuổi là “tối đa hóa lợi nhuận”. Lý thuyết doanh nghiệp hiện đại lại nhấn mạnh, động lực doanh nghiệp cần theo đuổi là “tối đa hóa tiện ích”. Doanh nghiệp theo đuổi không gì khác hơn là ba mục tiêu: mục tiêu xã hội, mục tiêu kinh tế và mục tiêu quản lý. [102]

- Zheng-Zhong (郑重)(2000), *建立综合的出版效益评估体系 (Xây*

dựng hệ thống đánh giá tổng hợp hiệu quả xuất bản), Tạp chí Nghiên cứu Xuất bản phát hành (出版发行研究, Bắc Kinh, 2000(4), tr.14-15. Tác giả cho rằng, cách hiểu về hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế thường có xu hướng khái quát, chưa phân tích nội dung cụ thể mối quan hệ tương tác giữa chúng. Điều này đòi hỏi phải thay đổi quan điểm, phân tích và thiết lập một hệ thống đánh giá toàn diện. Tác giả đề xuất hệ thống đánh giá trên cơ sở nhận thức về tính thống nhất giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội dựa trên đặc tính sản xuất sản phẩm văn hóa của xuất bản. Hệ thống đánh giá được đề xuất gồm tám nội dung: 1) Phát hành sách trong ngoài nước; 2) Vòng đời sách; 3) Sách đoạt giải thưởng; 4) Sự công nhận về mặt học thuật; 5) Sự công nhận của độc giả; 6) Sự tham gia của truyền thông; 7) Sự tham gia hoạt động công ích xã hội; 8) Bản thân hành vi xuất bản - giảm chi phí, tối ưu tổ chức và quản lý, phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. [119]

- Chao-Feng (巢峰)(2004), *论出版效益中的矛盾* (Thảo luận mâu thuẫn của hiệu quả xuất bản phẩm), Tạp chí Biên tập Trung Quốc (中国编辑), Bắc Kinh, 2004(04), tr.4-8. Tác giả xem xét mâu thuẫn thể hiện trong năm cặp quan hệ: giá trị sử dụng và hiệu quả xã hội; chất lượng hình thức, nội dung và hiệu quả xã hội; số lượng tiêu thụ và hiệu quả xã hội; phân bổ lao động và hai mặt hiệu quả; hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội. Trên cơ sở đó, tác giả chỉ ra rằng mâu thuẫn chính của hiệu quả xuất bản phải đối mặt là mâu thuẫn giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, trong đó lợi ích xã hội chiếm vị trí chủ đạo. Nghĩa là, lợi ích xã hội là mục tiêu ưu tiên, lợi ích kinh tế là mục tiêu phụ, cái sau tuân theo cái trước, cái trước tính đến quy luật của cái sau. Sức mạnh kinh tế là không chỉ thúc đẩy mọi người theo đuổi lợi ích kinh tế mà còn thúc đẩy con người theo đuổi lợi ích xã hội. Tác giả đặt vấn đề làm thế nào để thiết lập cơ chế thúc đẩy các nhà xuất bản không ngừng nâng cao chất lượng xuất bản phẩm, đặt lợi ích xã hội lên hàng đầu và thực hiện các lợi ích kinh tế. [100]

- Luo-Gui Quan (罗贵权)(2008), *把社会效益放在文化产业的首位* (Đặt hiệu quả xã hội lên hàng đầu trong công nghiệp văn hóa), Tạp chí Nhân dân luận đàm (人民论坛), Bắc Kinh, 2008(09), tr.18-19. Đứng trên phương diện xã

hội, tác giả cho rằng hiệu quả xuất bản đề cập đến hành vi xuất bản có thể phản ánh đúng giá trị tư tưởng xã hội chủ nghĩa, mang lại vai trò xây dựng trình độ nhận thức tốt và hướng dẫn tích cực cho quần chúng, làm phong phú thêm thế giới tinh thần của quần chúng nhân dân. Luôn đặt lợi ích xã hội lên hàng đầu trong phát triển các chủ trương văn hóa và công nghiệp văn hóa là sự vận dụng sáng tạo quy luật kiến trúc thượng tầng thích ứng với sự phát triển của cơ sở kinh tế trong thời đại mới. [107]

- Zhou-Wei Hua (周蔚华) (2009), *对“在坚持社会效益第一的前提下, 实现社会效益和经济效益的统一”重大命题的一点看法 (Cách nhìn đối với luận điểm thực hiện sự thống nhất về hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội trên cơ sở lấy hiệu quả xã hội làm trung tâm)*, Tạp chí Xuất bản Trung Quốc (中国出版), Bắc Kinh, 2009(1), tr.11-12. Theo tác giả, mâu thuẫn giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội thực chất là mâu thuẫn giữa lợi ích kinh tế cá nhân với lợi ích kinh tế toàn xã hội, tức là mâu thuẫn giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội. Khi nói “không thể chỉ chạy theo lợi ích kinh tế mà bỏ qua lợi ích xã hội”, thực chất muốn nói “không thể chỉ quan tâm đến lợi ích cá nhân mà bỏ qua lợi ích xã hội”. Tác giả cũng cho rằng không thể bỏ qua giá trị văn hóa chỉ vì lợi ích kinh tế. Hiệu quả xã hội phản ánh trách nhiệm xã hội của xuất bản, bao hàm hiệu quả kinh tế. Quan trọng hơn, hiệu quả xã hội nhấn mạnh đến giá trị văn hóa, định hướng tư tưởng và ảnh hưởng xã hội. [121]

- Wei-Yu Shan (魏玉山)(2015), *关于开展出版单位社会效益考核评估的思考 (Suy nghĩ về thẩm định, đánh giá hiệu quả xã hội đơn vị xuất bản)*, Tạp chí Xuất bản hiện đại (现代出版), Bắc Kinh, 2015(3), tr.10-12. Tác giả cho rằng, đánh giá hiệu quả xã hội của xuất bản sách phải xuất phát trên cơ sở nắm vững các thuộc tính bản chất của xuất bản. Xuất bản có vị trí quan trọng đối với công tác tuyên truyền tư tưởng, là phương tiện quan trọng kế thừa và phổ biến tri thức văn hóa, là một bộ phận quan trọng của công nghiệp văn hóa. Vì vậy, xuất bản luôn có hai mặt hiệu quả có liên quan nhưng không thể thay thế cho nhau. Hiệu quả xã hội phản ánh vai trò của đơn vị xuất bản

trong sự nghiệp xây dựng văn hóa tư tưởng của xã hội. Hiệu quả xã hội biểu hiện trong nội dung xuất bản phẩm và thực tiễn hoạt động của đơn vị xuất bản. Đánh giá hiệu quả xã hội của xuất bản tập trung ở góc độ làm tốt công tác tuyên truyền tư tưởng, kế thừa, xuất bản tri thức văn hóa thể hiện ở nội dung, chủng loại, số lượng, chất lượng và kết cấu xuất bản phẩm. Hiệu quả được chia thành hiệu quả chính và hiệu quả phụ, gồm tám tiêu chí chính phụ. Hiệu quả chính bao gồm 5 tiêu chí: Chỉ số giá trị cốt lõi, Chỉ số giá trị học thuật, văn hóa, Chỉ số thị trường, Chỉ số quốc tế, Chỉ số hình ảnh xã hội của đơn vị xuất bản. Chỉ số phụ gồm 3 tiêu chí: Chỉ số tiêu cực, Chỉ số pháp quy, Chỉ số tiêu chuẩn. [115]

- Chu-An Quan (储安全) (2017), *图书出版的社会效益评价体系探析 (Phân tích hệ thống đánh giá hiệu quả xã hội của xuất bản sách)*, Tạp chí Quản lý hiện đại (现代管理), Bắc Kinh, 2017(05), tr.59-61. Bước vào thời kỳ cải cách mở cửa, đơn vị xuất bản Trung Quốc đều đang phải đối mặt với sự chuyển đổi từ cơ quan công quyền thành đơn vị doanh nghiệp, quản lý độc lập và tự chịu trách nhiệm về lãi lỗ. Do đó, sự tồn tại, phát triển doanh nghiệp, mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận khiến đơn vị xuất bản tập trung vào lợi ích kinh tế. Điều này không phù hợp với chính sách xuất bản. Việc điều chỉnh mối quan hệ giữa hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế là vấn đề lý luận và thực tiễn đối với công tác quản lý xuất bản. Trung Quốc đã từng bước xây dựng hệ thống đánh giá hiệu quả kinh tế tương đối đầy đủ, nhưng đánh giá hiệu quả xã hội của xuất bản với một hệ thống chỉ số để sử dụng cụ thể cho nghiên cứu, đánh giá vẫn chưa hình thành. Từ đó, tác giả đề xuất hệ thống đánh giá gồm các tiêu chí: Chất lượng sách, Sức hấp dẫn thị trường của doanh nghiệp, Năng lực cạnh tranh, Đóng góp công ích cho xã hội. [101]

1.1.2. Những công trình nghiên cứu của các học giả trong nước

Các công trình nghiên cứu như sách, đề tài khoa học, tạp chí... nghiên cứu liên quan về hiệu quả, hiệu quả xuất bản được luận án kế thừa.

Thứ nhất, những công trình nghiên cứu đề cập đến vấn đề hiệu quả. Hiệu quả là sự phản ánh việc sử dụng nguồn lực để đạt được mục tiêu nhất định.

Hiệu quả được bàn đến trong các ngành khoa học báo chí, truyền thông được tham khảo trong luận án.

- Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội. Cuốn sách gồm có 9 chương cung cấp hệ thống kiến thức cơ bản về truyền thông, truyền thông đại chúng, các loại hình truyền thông đại chúng cơ bản (sách, báo in, phát thanh, truyền hình, điện ảnh, quảng cáo, internet, băng, đĩa và âm thanh) và những vấn đề của truyền thông đại chúng trong xã hội đại đặt ra các vấn đề lãnh đạo, quản lý, giao tiếp với các phương tiện truyền thông đại chúng. Về hiệu quả truyền thông, tác giả cho rằng, truyền thông đại chúng là hoạt động có mục đích, hiệu quả của truyền thông đại chúng là việc đạt được mục đích của hoạt động truyền thông đại chúng. Hiệu quả truyền thông đại chúng có thể chia thành ba mức độ: Hiệu quả tiếp nhận, hiệu quả thực tế, hiệu ứng xã hội. [67]

- Dương Xuân Sơn (2015), *Lý luận báo chí truyền thông*, NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội. Nội dung cuốn sách bàn về các vấn đề có tính lý luận và phương pháp luận của báo chí, truyền thông. Với nội dung 9 chương, tác giả giải quyết những vấn đề lý luận như các khái niệm và thuật ngữ, các loại hình báo chí, đặc trưng, chức năng, nguyên tắc hoạt động của báo chí, pháp luật và đạo đức báo chí, hiệu quả báo chí, lao động sáng tác trong hoạt động báo chí. Tác giả cho rằng hiệu quả báo chí là việc vận dụng các quy luật, nguyên tắc, hình thức, phương thức hoạt động báo chí giúp cho nó thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ của mình nhằm đạt mục đích. Hiệu quả báo chí được đo bằng công thức $H=K/M$, trong đó, H là hiệu quả, K là kết quả, M là mục đích. Trong đó, kết quả của hoạt động báo chí là sự thay đổi về nhận thức, hình thành nhận thức, hướng dẫn hành động cho công chúng. Các yếu tố tạo nên hiệu quả báo chí bao gồm chiến lược thông tin, yếu tố con người, đối tượng phục vụ của báo chí. [63]

- Lương Khắc Hiếu (2017), *Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam*, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội. Cuốn sách là công trình nghiên cứu chuyên sâu về công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam. Trong 7 chương sách, tác giả làm rõ các khái niệm, các yếu tố, các bộ phận cấu

thành công tác tư tưởng; chủ thể, khách thể, đối tượng công tác tư tưởng, mục đích công tác tư tưởng và phương thức tác động để đạt mục đích, nội dung giáo dục công tác tư tưởng; phương pháp, hình thức, phương tiện công tác tư tưởng; hiệu quả công tác tư tưởng. Theo tác giả, hiệu quả công tác tư tưởng là sự tương quan giữa kết quả đạt được với mục tiêu của công tác tư tưởng đặt ra và với chi phí về nguồn lực để đạt được kết quả đó trong một điều kiện xã hội nhất định. Đánh giá hiệu quả công tác tư tưởng căn cứ trên ba mặt - tiêu chuẩn tinh thần, tiêu chuẩn thực tiễn và tiêu chuẩn chi phí. [41]

Thứ hai, những công trình nghiên cứu đề cập đến vấn đề hiệu quả xuất bản. Các nghiên cứu về lý luận xuất bản chưa đề cập một cách rõ ràng lý thuyết về hiệu quả xuất bản. Tuy nhiên, từ các công trình nghiên cứu lý luận xuất bản, chúng ta có thể tìm thấy quan niệm về hiệu quả xuất bản thông qua nguyên lý, tính chất, đặc trưng của hoạt động xuất bản. Một số công trình tiêu biểu được đề cập đến như:

- Ngô Sĩ Liên (Chủ biên) (1998): *Nguyên lý hoạt động biên tập xuất bản sách*, NXB Giáo dục, Hà Nội. Cuốn sách gồm 6 chương đề cập đến các vấn đề lý luận nền tảng của hoạt động xuất bản. Đóng góp mới của cuốn sách thể hiện ở nội dung lý luận nghiệp vụ biên tập được trình bày cụ thể như: hệ thống khái niệm sách, xuất bản, xuất bản phẩm, biên tập đến vai trò, vị trí, chức năng của xuất bản được phân tích hệ thống, làm rõ bản chất hoạt động xuất bản. Đó là đặc tính về chính trị, đặc tính về kinh tế và đặc tính văn hóa của hoạt động xuất bản làm kim chỉ nam thực hiện công tác xuất bản. [52]

- Trần Văn Hải (2007), *Lý luận nghiệp vụ xuất bản (tập 1)*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội. Kế thừa thành quả các công trình nghiên cứu trước đó, nội dung cuốn sách hệ thống hoá lý luận nghiệp vụ xuất bản trong 7 chương. Đóng góp mới của công trình thể hiện ở ba nội dung lớn: (1) Làm rõ các khái niệm trung tâm của lý luận xuất bản như sách, xuất bản, xuất bản phẩm; (2) Lý giải mối quan hệ biện chứng của hoạt động xuất bản với các lĩnh vực đời sống xã hội - đời sống chính trị xã hội, đời sống kinh tế xã hội và đời sống văn hóa xã hội; (3) Làm rõ những vấn đề lý luận về công tác biên tập xuất bản,

về khái niệm, đặc trưng, nhiệm vụ. Tác giả cũng không đưa ra khái niệm về hiệu quả nhưng đề cập đến bản chất truyền thông của hoạt động xuất bản cũng như các tính chất quan trọng và mối quan hệ biện chứng giữa các tính chất của hoạt động xuất bản với các lĩnh vực đời sống chính trị, đời sống kinh tế và đời sống văn hóa.[33]

- Nguyễn Hồng Vinh (Chủ biên) (2012): *Xuất bản Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế*, NXB Thời đại, Hà Nội. Xuất bản Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập là vấn đề nghiên cứu lý luận và thực tiễn bức thiết nhằm đổi mới từng bước toàn ngành xuất bản. Điều này có ý nghĩa quan trọng đối với xuất bản Việt Nam nói riêng, sự nghiệp văn hóa, nâng cao tri thức nói chung. Đối mặt với cơ chế thị trường, ngành xuất bản gặp phải nhiều khó khăn, mặt tốt của kinh tế thị trường chưa được phát huy triệt để, mặt trái đang nổi lên. Sự lung lạc, phân vân nhằm phân biệt xuất bản là ngành văn hóa - tư tưởng không nhằm mục tiêu kinh doanh hay xuất bản là ngành kinh doanh đơn thuần, tác động đến quan niệm, hành xử của các đơn vị xuất bản. Hội nhập kinh tế diễn ra mạnh mẽ, cạnh tranh giữa ngành công nghiệp xuất bản các quốc gia tác động không đến ngành xuất bản Việt Nam quy mô nhỏ, thiếu tính chuyên nghiệp. Công trình nghiên cứu tương đối sâu sắc từ cơ sở lý luận, thực trạng, đánh giá sự tác động của hai yếu tố cơ chế thị trường và hội nhập quốc tế đến hoạt động xuất bản, từ đó đề xuất định hướng và giải pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xuất bản Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. [79]

- Đường Vinh Sường (2013), *Công tác xuất bản - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội. Cuốn sách gồm 3 phần tập hợp các bài viết của tác giả bàn về vấn đề lý luận và thực tiễn xuất bản. Điểm mới tác giả tiếp cận xuất bản trên cả góc độ chính trị - xã hội, góc độ kinh tế, góc độ quản lý. Từ góc độ chính trị xã hội, hoạt động xuất bản là tấm gương phản chiếu đời sống chính trị xã hội. Trong xã hội có giai cấp, hoạt động xuất bản là công cụ đấu tranh giai cấp. Từ góc độ kinh tế, hoạt động xuất bản là hoạt động sản xuất kinh doanh. Khi mới xuất hiện, hoạt động xuất bản không phải

là hoạt động mang tính kinh tế, chỉ đơn thuần là hoạt động truyền bá, phổ biến nhằm thỏa mãn nhu cầu đời sống tinh thần. Sản xuất hàng hóa ra đời, sản phẩm văn hóa tinh thần cũng trở thành hàng hóa. Từ góc độ quản lý, hoạt động xuất bản là hoạt động đặc thù, thể hiện các điểm: là hoạt động tư tưởng văn hóa, vừa là hoạt động kinh tế; hoạt động mang tính sáng tạo, sản xuất theo phương thức đơn chiếc; là kết quả tổng hợp của quy trình nhận thức và quy trình sản xuất; hoạt động mang tính xã hội rộng rãi. [64]

1.2. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

1.2.1. Những công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước

Các công trình nước ngoài nghiên cứu về hiệu quả xuất bản tiếp cận ở các góc độ khác nhau, thể hiện ở tình hình xuất bản ở các quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập và số hóa đang trở thành xu hướng chủ đạo chi phối ngành xuất bản. Xuất bản sách chính trị là một bộ phận của xuất bản sách, chịu sự chi phối của diễn tiến xuất bản chung của quốc gia đó.

- Robert E.Baensch (Chủ biên) (2003): *The Publishing in China (Ngành công nghiệp xuất bản ở Trung Quốc)*, Routledge Publishers, Newyork. Công trình là nghiên cứu của Robert E.Baensch và các cộng sự Đại học Newyork về ngành công nghiệp xuất bản Trung Quốc, qua đó đưa các đánh giá về xu hướng ngành xuất bản nước này khi Trung Quốc gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO. Với 11 chương lý luận và thực tiễn, các tác giả đi sâu vào các nội dung: (1) Phân tích về phân khúc thị trường sách thương mại, sách khoa học, sách kỹ thuật, sách chuyên ngành, giáo dục và sách trẻ em; (2) Phân tích mặt kinh tế, thương mại và xã hội của xuất bản; (3) Đánh giá thách thức và sự phát triển của giáo dục và đào tạo chuyên nghiệp ngành xuất bản. [88]

- Trần Hân (2013), *Luận đàm về ngành xuất bản Trung Quốc*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Ngành xuất bản là một bộ phận cấu thành trong đời sống văn hóa, kinh tế - xã hội, đồng thời là khâu quan trọng trong đời sống chính trị. Khẳng định sự chuyển đổi thành công hay thất bại các tổ chức xuất bản tác động tới đời sống xã hội, chính trị tại Trung Quốc, các học giả nghiên

cứu những vấn đề cốt yếu của ngành xuất bản Trung Quốc trong bối cảnh mới. Một, tác giả nghiên cứu các giai đoạn phát triển của ngành xuất bản Trung Quốc phân tích dưới góc độ kinh tế trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập; Hai, tác giả nghiên cứu làm rõ những vấn đề có liên quan đến ngành xuất bản Trung Quốc như cơ chế vận hành ngành xuất bản, cơ chế quản lý giá sách, thị trường xuất bản, cạnh tranh và đổi mới trong ngành xuất bản. [40]

- Emma House (2013), *Challenges Facing the UK Book Industry (Đổi mới những thách thức ngành công nghiệp xuất bản sách Vương quốc Anh)*, Springer Science+Business Media New York, Pub Res Q (2013) 29:211–219 DOI 10.1007/s12109-013-9320-9. Tác giả đề cập những thách thức mà ngành xuất bản nước Anh đang đối mặt, cũng như những cơ hội trước sự phát triển công nghệ kỹ thuật số. Từ số liệu thống kê minh họa giá trị thị trường và phân đoạn thị trường: xuất bản phẩm phổ thông, xuất bản phẩm chuyên ngành, xuất bản phẩm thiếu nhi, tác giả cho rằng, ngành xuất bản Vương quốc Anh phải đối mặt với nhiều thách thức hơn các cơ hội, đó là: (1) Phải cạnh tranh với các trò tiêu khiển khác để chiếm được cộng đồng đọc. Kỹ thuật số và đặc biệt là sự ra đời của máy tính bảng đã làm cho sự cạnh tranh trở nên khốc liệt hơn; (2) Sự suy yếu của bản quyền nghiêm trọng đang xảy ra ở một số quốc gia (3) Cạnh tranh với nguồn thông tin miễn phí. Tác giả cho rằng, động lực phát triển xuất bản là các giá trị xã hội mà xuất bản mang lại. [91]

- David Throsby, Jan Zwar and Callum Morgan (2018): *Australian Book Publishers in the Global Industry: Survey Method and Results (Các nhà xuất bản Australia trong ngành công nghiệp toàn cầu: Phương pháp và kết quả khảo sát)*, Published by the Department of Economics, Macquarie University press, ISSN 1833-5020 (print) 1834-2469 (online), Sydney, Australia. Xuất bản sách đã thay đổi đáng kể với sự gia tăng phổ biến của hình thức tự xuất bản, sự phát triển của quy mô dịch vụ xuất bản có phí trên các nền tảng tự xuất bản trên các trang web trực tuyến Amazon và Apple. Bài viết là kết quả nghiên cứu khảo sát đối với 25 nhà xuất bản sách chuyên ngành, nhà xuất bản sách giáo dục và sách thương mại cùng hơn 1.000 tác giả ở Australia. Qua đó, các tác giả đã xác định

các vấn đề đổi mới giữa các nhà xuất bản và tác giả, giữa nhà xuất bản, tác giả và độc giả trong cung ứng dịch vụ xuất bản. [96]

1.2.2. Những công trình nghiên cứu của các học giả trong nước

Nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới được ban hành đã đặt ra nhiều vấn đề lý luận và thực tiễn đối với công tác xuất bản sách lý luận, chính trị, thu hút sự quan tâm của đông đảo nhà khoa học. Nhiều công trình nghiên cứu các học giả trong nước góp phần làm sáng tỏ về lý luận và thực tiễn hiệu quả xuất bản sách chính trị. Đối tượng nghiên cứu của các công trình là xuất bản sách lý luận, chính trị; sách lý luận chính trị phổ thông hay sách lý luận chính trị. Về bối cảnh, các công trình nghiên cứu thực trạng gắn với bối cảnh hội nhập quốc tế như kinh tế thị trường, công nghiệp hóa hiện đại hóa, cách mạng khoa học công nghệ lần thứ tư, hay yêu cầu bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Một số công trình tiêu biểu nghiên cứu dưới góc độ này như:

- Nguyễn Duy Hùng (2009), *Giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội. Xuất phát từ tình hình thực tiễn cuộc đấu tranh ý thức hệ diễn ra quyết liệt, công tác xuất bản sách lý luận chính trị nói riêng đang đặt ra nhiều vấn đề cần phân tích, tổng kết trên phương diện lý luận và thực tiễn. Để công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị có hiệu quả, tác giả nhấn mạnh cần khẳng định hai vấn đề: Xuất bản đặt dưới sự lãnh đạo và quản lý của Đảng và Nhà nước; trong cơ chế thị trường, không thể bao cấp hoàn toàn cho hoạt động xuất bản nhưng các NXB cần được coi là doanh nghiệp đặc biệt. Tác giả phân tích thực trạng công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị trong 5 năm (2003-2008), từ đó đánh giá thành tựu, hạn chế trên các mặt xuất bản, phát hành, đề xuất phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị trước tác động của bối cảnh trong nước và những xu thế quốc tế. [49]

- Lê Minh Nghĩa (2009), *Xuất bản sách lý luận chính trị phục vụ hiệu quả cuộc đấu tranh bảo vệ chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh trong*

giai đoạn hiện nay, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng Khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội. Đề tài gắn với Chỉ thị 20-CT/TW về nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới. Về lý luận, đề tài đã xây dựng cơ sở lý luận về xuất bản sách lý luận chính trị. Về thực tiễn, đề tài đã phân tích thực trạng xuất bản sách lý luận chính trị trên các mặt như xuất bản sách lý luận chính trị về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; xuất bản sách lý luận chính trị về đường lối, chủ trương lãnh đạo của Đảng, tổng kết những thành tựu lãnh đạo trên các mặt; xuất bản sách lý luận chính trị về phê phán các quan điểm xuyên tạc, thù địch. Trên cơ sở đó, đề tài đánh giá hạn chế, nguyên nhân và đề xuất phương hướng, giải pháp đối với xuất bản sách lý luận chính trị trong tình hình mới. [58]

- Trần Văn Hải (2013), *Xuất bản sách lý luận, chính trị trong cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, Đề tài khoa học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội. Điểm mới của đề tài là phân tích làm rõ đặc điểm của xuất bản sách lý luận, chính trị trong cơ chế thị trường. Sự chuyển đổi mô hình quản lý xuất bản từ kinh tế bao cấp sang kinh tế thị trường, hạch toán kinh doanh, giảm thiểu sự phụ thuộc vào ngân sách nhà nước đã khuyến khích sự tham gia của lực lượng tư nhân vào lĩnh vực xuất bản, khuyến khích các nhà xuất bản năng động, đổi mới tư duy và phương thức hoạt động, nhưng cũng tạo không ít khó khăn. Trong cơ chế thị trường, xuất bản là ngành kinh doanh đặc thù, cần thống nhất tính sự nghiệp và tính dịch vụ, sản xuất hàng hóa và sản xuất phi hàng hóa, kinh doanh thương mại xuất bản và truyền bá văn hóa. Cái khó của xuất bản tìm ra cách thức kết hợp hài hòa ba lợi ích: lợi ích nhà nước, lợi ích chủ thể xuất bản và lợi ích xã hội. Xuất bản sách lý luận, chính trị là hoạt động xuất bản đặc thù, dù trong bất cứ chế độ nào cũng cần sự bảo trợ của nhà nước. Vì vậy, lợi ích văn hóa, xã hội là mục tiêu số một, hiệu quả tư tưởng là mục tiêu hàng đầu của sách lý luận, chính trị. [36]

- Khuất Duy Kim Hải (2012), *Xuất bản sách lý luận chính trị, pháp luật, tư tưởng Hồ Chí Minh phục vụ hệ thống chính trị xã, phường, thị trấn*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.

Đề tài nghiên cứu về xuất bản sách chính trị phục vụ hệ thống xã, phường, thị trấn theo đề án Tủ sách chính trị tổ chức cơ sở của Ban Bí thư. Đề tài nghiên cứu thực trạng và nhu cầu sách lý luận chính trị, pháp luật, tư tưởng Hồ Chí Minh, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng xuất bản đáp ứng nhu cầu sử dụng của cán bộ, nhân dân cơ sở. Các nhóm sách cần tập trung như: sách về công tác xây dựng đảng, chính quyền, tổ chức chính trị-xã hội; sách phổ biến, giáo dục lý luận chính trị, pháp luật và kiến thức quản lý cấp cơ sở; sách giới thiệu các điển hình tiên tiến, tấm gương người tốt việc tốt, đấu tranh chống các quan điểm sai trái, thù địch, phê phán, đấu tranh với hiện tượng tiêu cực, tham nhũng, suy thoái; sách phục vụ Cuộc vận động “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh”; sách phục vụ các đợt sinh hoạt chính trị của Đảng và Nhà nước. [37]

- Trần Chí Đạt (2019): *Xuất bản sách trên lĩnh vực văn hoá-tư tưởng trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia “Vai trò của báo chí, xuất bản trên lĩnh vực tư tưởng-văn hoá ở Việt Nam hiện nay”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Bài viết phân tích cơ hội, thách thức của bối cảnh quốc tế đến xuất bản. Bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế mang lại cơ hội phát triển cho xuất bản nói chung, xuất bản trên lĩnh vực văn hoá tư tưởng, ngành xuất bản có cơ hội mở rộng giao lưu, tiếp thu những tư tưởng tiên bộ. Bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế cũng được ra cho xuất bản những khó khăn và thách thức, đó là giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc, tiếp thu tinh hoa văn hoá nhân loại đồng thời giới thiệu văn hoá Việt Nam đến với quốc tế, đẩy mạnh hoạt động văn hoá tư tưởng phục vụ cho chính sách đối ngoại Nhà nước. [30]

- Dương Trung Ý (2019): *Nâng cao chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị phục vụ công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, quản lý ở Việt Nam hiện nay*, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội. Cuốn sách trình bày một số vấn đề lý luận về sách lý luận chính trị và chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị phục vụ yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng cán bộ lãnh đạo, quản lý ở Việt Nam. Điểm mới của công trình là xây dựng lý thuyết về chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị bao gồm quan niệm, tiêu chuẩn đánh giá. Theo đó, chất lượng xuất bản sách

chính trị là tổng thể những thuộc tính được xác định bằng các thông số có thể đo lường, so sánh phù hợp với các điều kiện kỹ thuật, thể hiện khả năng đáp ứng yêu cầu về chính trị, nhu cầu cá nhân người đọc và xã hội. Tiêu chí đánh giá chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị bao gồm: (1) Xây dựng kế hoạch đề tài và tổ chức bản thảo sách lý luận chính trị, (2) Chất lượng đội ngũ biên tập và quy trình, quy chuẩn biên tập, (3) Thực hiện các quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước liên quan đến xuất bản sách lý luận chính trị, (4) Mức độ đáp ứng yêu cầu phục vụ nhiệm vụ chính trị, (5) Sự hài lòng của bạn đọc, (6) Hiệu quả thu được sau khi trừ đi chi phí sản xuất.[85]

- Nguyễn Văn Thành (2020), *Xuất bản sách lý luận, chính trị trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Cách mạng công nghiệp 4.0 đang tạo ra những biến đổi sâu sắc và nhanh chóng trên mọi lĩnh vực đời sống xã hội. Sự tác động này tạo ra nhiều cơ hội, đồng thời cũng đặt ra không ít thách thức cho ngành xuất bản và xuất bản sách lý luận, chính trị. Tác giả phân tích sự tác động của cách mạng 4.0 đối xuất bản sách lý luận, chính trị trên các phương diện: khả năng lan toả và tương tác; đa dạng hóa loại hình sản phẩm, khai thác nguồn dữ liệu số khổng lồ; phương tiện công nghệ số được kết nối toàn cầu mở ra không gian mới. Bên cạnh tác động tích cực, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra những thách thức nảy sinh như thách thức về an ninh mạng, sự thay đổi về nhu cầu đọc và văn hóa đọc; yêu cầu mới về nguồn nhân lực; yêu cầu về cơ chế quản lý và bảo hộ quyền tác giả cần được giải quyết. [68]

- Hoàng Vĩnh Bảo (2020), *Đổi mới và nâng cao hiệu quả xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Tác giả đánh giá thực trạng công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị, chỉ ra hạn chế cơ bản về số lượng, cơ cấu, nội dung, hình thức sách lý luận, chính trị; về ứng dụng công nghệ vào xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị; về phương thức hoạt động của hệ thống phát hành sách lý luận, chính trị. Trong bối cảnh thế giới và trong nước với những thuận lợi, thời cơ và khó khăn, thách thức đan xen, tác giả nhấn mạnh cần tiếp tục đổi mới

manh mẽ về nội dung và hình thức, phương thức và tổ chức hoạt động xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị nhằm tận dụng tối đa thành quả của cuộc cách mạng công nghiệp, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ chính trị, góp phần quan trọng vào việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, củng cố và tăng cường niềm tin khoa học vào chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. [16]

- Nguyễn Ngọc Bảo (2020), *Một số vấn đề đặt ra đối với việc nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Tác giả khẳng định, sách lý luận, chính trị có vai trò đặc biệt quan trọng truyền bá, bảo vệ, phát triển chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; nâng cao trình độ và bản lĩnh chính trị, đấu tranh bác bỏ quan điểm sai trái. Từ phân tích kết quả, hạn chế của xuất bản sách lý luận, chính trị, tác giả chỉ ra tám vấn đề đặt ra như: (1) Huy động toàn xã hội tham gia vào công tác xuất bản, phát hành, đẩy mạnh phổ biến tuyên truyền giá trị sách lý luận, chính trị; (2) Nghiên cứu xây dựng đề án trọng điểm, giải thưởng về sách lý luận, chính trị; (3) Phát triển đồng bộ nguồn nhân lực; (4) Xây dựng chương trình giới thiệu, quảng bá sách lý luận, chính trị trên báo chí, truyền thông. [15]

- Đinh Xuân Dũng (2020), *Vài suy nghĩ về nâng cao chất lượng, hiệu quả sách lý luận, chính trị đáp ứng yêu cầu công tác tư tưởng trong tình hình mới*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Xuất bản sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Tác giả trình bày quan điểm về nâng cao chất lượng, hiệu quả sách lý luận, chính trị trong tình hình mới. *Một*, chất lượng sách phải đi liền với hiệu quả thực tế. Nội dung sách lý luận, sách chính trị không chỉ bó hẹp trong phạm vi chính trị thuần túy và xuất bản sách lý luận, chính trị là công việc chung của toàn ngành xuất bản. *Hai*, khai mở hướng đề tài sách lý luận, chính trị thông qua nghị quyết của Đảng về tình hình chính trị Việt Nam. *Ba*, quan tâm đến người đọc, người tiếp nhận. Hiện nay, đã và đang xuất hiện năm xu hướng vận động, biến đổi, có cả tích cực và tiêu cực. Trong các xu hướng đó, sách lý luận, chính trị tự đặt hai nhiệm vụ kép: vừa định hướng tư tưởng lý luận,

chính trị vừa có khả năng đáp ứng nhu cầu của người đọc, khơi dậy, phát hiện, nuôi dưỡng nhu cầu lành mạnh, thị hiếu tốt đẹp. *Bốn*, phát hành sách lý luận, chính trị cần nghiên cứu, xác định khách hàng mục tiêu, định hướng cho công tác kế hoạch đề tài và cộng tác viên. [24]

- Nguyễn Việt Thông (2020), *Xuất bản sách phục vụ trực tiếp cuộc đấu tranh phê phán các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong tình hình mới*, trang Thông tin điện tử Hội đồng Lý luận Trung ương, Hà Nội. Cuộc đấu tranh phê phán các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong tình hình mới có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Tuy nhiên, việc xuất bản sách trực tiếp phê phán các quan điểm sai trái thù địch còn hạn chế, thể hiện các điểm: sự phân định giữa nguyên lý nào cơ bản đúng, nguyên lý nào cần bổ sung phát triển, nguyên lý nào cần nhận thức lại; tổng kết về sự vận dụng, phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác-Lênin chưa đáp ứng nhu cầu; một số lý luận thực tiễn đặt ra nhưng chậm giải quyết; sức thuyết về khoa học, tính lý luận, tính chiến đấu chưa cao; phổ biến sách chưa thường xuyên. Do đó, việc xuất bản sách phục vụ trực tiếp cuộc đấu tranh phê phán quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ tư tưởng của Đảng cần được đổi mới về nội dung, hình thức đa dạng cả sách giấy và sách điện tử. [71]

- Nguyễn Vĩnh Thắng (2020), *Nâng cao chất lượng nghiên cứu, biên soạn, biên tập sách lý luận, chính trị trong tình hình mới*, Kỷ yếu Hội nghị toàn quốc về công tác báo chí, xuất bản, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội. Bài viết phân tích khía cạnh đầu vào của công tác xuất bản sách lý luận, chính trị. Nghiên cứu, biên soạn sách lý luận, chính trị là khâu đầu vào sản phẩm của biên tập, bao gồm nhiều nội dung: xác định kế hoạch nghiên cứu, biên soạn sách, xác định thể loại, xác định tổ chức cá nhân tham gia nghiên cứu biên soạn... Biên tập sách lý luận, chính trị góp phần quan trọng quyết định chất lượng sách lý luận, chính trị. Bối cảnh thế giới nhiều biến động, bên cạnh vấn đề an ninh truyền thống, an ninh phi truyền thống ngày càng tinh vi đặt ra nhiều vấn đề bức thiết đối với xuất bản sách lý luận, chính trị để xây dựng thành công chủ nghĩa xã hội và bảo vệ vững chắc Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa. [70]

- Vũ Trọng Lâm, Vũ Uyên Linh (2021): *Nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động xuất bản sách lý luận chính trị trong điều kiện hội nhập quốc tế*,

Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Pháp luật kinh doanh trong điều kiện hội nhập”, Đại học Luật Hà Nội, Hà Nội. Các tác giả bàn về khái niệm xuất bản, sách lý luận chính trị, chất lượng của sách lý luận chính trị, hiệu quả của sách lý luận chính trị. Theo đó, chất lượng của sách lý luận chính trị phản ánh chất lượng biên soạn của tác giả, biên tập của biên tập viên với những nội dung tư tưởng khoa học, quan điểm chính trị được đề cập trong mỗi cuốn sách; Hiệu quả của sách lý luận chính trị được đo bằng chỉ số đầu sách, số lượng các bản sách đã được xuất bản, hiệu quả kinh tế mang lại, thể hiện ở hiệu quả chính trị, tư tưởng, khoa học. Về phương diện thực tiễn, bài viết phân tích thực trạng hoạt động xuất bản sách lý luận chính trị, chỉ ra những khó khăn, hạn chế, chất lượng và hiệu quả chưa tương xứng với yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập quốc tế của đất nước trong giai đoạn mới, từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động xuất bản sách lý luận chính trị. [50]

- Nguyễn Hoa Mai (2021), *Sách lý luận chính trị với bảo vệ tư tưởng của Đảng*, Tạp chí Lý luận chính trị điện tử, đăng ngày 8-9-2021. Bài viết phân tích vai trò của sách lý luận chính trị trong bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch. Trên cơ sở phân tích thực trạng sách lý luận chính trị bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bài viết nêu phương hướng, giải pháp nâng cao chất lượng sách chính trị. [55]

1.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ VẤN ĐỀ ĐÃ ĐƯỢC NGHIÊN CỨU VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ TIẾP TỤC ĐƯỢC NGHIÊN CỨU, LÀM RÕ

1.3.1. Những nội dung đã được nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài ngoài nước và trong nước, vấn đề hiệu quả xuất bản, xuất bản sách chính trị được các học giả quan tâm nghiên cứu, làm rõ ở nhiều góc độ tiếp cận.

Thứ nhất, về lý luận hiệu quả xuất bản. Các công trình nghiên cứu lý luận xuất bản của các học giả ngoài nước và trong nước đã giải quyết được vấn đề cốt lõi về hiệu quả xuất bản. Đó là cách tiếp cận, giải quyết các nội dung như: khái niệm, tính chất, vai trò, mối quan hệ giữa xuất bản với các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội phù hợp với bối cảnh của quốc gia, khu vực

và bản chất hoạt động xuất bản. Nhìn chung, quan điểm các học giả khá tương đồng khi cho rằng hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế là hai mặt nhưng không thể tách rời. Các công trình nghiên cứu xây dựng khái niệm, đặc trưng, gợi mở các tiêu chí đánh giá hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội của xuất bản.

Thứ hai, về lý luận và thực tiễn hiệu quả xuất bản sách chính trị. Nghiên cứu về lý luận và thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam, các công trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản chủ yếu từ các học giả trong nước tiếp cận ở các góc độ như sau: (1) Nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị gắn với nhiệm vụ chính trị của công tác xuất bản; (2) Nâng cao hiệu quả quản lý xuất bản sách chính trị trước yêu cầu công nghiệp hóa hiện đại hóa và hội nhập quốc tế; (3) Nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị trong điều kiện kinh tế thị trường.

Đối với các công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước, mặc dù hiệu quả xuất bản sách chính trị không có những nghiên cứu chuyên biệt nhưng từ các nghiên cứu tổng quát có thể thấy rằng: (1) Sách chính trị là một bộ phận trong cơ cấu sách, cùng với các loại sách khác cũng được thúc đẩy trong thời kỳ số hoá; (2) Sự phát triển ngành xuất bản gắn với kinh tế thương mại và văn hoá xã hội; (3) Sự thay đổi về phương thức xuất bản của NXB, giải quyết tốt mối quan hệ giữa tác giả, độc giả là động lực của sự phát triển.

1.3.2. Những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu, làm rõ

Có thể thấy, các công trình về hiệu quả xuất bản sách chính trị vẫn còn những khoảng trống nghiên cứu như: *Thứ nhất*, những nghiên cứu về hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị tuy khá đa dạng về hình thức (đề tài khoa học, tham luận, tạp chí, sách) nhưng chưa có nghiên cứu nào đề cập một cách đầy đủ lý luận về hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị. Các công trình nghiên cứu trên tập trung lý giải một số khía cạnh thực tiễn, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả, chất lượng xuất bản sách chính trị. Các vấn đề lý luận cơ bản của hiệu quả xuất bản nói chung, hiệu quả xuất bản sách chính trị chưa được làm rõ như: khái niệm hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị, phân loại hiệu quả, phương pháp và tiêu chí đánh giá hiệu quả xuất

bản sách chính trị. Bên cạnh hướng nghiên cứu tổng thể về hiệu quả xuất bản sách chính trị, các nghiên cứu về từng loại hiệu quả xuất bản (hiệu quả chính trị, hiệu quả kinh tế hay hiệu quả xã hội) cũng là một hướng đi mới dưới góc độ tiếp cận của khoa học xã hội chuyên ngành.

Thứ hai, chưa có công trình nghiên cứu một cách cụ thể về cơ sở chính trị, pháp lý, tác động của bối cảnh hội nhập quốc tế đến xuất bản sách chính trị. Một số vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu như: quan điểm, định hướng của Đảng về vai trò, nhiệm vụ của xuất bản sách chính trị; hành lang pháp lý, chính sách của Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị; bối cảnh hội nhập quốc tế hay tình hình trong nước, quốc tế tác động như thế nào đến định hướng xuất bản sách chính trị. *Thứ ba*, thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị chưa được nghiên cứu một cách hệ thống dựa trên sự vận hành mô hình xuất bản sách chính trị. Đây cũng là khoảng trống lớn cần được cập nhật.

Từ khảo sát kết quả nghiên cứu các công trình đã công bố trong và ngoài nước, từ khoảng trống những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu, luận án xác định vấn đề cần nghiên cứu, làm rõ như sau:

Thứ nhất, làm rõ các vấn đề lý luận về xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế - khái niệm, phân loại, đặc điểm, tính chất, vai trò của xuất bản sách chính trị.

Thứ hai, làm rõ các vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế - khái niệm, phân loại, quan điểm và hệ thống tiêu chí đo lường hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Thứ ba, làm rõ cơ sở chính trị, pháp lý và thực tiễn của hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thứ tư, làm rõ thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay, từ đó đánh giá kết quả, hạn chế, nguyên nhân và những vấn đề đặt ra.

Thứ năm, đề xuất giải pháp giải quyết những vấn đề đặt ra, từ đó nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Tóm lại, qua nghiên cứu các tài liệu nêu trên, tôi nhận thấy chưa có

công trình nào nghiên cứu chuyên biệt về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Đây là nội dung còn nhiều vấn đề cần phải tiếp tục khảo cứu, làm rõ. Nói cách khác, trong hầu hết các công trình đã công bố và nguồn tài liệu được tiếp cận, tôi nhận thấy vấn đề “*Hiệu quả Xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” rất cần thiết. Luận án đã xác định một hướng đi riêng, không trùng lặp với bất cứ công trình nào đã được nghiên cứu trước đây.

Tiểu kết Chương 1

Tổng quan đã khái quát được các công trình nghiên cứu đã được công bố của các tác giả ngoài nước và trong nước ở các điểm chính sau:

Thứ nhất, các công trình đề cập về xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Các công trình đã giải quyết được những vấn đề về lý luận và nghiệp vụ xuất bản sách chính trị như: khái niệm, tính chất, vai trò, mối quan hệ giữa xuất bản với các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của hoạt động xuất bản.

Thứ hai, các công trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam tiếp cận ở các khía cạnh cơ bản như giải quyết khái niệm, vai trò, đặc điểm và thực trạng xuất bản trong điều kiện toàn ngành xuất bản vận động trong nền kinh tế thị trường và bối cảnh hội nhập quốc tế. Đặc biệt, sự tác động của cách mạng công nghệ mở ra một thời đại số hóa ngành xuất bản. Các vấn đề đặt ra từ thực trạng, những giải pháp đổi mới để xuất bản sách chính trị phù hợp với điều kiện mới.

Thứ ba, từ tổng quan tình hình nghiên cứu, luận án đánh giá chung về kết quả đạt được, những khoảng trống nghiên cứu và những vấn đề luận án cần nghiên cứu, làm rõ.

Chương 2

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.1. SÁCH CHÍNH TRỊ VÀ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

2.1.1. Sách chính trị - Khái niệm, đặc điểm và phân loại

2.1.1.1. Khái niệm sách chính trị và các khái niệm liên quan

a. Các khái niệm liên quan

Một số khái niệm liên quan đến đề tài luận án như khái niệm sách lý luận, chính trị; sách lý luận - chính trị; sách lý luận chính trị.

Theo *Từ điển Xuất bản (2007)*, sách lý luận, chính trị là “loại sách trực tiếp phản ánh, truyền bá hệ tư tưởng của một giai cấp, đường lối, chính sách của nhà nước, các chính đảng, các tổ chức chính trị nhằm thực hiện và bảo vệ lợi chính trị của một giai cấp, một dân tộc” [69, 546].

Chỉ thị 20-CT/TW ngày 27-1-2003 về “nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới” đưa ra định nghĩa khá cụ thể như sau: “Sách lý luận, chính trị trực tiếp truyền bá, bảo vệ, phát triển của nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước; giới thiệu kiến thức, kinh nghiệm có giá trị của các nước; góp phần xây dựng nền tảng tư tưởng, thế giới quan, nhân sinh quan cách mạng, giáo dục nâng cao trình độ và bản lĩnh chính trị cho cán bộ, đảng viên và nhân dân; xây dựng con người mới, nếp sống mới; đấu tranh bác bỏ các quan điểm sai trái”. [6]

Theo *Từ điển Xuất bản Việt Nam (dự thảo) (2022)*, sách lý luận - chính trị là “loại sách viết về chủ thuyết tư tưởng, chính trị đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước nhằm khẳng định, bảo vệ quan điểm chính trị của một chính đảng, một nhà nước và thuyết phục các tầng lớp xã hội đồng thuận và ủng hộ”. [272]

Cùng với hai khái niệm trên, khái niệm sách lý luận chính trị cũng thường được sử dụng. Sách lý luận chính trị được hiểu là loại sách chứa đựng nội dung tri thức khoa học chính trị ở cấp độ cao nhất, khái quát nhất, tìm ra bản chất, quy

luật cơ bản của hoạt động chính trị [35,5]. Lý luận chính trị được hiểu theo hai cấp độ: Theo nghĩa hẹp, lý luận chính trị là tri thức lý luận của Chính trị học - với tư cách là ngành khoa học xã hội chuyên biệt. Theo nghĩa rộng, lý luận chính trị là hệ thống tri thức lý luận được tổng kết từ thực tiễn hoạt động chính trị, đó sự tổng hợp tri thức lý luận của các ngành khoa học xã hội cùng nghiên cứu lĩnh vực chính trị. Với cách hiểu này, sách lý luận chính trị đồng nhất nội hàm khái niệm lý luận được truyền tải trong sách lý luận, chính trị.

b. Khái niệm sách chính trị

Sách chính trị, tiếng Anh - Politic book, tiếng Trung - 政治书 là loại sách phản ánh tập trung các tri thức chính trị. Khái niệm sách chính trị là tổ hợp của khái niệm sách và chính trị, trong đó sách là hình thái vật chất, chính trị là nội dung.

Theo *Từ điển Bách khoa Việt Nam (tập 3, 2003)*, sách được hiểu là những sản phẩm ghi lại tri thức, thông tin nào đó của con người nhằm phổ biến tri thức hoặc lưu trữ [44, 714]. Sách là sản phẩm của hoạt động có ý thức, có mục đích của con người, từ việc chọn lọc nội dung, định hình vỏ vật chất, đến phổ biến sách trong xã hội nhằm phục vụ cho nhu cầu đa dạng của công chúng.

Theo *Từ điển Bách khoa Việt Nam (tập 1, 2007)*, “Chính trị là toàn bộ những hoạt động có liên quan đến các mối quan hệ giữa các giai cấp, giữa các dân tộc, các tầng lớp xã hội, mà cốt lõi của nó là vấn đề giành chính quyền, duy trì và sử dụng quyền lực nhà nước, sự tham gia vào công việc của Nhà nước, sự xác định hình thức tổ chức, nhiệm vụ, nội dung hoạt động của Nhà nước” [42, 603]. Xét mối quan hệ giữa cơ sở hạ tầng và kiến trúc thượng tầng, chính trị thuộc kiến trúc thượng tầng, bao gồm hệ tư tưởng chính trị, nhà nước, các đảng phái... Xét mối quan hệ giữa tồn tại xã hội và ý thức xã hội, ý thức xã hội là sự phản ánh tồn tại xã hội. Ý thức chính trị là một bộ phận của ý thức xã hội, phản ánh mối quan hệ kinh tế của xã hội bằng ngôn ngữ chính trị, mối quan hệ giữa các giai cấp, các dân tộc, các quốc gia và thái độ của các giai cấp đối với quyền lực nhà nước [31, 418-419].

Ý thức chính trị là mặt tinh thần của đời sống chính trị, bao gồm hệ tư tưởng, ý thức lý luận chính trị, ý thức chính trị thông thường, tâm lý chính trị nảy sinh từ thực tiễn hoạt động chính trị trong giai đoạn nhất định. Ý thức chính trị được ghi lại bằng ngôn ngữ trở thành nội dung phản ánh trong sách chính trị. Nội dung sách chính trị mang tính lịch sử, cụ thể vừa phản ánh ý thức chính trị vừa góp phần cải tạo ý thức chính trị. Từ đó, NCS đưa ra khái niệm sách chính trị tập trung làm rõ ba khía cạnh - nội dung truyền tải, mục tiêu truyền tải và đối tượng phục vụ.

Sách chính trị được hiểu là một loại sách có nội dung chuyển tải một cách có hệ thống các quan điểm, tư tưởng đại diện cho hệ tư tưởng giai cấp, các tri thức lý luận chính trị, tri thức kinh nghiệm nảy sinh từ hoạt động chính trị của nhà nước, đảng phái đến tâm lý chính trị... được trải qua quá trình thẩm định, biên tập, nhân bản và phát hành đến các đối tượng độc giả nhằm cung cấp tri thức chính trị, góp phần xây dựng nền tảng tư tưởng của một quốc gia, dân tộc.

Như vậy, so với sách lý luận chính trị (lý luận, chính trị) được hiểu là loại sách chứa đựng nội dung tri thức khoa học chính trị ở cấp độ cao nhất, khái quát nhất, tìm ra bản chất, quy luật cơ bản của hoạt động chính trị, nội hàm khái niệm sách chính trị rộng hơn, bao hàm khái niệm sách lý luận chính trị. Ngoài sách lý luận chính trị, sách chính trị còn bao gồm nội dung về tri thức kinh nghiệm chính trị, tri thức chính trị phổ thông, tâm lý chính trị cùng tri thức khác đúc kết từ thực tiễn hoạt động chính trị.

2.1.1.2. Đặc điểm của sách chính trị

Sách chính trị là sản phẩm văn hoá tinh thần, kết tinh tri thức chính trị ở mọi cấp độ, bao gồm các tri thức lý luận chính trị, tri thức kinh nghiệm, kỹ năng hoạt động chính trị. Sách chính trị đặc biệt ở chủ thể sáng tạo, nội dung chuyển tải, phương thức nhận thức và đối tượng tiếp nhận. Sách chính trị cũng là sản phẩm hàng hoá, truyền đạt thông tin đến với công chúng thông qua hoạt động sản xuất xuất bản phẩm. Vì vậy, sách chính trị mang đặc điểm của sản phẩm văn hoá tư tưởng và sản phẩm hàng hoá.

Là sản phẩm văn hoá tư tưởng, sách chính trị mang đặc điểm sau:

Một, chủ thể sáng tạo của sách chính trị là đảng chính trị, cơ quan lãnh đạo, cơ quan quản lý; các tổ chức chính trị - xã hội, xã hội nghề nghiệp; các cơ quan khoa học, đào tạo; các nhà chính trị, nhà khoa học. Họ đóng vai trò là tác giả, tập thể tác giả có quyền nhân thân được pháp luật bảo hộ như quyền đặt tên tác phẩm, đứng tên trên tác phẩm, công bố tác phẩm và bảo hộ toàn vẹn nội dung tác phẩm.

Hai, nội dung sách chính trị trực tiếp chuyển tải hệ tư tưởng giai cấp, quan điểm, đường lối của một chính đảng, chính sách của nhà nước, của các tổ chức chính trị - xã hội nhằm bảo vệ lợi ích của một giai cấp, một dân tộc. Nội dung sách chính trị khá đa dạng với hàm lượng tri thức chính trị ở nhiều cấp độ, từ tri thức lý luận trừu tượng đến các tri thức chính trị cụ thể.

Ba, sách chính trị phản ánh hiện thực chính trị bằng tư duy khoa học, logic. Hiện thực chính trị sinh động được đúc kết thành tri thức khoa học có độ tin cậy cao, tác động mạnh đến lý trí, nhận thức, từ đó nâng cao nhận thức độc giả.

Bốn, sách chính trị hướng đến tập hợp đa dạng độc giả, từ cán bộ lãnh đạo cao cấp trong Đảng, Nhà nước, các nhà chính trị chuyên nghiệp, cán bộ, đoàn thể chính trị - xã hội thế đến độc giả phổ thông ở mọi lứa tuổi, trình độ, nghề nghiệp. Điều đó đòi hỏi sự đa dạng chủng loại sách chính trị và kênh phân phối nhằm đáp ứng nhu cầu tiếp cận của độc giả.

Là sản phẩm hàng hoá, sách chính trị mang đặc điểm sau:

Một, sách chính trị là hàng hóa đặc biệt. Sản xuất và lưu thông như hàng hoá trên thị trường, sách chính trị cũng chịu sự chi phối của các quy luật: giá trị, cạnh tranh, cung - cầu. Xét ở khía cạnh hàng hóa đặc biệt - hàng hoá văn hoá, sách chính trị có tính hai mặt quyết định sản xuất: với vai trò là hàng hóa, lợi nhuận phải là mục tiêu; nhưng với vai trò là hàng hóa văn hóa tư tưởng, mục tiêu chính trị, tư tưởng đặt lên hàng đầu. Tính hai mặt của sách chính trị có lúc có thể dung hòa được, nhưng có lúc không thể dung hòa được.

Thực tế cho thấy, các loại sách chính trị đại chúng, chủ yếu phục vụ mục tiêu phổ cập tri thức... thị phần lớn hơn nhiều so với thị phần của sách lý luận chính trị. Vì vậy, mục tiêu lợi nhuận và mục tiêu chính trị, xã hội trong xuất

bản sách chính trị đại chúng ít bị xung đột và mâu thuẫn, dễ dung hòa với nhau. Nhưng đối với sách lý luận chính trị, nhiệm vụ chính trị, tư tưởng (mục tiêu chính trị, xã hội) là mục tiêu chính, tiếp đến là nhiệm vụ kinh doanh tạo ra lợi nhuận (mục tiêu kinh tế). Trong nhiều trường hợp để thực hiện mục tiêu chính trị, xã hội, sách lý luận chính trị phải bỏ qua mục tiêu lợi nhuận. Bên cạnh đó, sách lý luận chính trị là loại sách “kén” người đọc nên thị phần của sách chính trị thường nhỏ, phạm vi tương đối hẹp.

Hai, sách chính trị có tính cá biệt cao. Tính cá biệt cao của sách chính trị nói lên mức độ khó có thể thay thế bởi các hàng hoá khác. Tính cá biệt càng cao, sự lựa chọn đối với đối tượng tiêu dùng càng đặc biệt. Sách chính trị chứa đựng nội dung tri thức và đối tượng độc giả riêng mà các loại sách khác khó có thể thay thế. Tính cá biệt càng cao, thị trường sách chính trị phân khúc càng nhỏ. Để đáp ứng nhu cầu của các đối tượng độc giả có trình độ khác nhau, phải có nhiều loại sách chính trị phù hợp. Ngay trong từng loại chính trị đều có độc giả riêng mà các sách chính trị khác không thể thay thế hoặc hoán đổi. Tính cá biệt này đã tạo không gian phát triển cho các loại sách chính trị.

Ba, cầu sách chính trị ít phụ thuộc vào yếu tố giá cả. Ở góc độ thị trường, theo quy luật cung cầu, khi giá cả tăng thì cầu giảm, ngược lại, giá cả giảm thì cầu tăng. Ở góc độ xã hội, để hạn chế tác động giá cả đến nhu cầu sử dụng sách, nhà nước có chính sách hỗ trợ đối với một số mặt hàng sách chính trị. Vì vậy, yếu tố giá cả không phải là yếu tố chủ đạo chi phối cầu sách chính trị. Cầu sách chính trị chịu sự chi phối của các yếu tố khác như: (1) Sự cần thiết của sách chính trị đối với người tiêu dùng, bởi sách chính trị không phải là thứ hàng hóa thiết yếu trong cuộc sống như ăn, mặc, ở, đi lại hoặc cao hơn là nhu cầu giải trí; (2) Trình độ dân trí, ý thức chính trị của mỗi người; (3) Yêu cầu nâng cao năng lực công tác của cán bộ, đảng viên, công chúng; (4) Yêu cầu tìm hiểu, tích lũy kiến thức, nâng cao hiểu biết của công chúng. Điều này tác động trực tiếp đến thị trường sách chính trị, từ đó ảnh hưởng đến kế hoạch xuất bản.

2.1.1.3. Phân loại sách chính trị

Phân loại sách chính trị là việc sắp xếp, tổ chức các thông tin theo trật tự

có hệ thống, theo những tiêu chí nhất định. Mỹ có nhiều thành tựu về lý luận và phương pháp xây dựng khung phân loại sách, tiêu biểu như: Khung phân loại thập phân bách khoa - UDC, Khung phân loại thập phân Dewey - DDC, Khung phân loại Thư viện Quốc hội Mỹ - LCC. So với UDC và DDC, Khung phân loại LCC có nhiều ưu điểm, thể hiện ở sự phân loại chi tiết nội dung sách. Sách chính trị thuộc lớp J (Class J-Political Science), gồm 12 phân lớp. [57, 153-162]

Trung Quốc xây dựng hệ thống phân loại sách có những đặc điểm riêng. Khung phân loại Thư viện Trung Quốc - CLC gồm 22 lớp, trong đó lớp đầu tiên (lớp A) là chủ nghĩa Mác, chủ nghĩa Lênin, tư tưởng Mao Trạch Đông, lý luận Đặng Tiểu Bình. Sách chính trị thuộc lớp D (Chính trị - Pháp luật), trong đó phân lớp Chính trị gồm 17 phân lớp [103, 13-14].

Ở Việt Nam, Cục Xuất bản và Thư viện quốc gia Việt Nam đã xây dựng bảng phân loại sách dùng cho các nhà xuất bản và phát hành sách. Lớp 3K.Chủ nghĩa Mác-Lênin gồm 9 phân lớp, tập hợp các thể loại sách liên quan Mác, Ăngghen, Lênin, Hồ Chí Minh, Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và Đoàn Thanh niên các nước, Thiếu niên nhi đồng. Các dạng tài liệu chung về lý luận chính trị, hệ tư tưởng chính trị xếp vào phân lớp 32.Chính trị thuộc lớp Chính trị - xã hội¹. [14, 22-28]

Dựa trên kết quả nghiên cứu về phân loại, trên cơ sở bám sát nội hàm khái niệm sách chính trị, NCS đề xuất phân loại sách chính trị cụ thể gồm các lớp chính và các phân lớp [PL1]. Cụ thể: (1) Sách kinh điển về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sách lý luận chính trị; (3) Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước; (4) Sách về các tổ chức chính trị xã hội (Thanh niên, Phụ nữ, Nông dân...), (5) Sách chính trị Việt Nam, (6) Sách chính trị thế giới, (7) Sách ngoại giao và quan hệ quốc tế; (8) Sách phản bác các quan điểm sai trái thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Phân loại sách chính trị trong luận án bao gồm các loại sách lý luận, chính trị được đề cập đến trong Chỉ thị, Nghị quyết, Quy hoạch phát triển ngành

¹ Phân lớp Xã hội - Chính trị gồm hai lớp nhỏ: Khoa học xã hội và Chính trị.

Xuất bản-In-Phát hành của Đảng và Nhà nước. Đây là căn cứ để NCS khảo sát về các loại sách chính trị ở Việt Nam.

2.1.2. Xuất bản sách chính trị - Khái niệm, tính chất

2.1.2.1. Khái niệm xuất bản sách chính trị

Khái niệm xuất bản được coi là xuất phát điểm của nghiên cứu về lý luận xuất bản. Khái niệm “xuất bản” đã trải qua một lịch sử phát triển lâu dài. Ở La Mã cổ đại, từ “*publicare*” trong tiếng Latinh, có nghĩa là “đề công bố cho công chúng”. Từ thế kỷ X đến thế kỷ XIII, khái niệm này xuất hiện phổ biến trong tiếng Pháp, *Publier* nghĩa là “phổ biến, truyền bá”. Vào giữa thế kỷ XIV, từ “*Publish*” xuất hiện trong tiếng Anh, có nghĩa là “make general know” (làm cho mọi người biết) và “make public announcement” (thông báo công khai). Vào cuối thế kỷ XIV, “*Publish*” có nghĩa là “đưa sách đến công chúng”. Từ giữa thế kỷ XV, hoạt động sản xuất sách phát triển mạnh mẽ nhờ sự hỗ trợ của công nghệ in và thị trường sách tôn giáo, tư tưởng, học thuật, khái niệm “*publish*” được định hình, là hoạt động sao chép các tác phẩm và phân phối chúng cho công chúng.

Ở Việt Nam, khái niệm về xuất bản dần được định hình về nội hàm. Theo *Từ điển Bách khoa Việt Nam (tập 4, 2005)*, xuất bản là “hoạt động thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng thông qua việc sản xuất, phổ biến đến nhiều người”. Xuất bản gồm 3 khâu: Biên tập, in, phát hành xuất bản phẩm” [45,1057]. Về bản chất, xuất bản là hoạt động truyền bá, phổ biến tác phẩm. Xuất bản không sáng tạo ra tác phẩm nhưng tiếp nối, nâng cao giá trị văn hóa, mang chúng đến với công chúng. Sách *Lý luận nghiệp vụ xuất bản (2007)* cho rằng: Xuất bản là một tổ hợp hoạt động văn hóa vật chất và tinh thần, là một quá trình nối tiếp, đồng bộ, hoàn chỉnh, gồm 3 khâu: xuất bản, in (nhân bản) và phát hành các xuất bản phẩm trong xã hội. *Xuất bản thực hiện công việc trung gian giữa tác giả và độc giả, đồng thời thực hiện 3 chức năng: chức năng tri thức (văn hóa) để tuyển chọn, tham gia hoàn chỉnh tác phẩm văn hóa; chức năng mỹ thuật và kỹ thuật để thiết kế đồ họa bản in hoàn thiện vỏ vật chất xuất bản phẩm; chức năng thương mại để lưu hành, tiêu thụ (bán) xuất bản phẩm cho những người có nhu cầu [33, 27].*

NCS thống nhất quan điểm về khái niệm xuất bản đã nêu trên. Xuất bản sách chính trị là hoạt động cụ thể, nội hàm khái niệm được mô tả bằng quá trình sản xuất sách chính trị. Tiếp thu thành quả của nghiên cứu đi trước, theo NCS, xuất bản sách chính trị là một khái niệm mở, có thể định nghĩa trên hai bình diện.

Thứ nhất, trên bình diện hẹp, xuất bản sách chính trị được hiểu là quá trình hoạt động gồm biên tập, in và phát hành sách chính trị bằng phương thức và cách thức khác nhau nhằm phổ biến tri thức chính trị đến độc giả. Với cách hiểu này, xuất bản sách chính trị là hoạt động có thể diễn ra trong nội bộ một nhà xuất bản hoặc phân tách độc lập chuyên môn hóa giữa các đơn vị tham gia vào quy trình xuất bản sách chính trị.

Thứ hai, trên bình diện rộng, xuất bản sách chính trị là *quá trình chuyển tải* tri thức chính trị đã được mã hóa dưới dạng ngôn ngữ nhằm phổ biến đến với công chúng thông qua các khâu nghiệp vụ xuất bản. Trong đó, thông tin tri thức chính trị là sản phẩm trí tuệ của các chủ thể tham gia vào hoạt động chính trị như đảng, nhà nước, tổ chức chính trị xã hội, nhà chính trị, nhà khoa học, chuyên gia. Với cách hiểu này, xuất bản sách chính trị là một hoạt động xã hội gắn với lĩnh vực chính trị, tư tưởng, với chính thể bao gồm chủ thể truyền đạt, chủ thể xuất bản và đối tượng tiếp nhận.

2.1.2.2. Tính chất của xuất bản sách chính trị

Xuất bản sách chính trị là một bộ phận của xuất bản, nhưng là bộ phận xuất bản đặc thù nhất của xuất bản. Nghiên cứu tính chất của xuất bản sách chính trị nhằm làm nổi bật đặc trưng chủ đạo, coi đó là cơ sở để triển khai xuất bản sách chính trị theo đúng quy luật, phù hợp với bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. Tính chính trị, tính văn hóa và tính kinh tế được xem là ba trụ cột của xuất bản sách chính trị.

a. Tính chính trị

Tính chính trị là một trong các tính chất cơ bản của hoạt động xuất bản nói chung. Và *tính chính trị trực tiếp* là thuộc tính cơ bản, nổi bật của xuất bản sách chính trị. Bất luận luận trong bối cảnh nào, *bản chất của xuất bản sách chính trị là hoạt động văn hóa tư tưởng ra đời trong xã hội có nhà nước, giai*

cấp. So với các lĩnh vực tri thức khác như khoa học tự nhiên, kỹ thuật, tri thức chính trị thể hiện tập trung, nổi bật tư tưởng của giai cấp. Trong đó, tư tưởng của giai cấp thống trị là tư tưởng chủ đạo, định hướng cho tư tưởng toàn xã hội. Tính chính trị trực tiếp trong xuất bản sách chính trị thể hiện ở phương thức tổ chức và nội dung xuất bản.

Tính chính trị trực tiếp thể hiện qua phương thức hoạt động xuất bản. Hoạt động xuất bản chịu sự điều tiết và quản lý của nhà nước. Thuộc tính chính trị trực tiếp của xuất bản sách chính trị phản ánh hệ tư tưởng thống trị và ý chí chính trị của một quốc gia. Hệ tư tưởng đó phản ánh một cách có hệ thống về hệ thống chính trị, mô hình kinh tế, cũng như định hướng các quan điểm chính trị, pháp luật, triết học, đạo đức, tôn giáo, nghệ thuật và các quan điểm khác.

Từ lịch sử phát triển của hoạt động xuất bản cho thấy rằng, một loại hình xuất bản phẩm chính trị đầu tiên trên thế giới “Biên niên sử hàng ngày” ra đời năm 59 trCN là kết quả của ý chí chính trị của người đứng đầu. Để làm suy yếu quyền lực của Thượng viện, Julius Caesar, người cai trị La Mã vào thời điểm đó, đã ra lệnh: Các thủ tục của Thượng viện và các cuộc thảo luận của người dân sẽ được biên soạn và xuất bản hàng ngày, nơi công bố sẽ là quảng trường công cộng. Mỗi người có thể sao chép xuống để lan truyền một lần nữa [113, 42]. Trong một xã hội tập trung và chuyên chế, nhà nước kiểm soát các nguồn lực, phương thức và phương tiện để phổ biến sách. Đây là biểu hiện rõ ràng của tính chính trị trực tiếp. Các xuất bản phẩm chính trị tạo nên sức mạnh truyền thông mạnh mẽ. Sách báo chính trị đã song hành cùng thời kỳ Khai sáng châu Âu, cùng tham gia vào phong trào chính trị và cách mạng tư sản trong thế kỷ XVII, XVIII. Sức mạnh của sách báo chính trị được phát triển cao độ dưới thời đại cách mạng vô sản. V.I.Lênin nhiều lần nhắc đến sức mạnh của sách báo cách mạng, sự cần thiết phải thành lập cơ quan ngôn luận của đảng, đại diện cho đảng công khai thảo luận mọi vấn đề chính trị. V.I.Lênin nhấn mạnh: Không thể tiến hành cuộc đấu tranh chính trị nếu toàn đảng không thể bày tỏ ý kiến của mình về các vấn đề chính trị; và cũng không thể tổ chức được các lực lượng cách mạng, đưa lực lượng cách mạng vào kỷ luật, phát triển hoạt động cách mạng

nếu tất cả các vấn đề không được công khai thảo luận trên cơ quan ngôn luận trung ương của đảng [81, 238]. Trong thực tiễn lãnh đạo Đảng Bônseвич Nga, V.I.Lênin đã trực tiếp chỉ đạo công tác xuất bản sách báo, quản lý cơ quan báo chí, xuất bản, thư viện, coi đó là công cụ để tổ chức cách mạng. Sự thống nhất giữa những người vô sản phải được xây dựng bằng sự hiểu biết chung. Đã không ít lần Người đề cập đến vai trò của xuất bản sách báo chính trị là cách thức để xây dựng và củng cố đảng, giúp đỡ những người vô sản giác ngộ, đấu tranh cách mạng. Sách báo chính trị có sức mạnh mềm, thoát ly sự cứng nhắc của lời chỉ huy mệnh lệnh đơn thuần hay của một chỉ thị, một nghị quyết [81, 411].

Xuất bản sách chính trị ở Việt Nam đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam mang tính chính trị trực tiếp thể hiện ở tổ chức và phương hướng xuất bản. Hoạt động xuất bản phải làm cho chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước trở thành hệ tư tưởng, ý thức hệ vững chắc, bảo đảm sự thành công của con đường tiến lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Bên cạnh đó, xuất bản sách chính trị cần xây dựng thế giới quan, nhân sinh quan khoa học, tích cực, giáo dục đạo đức cách mạng, tinh thần quốc tế trong sáng, vì độc lập, tự do, dân chủ và tiến bộ, công bằng và văn minh.

Tính chính trị trực tiếp thể hiện qua nội dung xuất bản. Xuất bản sách chính trị là quá trình tìm kiếm, lựa chọn đề tài, tác giả, đánh giá tác phẩm và gia công biên tập tác phẩm theo định hướng tư tưởng, bảo đảm xuất bản phẩm ra đời đúng thời điểm, phát hành nhanh, rộng đến công chúng. Trong mỗi thời kỳ lịch sử nhất định, đề tài, chủ đề tác phẩm được lựa chọn để xuất bản gắn liền với nhiệm vụ chính trị, được định hướng bởi hệ tư tưởng thuộc về giai cấp lãnh đạo. Ví như thời đại La Mã, Caesar là người quyết định xu hướng chính trị của xuất bản La Mã cổ đại. Bước sang thời kỳ trung cổ, chức trách đó lại chuyển giao cho giáo hội và tu viện sao chép sách. Thời đại khai sáng, giai cấp tư sản bất chấp chế độ kiểm duyệt nghiêm ngặt của nhà nước, bí mật xuất bản các tác phẩm tư tưởng tiên bộ. Thời đại cách mạng vô sản, tính chính trị lại hòa quyện với tính nhân dân để gia tăng hiệu ứng lan tỏa của xuất bản phẩm đến số đông.

Chính nhân dân mới là người viết nên lịch sử. V.I.Lênin cũng từng bàn về sự cần thiết tuyệt đối và cấp bách phải xuất bản những sách báo dân chủ xã hội phổ thông phổ biến rộng rãi cho mọi tầng lớp nhân dân, đặc biệt là quần chúng giai cấp công nhân [82, 311].

Chúng ta cũng thống nhất rằng, tính chính trị trực tiếp của xuất bản sách chính trị không phải là sự áp đặt chủ quan, một phía từ giai cấp thống trị. Sự lan tỏa của nội dung chính trị cần một xuất phát điểm khoa học. Nghĩa là nội dung của sách chính trị phải là kết quả của quá trình lao động khoa học miệt mài, khám phá thực tiễn xã hội, từ đó tổng kết thực tiễn, đưa ra các nhận định, khái quát thành lý luận định hướng các hoạt động xã hội. Thoát ly khỏi khoa học, chính trị mất đi nền tảng vững chắc để thuyết phục công chúng. Như vậy, tính chính trị trực tiếp là thuộc tính bản chất của xuất bản sách chính trị. Trong mối liên hệ phổ biến và phát triển, tính chính trị quan hệ trực tiếp với tính khoa học, tính nhân dân tạo nên mối quan hệ tổng hòa của xuất bản sách chính trị. Trong đó, tính chính trị là hạt nhân, tính khoa học là nền tảng, tính nhân dân là sức mạnh.

b. Tính văn hóa

Tính văn hóa là thuộc tính cơ bản, phân biệt hoạt động xuất bản với hoạt động kinh tế nói chung. Nội dung tri thức được xuất bản là kết quả của quá trình cô đọng văn hóa tinh thần của con người, đáp ứng nhu cầu tinh thần của độc giả. Bất luận trong kinh tế thị trường, hội nhập, sách không phải là hàng hóa thông thường, mà là văn hóa phẩm. Tính văn hóa thể hiện trong toàn bộ các khâu của xuất bản, từ việc lựa chọn chủ đề, tổ chức biên soạn, đến biên tập, in và phát hành.

Quá trình biên tập, xuất bản sách chính trị là quá trình chọn lọc nội dung chính trị tiến bộ, tiêu biểu cho tư tưởng, văn hóa của thời đại. Khi xã hội loài người đã trải qua hàng nghìn năm kiếm tìm một chế độ dân chủ tiến bộ, lúc này, những giá trị truyền bá trong sách chính trị không chỉ là công cụ thống trị tinh thần, bảo vệ địa vị quyền lợi hẹp hòi giai cấp, mà là sự biểu hiện của nội dung tư tưởng, văn hóa tiến bộ của nhân loại. Đó là kim chỉ nam trong mọi hoạt động sáng tạo văn hóa tinh thần.

Quá trình phổ biến sách chính trị vừa là quá trình truyền bá tư tưởng cũng là quá trình phổ biến văn hóa. Xét trong phạm vi dân tộc, quốc gia, đó là quá trình phổ biến giá trị chính trị tư tưởng được xây dựng dựa trên đặc tính lịch sử, chính trị của dân tộc, quốc gia đó. Tư tưởng chính trị là một bộ phận của văn hóa quốc gia. Xét trong phạm vi thế giới, văn hóa luôn có sự giao thoa và tiếp biến, dòng chảy của văn minh không ngừng vận động, lấp đầy những khoảng trống, để nhân loại cùng hưởng thụ những giá trị văn hóa, văn minh tiên tiến. Vì vậy, giá trị tri thức của sách chính trị không chỉ chứa đựng giá trị của dân tộc mình mà còn chứa đựng những giá trị văn hóa mang tính nhân loại mà giai cấp, dân tộc nào cũng cần đến.

Quá trình tiêu dùng sách chính trị là một quá trình tiêu dùng văn hóa. Độc giả lựa chọn và mua các sản phẩm đã được công bố theo nhu cầu tinh thần của chính họ. So với hàng hóa nói chung, quá trình tiêu thụ văn hóa phẩm không phải là một quá trình tiêu dùng vật chất. Đó là quá trình diễn giải và tiếp thu ý nghĩa văn hóa, tư tưởng chính trị chứa đựng trong sản phẩm đã công bố. Việc tiêu dùng này có thể lặp đi lặp lại nhiều lần nhằm thực hiện yêu cầu nâng cao trình độ chính trị, cũng như hiểu biết về bản chất chính trị.

c. Tính kinh tế

Tính kinh tế chỉ thuộc tính sinh lời của hoạt động xuất bản, xuất hiện khi hoạt động xuất bản phát triển đến một giai đoạn nhất định. Ở các nước phương Tây, tính kinh tế hay tính sinh lời của hoạt động xuất bản được chấp nhận như một lẽ đương nhiên. Tuy nhiên, cũng cần thừa nhận một điều: đối với xuất bản, lợi nhuận không phải là tất cả, kể cả các nước tư bản phương Tây có nền xuất bản phát triển. Năm 1974, Quốc hội Thụy Điển nhất trí thông qua chính sách văn hóa quốc gia. Nguyên tắc thứ tư của nghị quyết là “chống thương mại văn hóa, nghệ thuật”. Tháng 10-1991, ông Rovdahl, Chủ tịch Hội đồng quốc gia về các vấn đề văn hóa Thụy Điển, giải thích rằng: Việc thương mại hóa văn hóa sẽ không hiệu quả. Một cuốn sách rất có giá trị, nhưng nếu nhu cầu nhỏ, nó phải được trợ cấp bởi chính phủ, không thể kiểm soát hoàn toàn bởi thị trường [111, 31]. *Kinh tế là phương thức vận hành của xuất bản sách chính trị, thể*

hiện ở mục đích sản xuất, hạch toán chi phí và lưu thông, phân phối mà qua đó giá trị chính trị tư tưởng, văn hóa được khuếch tán trong xã hội.

Trước hết, tính kinh tế thể hiện mục đích sản xuất. Khi nói về mục đích xuất bản sách chính trị, chúng ta cần thừa nhận rằng: Mục đích sản xuất không chỉ là để trao đổi. Xuất bản sách chính trị là để truyền bá các tri thức chính trị, tư tưởng, còn trao đổi mua, bán chỉ là một trong các cách thức đưa sách đến công chúng. Đối với xuất bản sách chính trị, sách chính trị được xuất bản vì yêu cầu của nhiệm vụ chính trị hoặc vì đáp ứng nhu cầu xã hội. Ở mục đích thứ nhất, xuất bản sách chính trị cần tới sự hỗ trợ về chi phí cần thiết và không tính tới vấn đề lãi lỗ. Ở mục đích thứ hai, xuất bản sách chính trị thoả mãn nhu cầu xã hội, sách được trao đổi để thực hiện giá trị sử dụng, chuyển đổi giá trị, mang lại lợi nhuận cho ĐVXB.

Hai, tính kinh tế thể hiện trong hạch toán chi phí quá trình xuất bản. Phục vụ nhiệm vụ chính trị là mục tiêu của xuất bản sách chính trị, nhưng sách chính trị lại là sản phẩm của một quá trình sản xuất. Trong điều kiện kinh tế thị trường, xuất bản sách chính trị phải tính đến vấn đề chi phí sản xuất. Bởi vì, phục vụ nhiệm vụ chính trị đòi hỏi phải chi trả một khoản chi phí nhất định. Sách chính trị đặc thù bởi hàm lượng tri thức cao, tác giả, biên tập viên hao phí lượng lớn lao động để hoàn thiện một cuốn sách, nên nhiều khi giá trị sách chính trị không tương xứng với giá cả. Xử lý mối quan hệ giữa giá trị, chi phí, giá cả chính là cân đối lợi ích của tác giả, nhà xuất bản và độc giả.

Ba, tính kinh tế thể hiện trong quá trình lưu thông, phân phối. Lưu thông sách là quá trình phổ biến, truyền bá các giá trị văn hóa, tư tưởng đến người người tiêu dùng. Khi bước sang nền kinh tế thị trường, lưu thông, phân phối sách chính trị xuất hiện hai trường hợp sau đây: (1) Lưu thông, phân phối theo quan hệ hàng-tiền. Phương thức này sẽ làm biến đổi, tăng trưởng tư bản tiền tệ, giống như mọi quá trình lưu thông, phân phối hàng hóa khác trên thị trường. Theo đó, người mua phải trả một số tiền để thoả mãn nhu cầu, còn ĐVXB bán được hàng hoá và thu được lợi nhuận. (2) Lưu thông, phân phối theo định hướng, nhiệm vụ chính trị. Quá trình lưu thông không làm biến đổi, tăng trưởng tư bản

tiền tệ. Đó là trường hợp sách đặt hàng, sách biểu, tặng... không thực hiện trao đổi ngang giá trên thị trường.

Xét trong chính thể xuất bản sách chính trị, tính chính trị trực tiếp là thuộc tính cơ bản, nổi bật. Tính kinh tế là thuộc tính được nảy sinh khi đáp ứng được tính chính trị và tính văn hóa. Các tính chất cùng tồn tại, trong đó, tính chính trị là tính chất định hướng, làm nên nét đặc thù của xuất bản sách chính trị.

2.1.3. Cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị

2.1.3.1. Cơ sở chính trị

Xuất bản thời kỳ nào cũng có nhiệm vụ phổ biến và truyền bá văn hóa, chính trị. Xuất bản *“không phải là một hoạt động có tính chất đơn thuần kinh doanh mà là một hoạt động văn hóa có ảnh hưởng nhiều đến việc giáo dục tư tưởng cho nhân dân; hoạt động xuất bản phải nhằm phục vụ quyền lợi của Tổ quốc, của nhân dân, xây dựng và bảo vệ chế độ dân chủ nhân dân”* [61]. Quan điểm chỉ đạo đối với xuất bản tác động toàn diện, là thước đo để đánh giá hiệu quả xuất bản. Quan điểm lãnh đạo của Đảng về xuất bản sách chính trị trong thời kỳ đổi mới và hội nhập tập trung ở các điểm sau:

Thứ nhất, xuất bản sách chính trị truyền bá trực tiếp chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước trong xã hội, giáo dục tư tưởng, nâng cao trình độ chính trị cho nhân dân. Chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh là nền tảng tư tưởng, kim chỉ nam cho mọi hành động được khẳng định trong Cương lĩnh xây dựng đất nước thời kỳ quá độ tiến lên chủ nghĩa xã hội, được Đại hội VII (1991). Đến nay, Đại hội XIII (2021) khẳng định: *“Kiên định và vận dụng, phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh”* [29,109]. Nền tảng tư tưởng của Đảng là chủ nghĩa Mác-Lênin, và tư tưởng Hồ Chí Minh, đặc biệt, trong bối cảnh hội nhập quốc tế với sự biến động khó lường của chính trị thế giới và trong nước, sự trỗi dậy chống phá của các thế lực thù địch, xuất bản sách chính trị ngày càng đóng vai trò quan trọng trong củng cố, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh trực tiếp chống lại các lực lượng thù địch, cũng

như cũng như giáo dục tư tưởng chính trị cho nhân dân. Chỉ thị 20-CT/TW ngày 27-1-2003 về “nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới” xác định vai trò xuất bản sách chính trị, đó là: (1) Trực tiếp truyền bá, bảo vệ, phát triển chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước; (2) Giáo dục chủ nghĩa yêu nước, rèn luyện đạo đức cách mạng, nâng cao trình độ, bản lĩnh và niềm tin chính trị cho cán bộ, đảng viên và nhân dân; (3) Đấu tranh bác bỏ các quan điểm sai trái, thù địch, tuyên truyền đối ngoại [6].

Thứ hai, xuất bản sách chính trị trực tiếp tham gia cuộc đấu tranh phản bác quan điểm sai trái, thù địch, xây dựng tổ chức đảng, nội bộ đảng. Từ Đại hội X (2006) của Đảng, trọng tâm công tác đấu tranh phản bác quan điểm sai trái, thù địch gắn với nội dung, đối tượng, gắn với công tác xây dựng Đảng trở thành định hướng chỉ đạo cho xuất bản sách lý luận chính trị. Mỗi kỳ đại hội đề cập đến nội dung trọng tâm về xây dựng đảng, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, chống các luận điệu sai trái, thù địch. Đại hội X nhấn mạnh nhiệm vụ nâng cao năng lực lãnh đạo và sức chiến đấu của Đảng, chống biểu hiện tiêu cực, suy thoái về tư tưởng, chính trị, đạo đức, lối sống; kiên quyết, kiên trì đấu tranh bảo vệ đường lối, quan điểm của Đảng; phê phán, bác bỏ các quan điểm sai trái, thù địch [27, 131-132]. Đại hội XI (2011) của Đảng nhấn mạnh đấu tranh làm thất bại mọi âm mưu và hoạt động “diễn biến hòa bình” của các thế lực thù địch; chủ động phòng ngừa, đấu tranh, phê phán những biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ đảng [27, 257]. Đến Đại hội XII tiếp tục nêu cao việc đấu tranh, ngăn chặn, đẩy lùi biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa”; ngăn chặn, phản bác các thông tin, quan điểm xuyên tạc, sai trái, thù địch [28, 200-201].

Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22-10-2018 của Bộ Chính trị khóa XII về “tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới” xác định nhiệm vụ. Nghị quyết 35-NQ/TW góp phần định hướng xuất bản mảng sách phản bác quan điểm sai

trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng với nội dung trọng tâm như: (1) Phản bác luận điệu phủ nhận Chủ nghĩa Mác-Lênin; (2) Phản bác luận điệu phủ nhận tư tưởng Hồ Chí Minh; (3) Phản bác luận điệu xuyên tạc, chống phá quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; (4) Phản bác các luận điệu phủ nhận thành tựu có ý nghĩa lịch sử to lớn của cách mạng Việt Nam và công cuộc đổi mới ở Việt Nam; (5) Phản bác luận điệu bôi nhọ, hạ bệ hình tượng Hồ Chí Minh và các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước.

Thứ ba, xuất bản sách chính trị là một bộ phận của nền văn hóa Việt Nam, góp phần nâng cao nhận thức chính trị, củng cố niềm tin cán bộ, đảng viên và nhân dân vào sự lãnh đạo của Đảng quản lý của Nhà nước. Chỉ thị 42-CT/TW ngày 25-8-2004 về “nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản”, Ban Bí thư một lần nữa khẳng định: Xuất bản là một lĩnh vực hoạt động tư tưởng sắc bén của Đảng, Nhà nước và nhân dân, một bộ phận quan trọng của nền văn hóa Việt Nam có nhiệm vụ tích lũy và truyền bá các giá trị tinh thần, góp phần nâng cao dân trí, phát triển văn hóa, xây dựng nền tảng tư tưởng, thế giới quan, nhân sinh quan cách mạng và khoa học.

Là một bộ phận của xuất bản, nhiệm vụ của xuất bản sách chính trị được cụ thể hoá trong Chỉ thị 44-CT/TW, ngày 16-4-2020 về “đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành và nghiên cứu, học tập sách lý luận, chính trị”. Xuất bản sách chính trị có vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, giáo dục chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, bảo vệ Đảng, bảo vệ Nhà nước. Trên cơ sở đánh giá, tổng kết 15 năm thực hiện Chỉ thị 20-CT/TW, Chỉ thị 44-CT/TW xác định mục tiêu, định hướng đổi mới công tác xuất bản sách chính trị, cụ thể: (1) Về chất lượng, nội dung sách chính trị phải bảo đảm chất lượng chính trị, khoa học, tính thuyết phục và hấp dẫn; (2) Về số lượng, phải đảm bảo về số đầu sách, số bản in đáp ứng nhu cầu sách cho cán bộ, đảng viên và công chức nhà nước với giá bán phù hợp; (3) Về cơ cấu, đảm bảo cơ cấu sách đa dạng gắn với nhu cầu công tác chính trị, tư tưởng và những vấn đề đặt ra; (4) Về đổi mới công tác biên soạn, biên tập, xuất bản, in, phát hành sách phù hợp với cơ chế thị

trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế; (5) Về định giá sách, quy định mức kinh phí mua sách của hệ thống thư viện, tủ sách, mức tài trợ đối một số vùng và đối tượng; có chế độ đầu tư, thuế, nhuận bút, chiết khấu phát hành, hạ giá thành sách; (6) Quy hoạch các nhà xuất bản có chức năng, đủ điều kiện xuất bản sách chính trị, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng và ứng dụng công nghệ thông tin nâng cao hiệu quả phát hành sách; bồi dưỡng, đào tạo đội cán bộ làm công tác xuất bản. Trong đó, NXB Chính trị quốc gia Sự thật trở thành trung tâm xuất bản, phối hợp với các cơ quan liên quan về xuất bản sách lý luận, chính trị; (7) Hoàn thiện hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách khuyến khích và đảm bảo thuận lợi cho xuất bản sách chính trị (8) Đầu tư hợp lý, cấp kinh phí dịch những cuốn sách, bộ sách có giá trị ra tiếng nước ngoài để phục vụ công tác thông tin đối ngoại. [9]

Thứ tư, xuất bản sách chính trị coi trọng nhiệm vụ văn hóa, tư tưởng, đồng thời thực hiện nhiệm vụ kinh doanh. Chỉ thị 42-CT/TW của Ban Bí thư nhấn nhiệm vụ “kép” của công tác xuất bản, đó là phát triển thành ngành kinh tế-công nghệ xuất bản toàn diện, vững chắc song hành với phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng. Xuất bản sách chính trị coi trọng nhiệm vụ chính trị, tư tưởng nhưng không thể phụ thuộc hoàn toàn vào hỗ trợ từ Nhà nước. Chỉ thị 44-CT/TW nhận định, xuất bản sách chính trị cần đổi mới phương thức hoạt động phù hợp với cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. ĐVXB thực hiện xã hội hoá, liên kết với tổ chức trong nước, tổ chức nước ngoài được phép hoạt động tại Việt Nam... trong hoạt động in và phát hành sách lý luận, chính trị theo đúng quy định pháp luật. Ngoài ra, ĐVXB cần mở rộng giao lưu hợp tác, trao đổi xuất bản phẩm, kinh nghiệm với các nhà xuất bản nước ngoài. [9]

Nhìn chung, quan điểm của Đảng xuyên suốt qua các văn kiện thể hiện định hướng chiến lược phát triển xuất bản sách chính trị trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế hiện nay. Công tác xuất bản được nhìn nhận toàn diện trên các phương diện chính trị, văn hóa và kinh tế gắn bó với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa.

2.1.3.2. Cơ sở pháp lý

Luật Xuất bản là cơ sở pháp lý quan trọng của hoạt động xuất bản. Cụ thể hóa quan điểm lãnh đạo của Đảng về sự chuyển hướng của xuất bản trong điều kiện kinh tế thị trường, các luật xuất bản lần lượt ra đời. Là bộ phận của ngành xuất bản, xuất bản sách chính trị hoạt động trong khuôn khổ hiến pháp, pháp luật và quy định của Nhà nước.

Thứ nhất, quy định vị trí, mục đích hoạt động xuất bản sách chính trị. Luật Xuất bản 2012 được Quốc hội thông qua 20-11-2012, có hiệu lực từ 1-7-2013. Nội dung pháp quy của Luật Xuất bản phản ánh trong nhiệm vụ, chức năng, thực tiễn hoạt động của các nhà xuất bản. Luật Xuất bản (2012), Điều 3, khẳng định *vị trí, mục đích của hoạt động xuất bản: Hoạt động xuất bản thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng nhằm phổ biến, giới thiệu tri thức thuộc các lĩnh vực của đời sống xã hội, giá trị văn hóa dân tộc và tinh hoa văn hóa nhân loại*, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của nhân dân, nâng cao dân trí, xây dựng đạo đức và lối sống tốt đẹp của người Việt Nam, mở rộng giao lưu văn hóa với các nước, phát triển kinh tế - xã hội, đấu tranh chống mọi tư tưởng và hành vi làm tổn hại lợi ích quốc gia, góp phần vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa [62]. Theo quy định của Luật Xuất bản, các nhà xuất bản sách chính trị (trung ương, địa phương) có tôn chỉ, mục đích, chức năng phục vụ, đối tượng phục vụ và xuất bản phẩm chủ yếu phù hợp với chức năng của cơ quan chủ quan, cũng như các điều kiện vật chất hoạt động.

Thứ hai, xây dựng chính sách, nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị. Điều 7, Luật Xuất bản ghi rõ, Nhà nước hỗ trợ kinh phí đầu tư xây dựng cơ sở vật chất, kỹ thuật công nghệ hiện đại cho nhà xuất bản, *đặt hàng để có bản thảo và xuất bản các tác phẩm, tài liệu phục vụ nhiệm vụ chính trị, an ninh quốc phòng, thông tin đối ngoại, phục vụ cho cán bộ, đồng bào...* và các nhiệm vụ trọng yếu khác; *mua bản thảo những tác phẩm có giá trị để xuất bản...* Nhà nước có chính sách đầu tư xây dựng cơ sở vật chất ứng dụng

công nghệ - kỹ thuật xuất bản điện tử và xây dựng hệ thống thông tin dữ liệu sách chính trị điện tử quốc gia.

Đối với huy động lực lượng tham gia xuất bản sách chính trị, quy định tại điều 23 Luật Xuất bản (2012) về liên kết xuất bản cho phép NXB liên kết với các tổ chức, cá nhân. Theo đó, đối với xuất bản sách chính trị, các NXB được phép liên kết với tác giả, sở hữu quyền tác giả, tổ chức khác có tư cách pháp nhân bằng các hình thức liên kết chủ yếu như khai thác bản thảo; biên tập bản thảo; in xuất bản phẩm và phát hành xuất bản phẩm... trên cơ sở bảo đảm các thủ tục pháp quy theo luật định. Điểm 4, Điều 17 quy định rõ: *Đối với tác phẩm, tài liệu có nội dung về lý luận chính trị; lịch sử, tôn giáo, chủ quyền quốc gia, hồi ký* thì NXB không được liên kết biên tập sơ bộ bản thảo.

Ngày 2-8-2021, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 1377/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình đặt hàng xuất bản phẩm sử dụng ngân sách nhà nước giai đoạn 2022-2026”. Số lượng sản phẩm đặt hàng quy định không quá 1.000 xuất bản phẩm, gồm 6 mảng đề tài: Lý luận, chính trị, thông tin đối ngoại; Kinh tế, nông nghiệp, nông thôn; Văn hóa - xã hội, khoa học - công nghệ, văn học - nghệ thuật; Phòng, chống dịch bệnh, thiên tai, hiểm họa, phục vụ cộng đồng; Dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa, miền núi, biên giới, hải đảo, thiếu niên nhi đồng. Thực hiện theo phương thức đặt hàng bản thảo, đấu thầu in, phát hành. Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Cơ quan chủ quản, các nhà xuất bản tổ chức lên kế hoạch đặt hàng xuất bản phẩm có nội dung phù hợp với yêu cầu, nhiệm vụ, đảm bảo đúng trình tự theo quy định.

Ngày 31-12-2021, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Thông tư số 32/2021/TT-BTTTT “hướng dẫn thực hiện xuất bản phẩm sử dụng ngân sách từ nguồn kinh phí chi thường xuyên”. Việc xuất bản một số loại sách chính trị thoả mãn điều kiện giao nhiệm vụ, đặt hàng sử dụng ngân sách nhà nước như Điều 3, điểm 2 quy định: Xuất bản phẩm về lý luận, chính trị; xuất bản phẩm cần phổ biến phục vụ nhiệm vụ chính trị, xã hội trọng yếu, phổ biến pháp luật, chủ quyền quốc gia, an ninh quốc phòng,...; xuất bản phẩm thực hiện nhiệm vụ thông tin đối ngoại. [13

Thứ ba, quy định mô hình hoạt động NXB. Từ thực tiễn xuất bản Việt Nam, Chính phủ ban hành Nghị định 43/2006/NĐ-CP quy định về “quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập” buộc các NXB tự thay đổi để thích ứng. Đến Nghị định 60/2021/NĐ-CP quy định “cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập”, các NXB sách chính trị phải thật sự chuyên mình. Đến nay, các NXB sách chính trị (NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Lý luận chính trị, NXB Thông tin và truyền thông, NXB Quân đội nhân dân...) vẫn là các đơn vị sự nghiệp công lập nhưng có quyền tự chủ sử dụng nguồn tài chính, tự chủ trong các hoạt động liên kết và quản lý sử dụng tài sản công và các quy định khác có liên quan; tự chịu trách nhiệm trong việc thực hiện quy định về danh mục sự nghiệp công; giá, phí... NXB thực hiện nhiệm vụ chính trị của mình và thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước.

Thứ tư, quy định liên quan đến biên tập, xuất bản sách chính trị. Nội dung sách chính trị tương đối rộng, bao quát nhiều mặt đời sống chính trị. Bên cạnh đóng vai trò là kênh thông tin đường lối, chính thống của Đảng và Nhà nước, xuất bản sách chính trị có trách nhiệm định hướng chính trị, tư tưởng, đồng thời xây dựng luận cứ, bác bỏ những vấn đề phức tạp, nhạy cảm. Hiện nay, các vấn đề này là những nội dung bị cấm trong xuất bản (Điều 10, Luật Xuất bản), đó là: tuyên truyền chống phá Nhà nước; tuyên truyền kích động chiến tranh xâm lược, gây thù hận dân tộc, truyền bá tư tưởng phản động, lối sống không lành mạnh, trái với thuần phong mỹ tục; tiết lộ bí mật nhà nước, xuyên tạc sự thật lịch sử, phủ nhận thành tựu cách mạng; không thể hiện hoặc thể hiện không đúng chủ quyền quốc gia.

Đối với vấn đề phức tạp, nhạy cảm, xuất bản sách chính trị cần lưu ý, như: những vấn đề thuộc về lịch sử đất nước, lịch sử Đảng, lịch sử lãnh tụ; những vấn đề gây tranh cãi, mâu thuẫn trong quan hệ quốc tế; các vấn đề liên quan đến tôn giáo, dân tộc, nhân quyền; các vụ án lớn trong quá trình điều tra...[10]. Đây là vấn đề thu hút được sự quan tâm sâu sắc của nhiều đối tượng

độc giả, nếu thông tin sai lệch sẽ tác động xấu đến dư luận trong nước, quốc tế, uy tín của Đảng, Nhà nước.

Đối với vấn đề bảo vệ bí mật nhà nước, các NXB được giao nhiệm vụ biên soạn, biên tập cần bảo mật đối với các tài liệu như: Văn kiện của Đảng và tài liệu phục vụ xây dựng văn kiện Đảng, tài liệu có nội dung về tình hình chính trị, kinh tế, an ninh quốc phòng, đối ngoại; những tác phẩm, bài viết, bài nói của các đồng chí lãnh đạo cao cấp của Đảng, Nhà nước có nội dung quan trọng liên quan đến an ninh, quốc phòng, đối ngoại chưa xuất bản; bút tích các đồng chí lãnh đạo cao cấp của Đảng, Nhà nước ghi trên ấn phẩm chưa được công bố.

Đối với *vấn đề trả thù lao, nhuận bút cho tác giả, dịch giả*, Chính phủ ban hành Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về chế độ, nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản. Khung chi trả nhuận bút đối với xuất bản phẩm căn cứ vào thể loại, chất lượng, số lượng tính theo tỷ lệ phần trăm (%) trong khung nhuận bút. Đối với sách nghiên cứu lý luận về chính trị, văn hóa, xã hội, giáo dục thuộc thể loại sáng tác, nhuận bút từ 12-18%; Sách phổ biến kiến thức về chính trị, văn hóa-xã hội, giáo dục, khoa học - công nghệ 8-12%. Đối thể loại sách chính trị dịch từ tiếng Việt ra tiếng nước ngoài, nhuận bút 8-12%, dịch từ tiếng nước ngoài sang tiếng Việt, nhuận bút 6-12%; dịch từ tiếng Việt sang tiếng dân tộc thiểu số ở Việt Nam, nhuận bút 12-15%. [17] Các mức dịch theo thỏa thuận được tính theo mức chi nhuận dịch đối với sách Trung ương đặt hàng theo quy định. Đối với sách xuất bản có số lượng dưới 1.000 bản, tỷ lệ trả nhuận bút có thể tăng thêm từ 1% đến 3% so với với quy định. Sách tái bản được hưởng thêm 1%-2% ngoài phần trăm quy định trong khung nhuận bút và tính trên giá bán.

Nhìn chung, quan điểm lãnh đạo của Đảng cụ thể hóa trong hệ thống văn bản pháp quy của Nhà nước phản ánh sự chỉ đạo và quản lý chặt chẽ của Đảng, Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị.

2.2. HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

2.2.1. Khái niệm và phân loại hiệu quả xuất bản sách chính trị

2.2.2.1. Khái niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị

Các khái niệm liên quan cần làm rõ trong mục này gồm: hiệu quả, hiệu quả xuất bản và hiệu quả xuất bản sách chính trị.

a. Khái niệm hiệu quả

Khái niệm hiệu quả được đề cập nhiều trong các lĩnh vực nghiên cứu. Hiệu quả là thuật ngữ có nguồn gốc Hán Việt. Theo *Tân Hán Việt Từ điển* của Nguyễn Quốc Hùng, hiệu quả là cái kết quả tốt đúng như mong muốn [46]. Theo *Từ điển Tiếng Việt* (2022) của Hoàng Phê, hiệu quả là kết quả như yêu cầu của việc làm mang lại [60, 555]. Hay theo *Từ điển Bách khoa Việt Nam* (2002): Hiệu quả là kết quả mong muốn, cái sinh ra kết quả mà con người chờ đợi và hướng tới [43,289].

Trong tiếng La tinh, thuật ngữ hiệu quả là effectus nghĩa là chỉ kết quả của hành động [63,178]. Theo *Từ điển Oxford* (2004), effect (danh từ) chỉ một thay đổi là kết quả hoặc hệ quả của một hành động hoặc nguyên nhân khác. Hiệu quả trong những lĩnh vực khác nhau mang nội dung khác nhau. Chẳng hạn như, trong kinh doanh, hiệu quả kinh doanh là kết quả lợi nhuận thu được sau khi trừ đi chi phí. Chi phí càng thấp, lợi nhuận càng cao thì hiệu quả càng cao. Hay hiệu quả xã hội đề cập đến các kết quả đạt được về giải quyết việc làm, phúc lợi xã hội, sức khoẻ, an toàn của nhân dân.

Như vậy, nội hàm khái niệm hiệu quả bàn về kết quả mong muốn đạt được khi con người thực hiện một hoạt động có mục đích nào đó. Nói cách khác, nội hàm khái niệm hiệu quả phản ánh tương quan giữa kết quả đạt được với mục đích được xác định. Theo cách định nghĩa chiết tự như trên, bản thân khái niệm hiệu quả không thể hiện mức độ cao hay thấp, tốt hay xấu. Nếu kết quả đạt được tương ứng với mục đích đề ra, tức là hoạt động đạt hiệu quả cao. Nếu kết quả đạt được chưa đạt được mục đích đề ra, tức hoạt động đó đạt hiệu quả thấp. Hiệu quả cao hay thấp phụ thuộc vào cách thức, phương tiện để đạt được kết quả đó.

b. Khái niệm hiệu quả xuất bản

Cho đến nay, nghiên cứu lý luận của xuất bản chưa làm rõ về nội hàm khái niệm cũng như chưa có quan niệm thống nhất về hiệu quả xuất bản. Tuy nhiên, trong thực tiễn nghiên cứu, các học giả đề xuất nội hàm khái niệm hiệu quả trên góc độ nghiên cứu của mình.

Hiệu quả truyền thông là khái niệm của truyền thông đại chúng. Trong cuốn *Truyền thông đại chúng*, tác giả Tạ Ngọc Tấn cho rằng, hoạt động truyền thông đại chúng là hoạt động có mục đích, hiệu quả của truyền thông đại chúng là việc đạt được mục đích của hoạt động truyền thông đại chúng. Hiệu quả truyền thông đại chúng có thể chia thành ba mức độ: Hiệu quả tiếp nhận, hiệu quả thực tế, hiệu ứng xã hội [67, 28-31].

Trong cuốn *Lý luận báo chí truyền thông* (2015), tác giả Dương Xuân Sơn nêu quan niệm hiệu quả báo chí. Tác giả cho rằng, hiệu quả báo chí là việc vận dụng các quy luật, nguyên tắc, hình thức, phương thức hoạt động báo chí giúp cho nó thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ của mình nhằm đạt mục đích [63, 179]. Hiệu quả báo chí được đo bằng công thức $H=K/M$, trong đó, H là hiệu quả, K là kết quả của báo chí, M là mục đích của báo chí. Trong đó, kết quả của hoạt động báo chí là sự thay đổi về nhận thức, hình thành nhận thức, hướng dẫn hành động cho công chúng [63, 182-183].

Trong cuốn *“Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam”*, tác giả Lương Khắc Hiếu nêu khái niệm hiệu quả công tác tư tưởng như sau: Hiệu quả công tác tư tưởng là sự tương quan giữa kết quả đạt được với mục tiêu của công tác tư tưởng đặt ra và với chi phí về nguồn lực để đạt được kết quả đó trong một điều kiện xã hội nhất định [41, 290].

Đối với các học giả Trung Quốc, họ quan niệm hiệu quả là một khái niệm “kép”. Khái niệm “hiệu ích (效益)” có nghĩa là hiệu quả (效果) và lợi ích (利益) dung hòa lẫn nhau, thống nhất với nhau để chỉ hiệu quả của hoạt động xuất bản. Cun-Shou Shan (Tôn Thọ Sơn) cho rằng, hiệu quả xuất bản là tổng hòa hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế của xuất bản phẩm, là điều kiện cơ bản để ngành xuất bản tồn tại và phát triển [112,52].

Từ các quan niệm trên cho thấy, nội hàm khái niệm hiệu quả thường đề cập mối tương quan giữa mục đích, mục tiêu, kết quả, lợi ích và chi phí

- Mục đích là từ có nguồn gốc Hán Việt, mục (目) nghĩa là mắt, đích (的) cái đích để tập bắn, bắn phải có đích để ngắm, người phải có chí hướng về một cái gì rồi mới có đường mà tiến. Mục đích được hiểu là cái vạch làm đích nhằm đạt cho được [60, 821]. Xuất bản là hoạt động có ý thức và mục đích của con người. Xuất bản thực hiện mục đích là truyền bá, phổ biến giá trị tri thức thuộc mọi lĩnh vực khác nhau đến với công chúng. Mục đích của xuất bản chịu sự chi phối của các định hướng chính trị xã hội và quản lý chặt chẽ của nhà nước.

- Mục tiêu cũng là từ có nguồn gốc Hán Việt, mục (目) nghĩa là mắt, tiêu (标) nghĩa là các mốc, cái dấu. Mục tiêu được hiểu là đích (mốc) để nhằm vào [60, 821].

Mục đích và mục tiêu là hai từ rất giống nhau nhưng hàm nghĩa khác nhau. Mục đích mang tính trừu tượng, mục tiêu mang tính cụ thể. Mục đích thường dài hạn, mục tiêu thường ngắn hạn. Mục đích khó đo lường, mục tiêu thường đo lường bằng các đại lượng cụ thể. Mục đích bao trùm mục tiêu. Mục tiêu là bước đi cụ thể để từng bước đạt đạt mục đích cuối cùng.

- Kết quả được hiểu là cái đạt được, thu được trong một công việc [60, 615]. Kết quả là đại lượng có thể đo lường, được xác định căn cứ trên mối tương quan với mục đích, mục tiêu.

- Lợi ích là điều có ích, có lợi cho một tập thể người nhất định hay một cá nhân trong đó, trong mối quan hệ với tập thể người ấy [60, 742]. Lợi ích và kết quả có mối quan hệ tương quan, chỉ những kết quả, giá trị tích cực mang lại cho cá nhân, tập thể.

- Chi phí là khoản đầu tư nguồn lực như nhân lực, vật lực, tài chính phương tiện, cơ sở vật chất, thời gian... để đạt được kết quả. Chi phí để đạt được hiệu quả cao là chi phí được tối ưu hóa.

Như vậy, hiểu một cách đơn giản, khái niệm *hiệu quả xuất bản phản ánh quan hệ tương quan giữa kết quả đạt được và mục đích, mục tiêu xuất bản do chủ thể xuất bản đặt ra trong giới hạn chi phí hợp lý, tiết kiệm.*

c. Khái niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị

Xuất bản sách chính trị là một hoạt động cụ thể. Đó là quá trình chuyển tải các thông tin, tri thức chính trị thuộc các hình thái ý thức chính trị đã được mã hóa dưới dạng ngôn ngữ nhằm phổ biến đến với công chúng. Xuất bản sách chính trị “tác động đến toàn bộ cấu trúc của ý thức xã hội như thế giới quan, nhân sinh quan, nhận thức lịch sử và dư luận xã hội” [36, 101-102]. Từ tính đặc thù của xuất bản sách chính trị, NCS đưa ra quan niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị như sau: *Hiệu quả xuất bản sách chính trị được hiểu là sự phản ánh giữa kết quả và mục đích, mục tiêu của xuất bản sách chính trị do chủ thể xuất bản đặt ra trong giới hạn chi phí hợp lý nhằm truyền bá hệ tư tưởng, giáo dục thế giới quan, hình thành nhân sinh quan đúng đắn, nâng cao tri thức chính trị, xây dựng ý thức, niềm tin chính trị cho công chúng.*

Như vậy, hiệu quả xuất bản sách chính trị đánh giá dựa trên mối tương quan giữa mục đích, mục tiêu, kết quả, trong đó chi phí được tối ưu hóa. NCS cho rằng: Nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị nhằm làm rõ mức độ, cách thức NXB tiếp nhận và truyền tải thông tin từ chủ thể quản lý và phản hồi độc giả. Nghĩa là, nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị được khảo sát ở cả chủ thể xuất bản và đối tượng tiếp nhận. Nghiên cứu hiệu quả xuất bản ở phía chủ thể xuất bản nhằm xem xét mức độ thực hiện mục tiêu xuất bản. Nghiên cứu hiệu quả xuất bản ở phía đối tượng nhằm xem xét mức độ tiếp nhận của độc giả.

2.2.2.2. Phân loại hiệu quả xuất bản sách chính trị

Hiệu quả xuất bản sách chính trị là mức độ đạt được các mục đích, mục tiêu mà chủ thể xuất bản đặt ra và kết quả mong muốn đạt được. Các lợi ích đạt được trên các mặt chính trị, xã hội, kinh tế tương ứng với các loại hiệu quả chính trị, hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội. Mục này làm rõ nội hàm khái niệm các loại hiệu quả và mối quan hệ giữa các loại hiệu quả.

a. Hiệu quả chính trị

Hiệu quả chính trị là kết quả đạt được của mục tiêu chính trị, đó là mức độ hay khả năng định hướng chính trị, tư tưởng của công chúng. Hiệu quả chính trị thể hiện qua nội dung sách chính trị mang tính trực tiếp chuyển tải hệ tư

tương giai cấp, quan điểm, đường lối của một chính đảng, chính sách của nhà nước, của các tổ chức chính trị - xã hội nhằm bảo vệ lợi ích của một giai cấp, một dân tộc. Nội dung sách chính trị khá đa dạng, với hàm lượng tri thức chính trị nhiều cấp độ, từ tri thức lý luận trừu tượng đến các tri thức chính trị cụ thể. Hiệu quả chính trị thể hiện sự phản ánh hiện thực chính trị bằng tư duy khoa học, logic một cách trực diện. Hiện thực chính trị sinh động được đúc kết thành tri thức khoa học, cung cấp những thông tin có độ tin cậy, giá trị lý luận và thực tiễn, tác động mạnh đến lý trí, nhận thức của độc giả, hình thành niềm tin từ đó nâng cao nhận thức độc giả. Hiệu quả chính trị là phương diện quan trọng của hiệu quả xuất bản sách chính trị. Đó là tương quan giữa kết quả xuất bản với phục vụ các mục tiêu chính trị, góp phần nâng cao nhận thức chính trị của công chúng. Đây là hiệu quả trực tiếp nhất của xuất bản sách chính trị gắn với mục tiêu cụ thể của xuất bản sách như mục tiêu về xuất bản sách về lý luận chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, tổ chức chính trị-xã hội, phản bác quan điểm sai trái, thù địch bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

b. Hiệu quả xã hội

Hiệu quả xã hội là kết quả đạt được của mục tiêu xã hội, đó là những tác động về văn hóa, xã hội do sách chính trị mang lại cho độc giả. Có nhiều quan điểm khác nhau về hiệu quả xã hội, tuy nhiên đều thống nhất ở quan điểm hiệu quả xã hội là việc sử dụng tối đa nguồn lực có hạn để đáp ứng nhu cầu vật chất và văn hóa ngày càng tăng của con người. Cũng như hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội của xuất bản sách chính cũng được xem xét ở cấp độ vi mô và vĩ mô. Hiệu quả xã hội vi mô phản ánh sự đóng góp của đơn vị xuất bản đối với xã hội, phù hợp với định hướng phát triển xã hội và tôn chỉ, mục đích của nhà xuất bản [116]. Hiệu quả xã hội vĩ mô phản ánh hoạt động xuất bản nhận thức đúng giá trị tư tưởng xã hội chủ nghĩa, xây dựng trình độ nhận thức tốt và hướng dẫn tích cực cho quần chúng, làm phong phú thêm thế giới tinh thần của quần chúng nhân dân [107]. Hiệu quả xã hội của xuất bản sách chính trị phản ánh sự kế thừa và

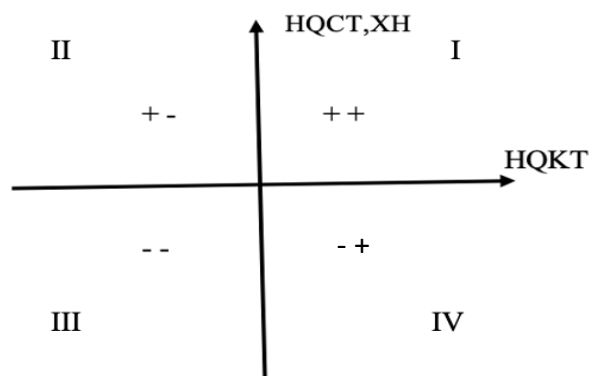
phát triển văn hoá, khuyến khích độc giả phổ thông thích đọc sách, nâng cao trình độ tri thức, nhận thức chính trị.

c. Hiệu quả kinh tế

Hiệu quả kinh tế phản ánh tổng quát sự tương quan giữa vốn đầu tư hoặc chi phí với kết quả sản xuất. Đứng ở góc độ lợi nhuận, hiệu quả kinh tế được hiểu là hiệu quả kinh doanh, phản ánh tính kinh tế sản xuất của hoạt động xuất bản. Hiệu quả kinh tế của xuất bản sách chính trị chủ yếu được mô tả ở cấp độ vĩ mô và vi mô. Hiệu quả kinh tế vĩ mô là lợi nhuận tạo ra khi sách chính trị được tiêu thụ trên thị trường, đóng góp vào tổng thu nhập toàn ngành. Hiệu quả kinh tế vi mô chỉ lợi nhuận các đơn vị xuất bản, phát hành sách chính trị thu được từ việc bán sách, bù đắp phần chi phí bỏ ra. Sự lưu thông sách chính trị trên thị trường mang lại lợi nhuận cho đơn vị xuất bản, phát hành, thu nhập từ nhuận bút cho tác giả, thu nhập gia tăng cho cán bộ, biên tập viên.

d. Quan hệ giữa các loại hiệu quả

Mối quan hệ giữa hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế xuất bản sách chính trị rất phức tạp. Các học giả đã nghiên cứu và chỉ ra mối tương quan tích cực và tiêu cực giữa các loại hiệu quả.



Sơ đồ 2.1: Quan hệ giữa hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội, hiệu quả kinh tế

Sơ đồ 2.1 mô tả hệ tọa độ mối quan hệ giữa hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế. Hiệu quả chính trị và hiệu quả xã hội luôn cùng chiều. Hiệu quả xã hội cao thúc đẩy nâng cao hiệu quả chính trị. Vì vậy, trong tọa độ trên, trục hoành thể hiện hiệu quả kinh tế và trục tung thể hiện hiệu quả chính trị, xã hội.

Ở góc phân tư thứ nhất ($++$), hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế của xuất bản sách chính trị đều tích cực, tức là xuất bản sách chính trị có thể tạo ra cả hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế. Đây là hiệu quả lý tưởng nhất. Hiệu quả chính trị, xã hội thể hiện các thuộc tính vĩnh cửu của sách chính trị. Đó là tích lũy trí tuệ, phổ biến tri thức chính trị khoa học, có giá trị học thuật cao, nâng cao hiểu biết, nhận thức chính trị cho xã hội.

Ở góc phân tư thứ hai ($+ -$), hiệu quả chính trị, xã hội là tích cực và hiệu quả kinh tế là tiêu cực. Hiện tượng này xuất hiện ở mảng sách chính trị có tính đặc thù về nội dung, năng lực cạnh tranh thấp trên thị trường. Sách chính trị là loại sách đặc biệt, phạm vi độc giả tương đối hẹp nhưng hàm lượng tri thức chuyên môn cao. Sách chính trị có thể tạm thời không đạt được lợi ích kinh tế, nhưng về lâu dài, việc xuất bản phục vụ các mục tiêu về chính trị, tư tưởng, thúc đẩy sự phát triển của học thuật chính trị, tạo nền tảng tư tưởng xã hội vững chắc. Đối với xã hội, sách chính trị không thể tạo ra nhiều hiệu quả kinh tế khách quan nhưng đạt được hiệu quả xã hội to lớn. Vì vậy, xuất bản sách chính trị cần sự hỗ trợ từ Nhà nước.

Ở góc phân tư thứ ba ($--$), cả hiệu quả chính trị, xã hội và kinh tế đều tiêu cực, tức việc xuất bản sách chính trị không mang lại lợi ích kinh tế và lợi ích xã hội. Trường hợp này đối với sách chính trị có nội dung sai lệch, đi ngược lại định hướng của Đảng và Nhà nước. Cơ quan quản lý cần kiên quyết ngăn cấm và xử lý nghiêm việc xuất bản những loại sách đó.

Ở góc phân tư thứ tư ($- +$), hiệu quả chính trị, xã hội là tiêu cực và hiệu quả kinh tế là tích cực. Hiện tượng này gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến tinh thần xã hội. Một viên đạn chỉ có thể giết chết một người, nhưng sách sai có thể đầu độc cả một nhóm người. Loại sách này không nên được phổ biến, mặc dù nó mang lại giá trị kinh tế trước mắt.

Mối tương quan giữa hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế bắt nguồn từ tính chất nổi bật của xuất bản sách chính trị. Đặt xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế, trong xu hướng vận động chung của ngành xuất bản, NCS thống nhất quan điểm sau:

Thứ nhất, giữa hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế không tồn tại mối quan hệ đối kháng mà là mối quan hệ nhất quán, trong đó, hiệu quả chính trị, xã hội đóng vai trò chủ đạo. Xuất bản sách chính trị luôn ưu tiên hiệu quả chính trị, xã hội, rồi mới đến hiệu quả kinh tế.

Quan hệ giữa hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế thể hiện tập trung ba mối quan hệ trong chủ thể xuất bản, đó là: quan hệ giữa sự tuân theo ý thức hệ và theo đuổi quyền tự do xuất bản, quan hệ giữa giá trị văn hóa và giá trị kinh tế, quan hệ giữ lợi ích của toàn xã hội và lợi ích cá nhân. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, điều kiện kinh tế thị trường, xuất bản sách chính trị phải cân đối mối quan hệ giữa hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế, giữa giá trị chính trị, xã hội và giá trị thị trường. Hiệu quả kinh tế song hành cùng hiệu quả chính trị, xã hội nhưng khi xảy ra xung đột, hiệu quả kinh tế phụ thuộc hiệu quả chính trị, xã hội. Vì vậy, hiệu quả kinh tế là hướng nội, hiệu quả chính trị, xã hội là hướng ngoại, là tổng hoà quan hệ chi phối hiệu quả xuất bản sách chính trị.

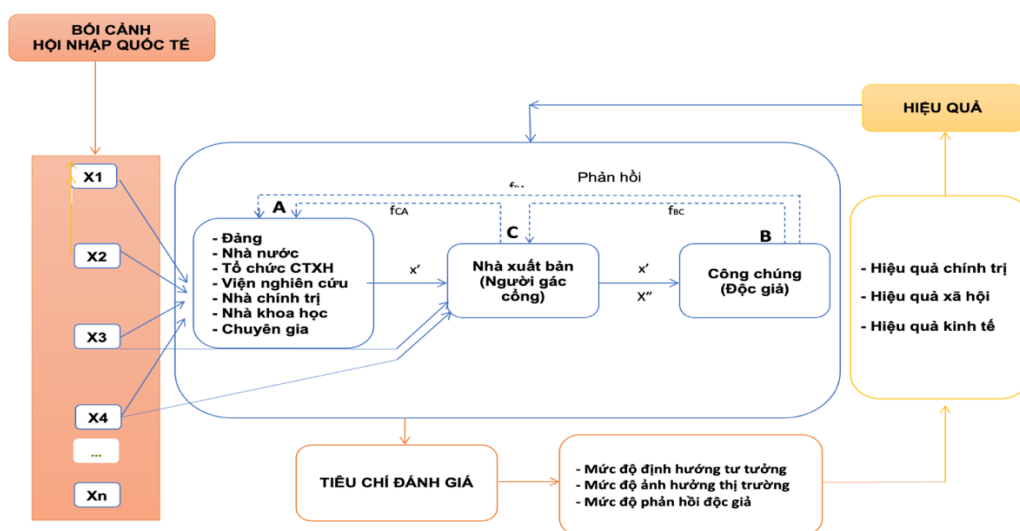
Thứ hai, hiệu quả xã hội hỗ trợ, thúc đẩy hiệu quả chính trị. Hiệu quả xã hội mang lại “tác động lan toả” của sách chính trị. Điều đó có nghĩa là hiệu quả xã hội càng rộng thì hiệu quả chính trị càng cao. Tuy nhiên, xã hội là tập thể người với đặc điểm nhân khẩu học khác nhau, điều đó đòi hỏi sự phù hợp giữa sách và người tiêu dùng. Xuất bản sách chính trị không chỉ xuất bản những cuốn sách theo đơn đặt hàng của Nhà nước mà còn chú trọng xuất bản sách theo đơn đặt hàng của xã hội.

Thứ ba, hiệu quả kinh tế là phương tiện thực hiện hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội. Hiệu quả kinh tế mang lại lợi ích vật chất nhất định cho ĐVXB. Đối với ĐVXB, trước hết là doanh thu, lấy thu bù chi, mở rộng nguồn lực cho ĐVXB tiếp tục thực hiện nhiệm vụ chính trị. Tuy sách chính trị tương đối đặc biệt nhưng trong một phân đoạn thị trường xác định, sách chính trị vẫn tạo khả năng sinh lời cho ĐVXB, đồng thời tạo hiệu ứng lan toả tri thức trong xã hội. Ở phân đoạn thị trường khác, xuất bản sách chính trị vẫn cần sự hỗ trợ, đầu tư từ Nhà nước để xuất bản sách chính trị bảo đảm nhất quán hiệu quả chính trị, xã hội.

2.2.2. Mô hình lý thuyết, tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị

2.2.2.1. Mô hình lý thuyết nghiên cứu

Tiếp cận ở phạm vi rộng, xuất bản sách chính trị là quá trình truyền tải thông tin, tri thức chính trị với sự tham gia của chủ thể truyền đạt, nhà xuất bản và độc giả. Mô hình truyền thông Bruce Westley và Malcom McLean² được tham khảo để nghiên cứu mô hình xuất bản sách chính trị dưới góc nhìn giao tiếp thông tin. Theo đó, mô hình làm rõ hơn quy luật vận động của hệ thống xuất bản sách chính trị và mối quan hệ giữa các chủ thể: Đảng, Nhà nước; nhà xuất bản; công chúng (độc giả). Chủ thể Đảng, Nhà nước, nhà xuất bản, công chúng (độc giả) có vị trí và vai trò khác nhau trong hệ thống.



Sơ đồ 2.2. Mô hình lý thuyết nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị

Sơ đồ 2.2 đã khái quát quan hệ vị trí và cách thức giao tiếp thông tin của các chủ thể và đối tượng tiếp nhận thể hiện trong hoạt động xuất bản sách chính trị. Trong đó, A là người phổ biến “có chủ đích” hay chủ thể truyền thông, bao gồm Đảng, Nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, viện nghiên cứu, nhà chính trị, các nhà nghiên cứu,... Họ là chủ thể quản lý, định hướng, hoặc chủ thể sáng tạo (tác giả).

² Bruce Westley (1915-1990) là giảng viên tại Đại học Wisconsin, Madison từ năm 1946 đến năm 1968; Malcolm S. MacLean (1913-2001) là giám đốc Đại học Báo chí và đồng sáng lập University College thuộc Đại học Minnesota. Năm 1957, hai ông đề xuất mô hình nghiên cứu truyền thông được đánh giá là sự tích hợp các quan điểm khác nhau; hướng dẫn cụ thể các khía cạnh mới giao tiếp thông tin. Mô hình này có thể được nhìn thấy trong bối cảnh, giao tiếp giữa các cá nhân và giao tiếp đại chúng. Điểm khác biệt giữa giao tiếp giữa các cá nhân và giao tiếp đại chúng là phản hồi. Trong giao tiếp giữa các cá nhân, phản hồi là trực tiếp và nhanh chóng. Trong giao tiếp đại chúng, phản hồi là gián tiếp và chậm. Hệ thống khái niệm cơ bản của lý thuyết này bao gồm: News articles or information (Tin tức/Thông tin) (X1, X2, X3, X4...Xn), Client (chủ thể truyền thông) - (A), Gate Keeper (Người gác cổng) (C); Reader or Audience (Công chúng/độc giả) (B), Feedback (Phản hồi) (f).

C đề cập đến các nhà xuất bản, đóng vai trò là “người gác cổng” (Gatekeeper). B là người nhận các thông tin đã xuất bản, tức là các độc giả, người dùng xuất bản phẩm. X (X1, X2, X3, X4, .. Xn) đại diện cho bất kỳ kiến thức thông tin thuộc các hình thái ý thức chính trị có thể được phổ biến và vai trò của A, B và C. f (fCA, FBC, fBA) là các thông tin phản hồi. Chủ thể truyền thông, nhà xuất bản, độc giả... là những nhân tố tham gia vào hệ thống xuất bản có quan hệ đặc biệt tạo nên đặc trưng của quy trình xuất bản sách chính trị.

Thứ nhất, xuất bản sách chính trị chịu sự chi phối định hướng của chủ thể Đảng, Nhà nước. Trên sơ đồ, mối quan hệ giữa A, C và B là mối quan hệ một chiều, phản ánh chức năng chính trị, tư tưởng của xuất bản sách chính trị, đồng thời thể hiện vai trò định hướng trực tiếp, chủ động của Đảng và Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị.

Thứ hai, các chủ thể xuất bản, độc giả có tính độc lập tương đối trong quy trình xuất bản sách chính trị. Chủ thể xuất bản (C) có tính độc lập nhất định thể hiện qua phương thức tiếp nhận và xử lý thông tin (tiếp nhận X3, X4 chuyển thành X). Thông qua kỹ năng nghề nghiệp, các biên tập viên chủ động tìm kiếm, đề xuất các đề tài phù hợp đưa vào kế hoạch xuất bản. Việc đề xuất đề tài vẫn phải đảm bảo tôn chỉ, mục đích của nhà xuất bản và định hướng truyền thông của Đảng, Nhà nước, phù hợp với nhu cầu xã hội. Độc giả (B) cũng chủ động phản hồi thông tin với A (đường phản hồi fBC), và cũng chủ động phản hồi thông tin với C (đường phản hồi fBA). B chính là độc giả, đóng vai trò là người tiêu dùng cuối trong chu trình xuất bản khép kín. Phản hồi của độc giả được mô tả phản hồi thông tin fBC cho B (nhà xuất bản), phản hồi thông tin fBA cho A. Phản hồi của độc giả là phổ biến trong hệ thống này.

Mô hình xuất bản sách chính trị dưới góc nhìn giao tiếp thông tin theo lý thuyết của B. Westley và M. McLean làm rõ hơn quy luật vận động của hệ thống xuất bản và mối quan hệ giữa các chủ thể - Đảng, Nhà nước, nhà xuất bản và công chúng. Vai trò ba bên trong mô hình xuất bản ảnh hưởng đến mục đích và hiệu quả của xuất bản sách chính trị. Vì vậy, mục đích, mục tiêu và kết quả xuất

bản được đánh giá trên cơ sở mối tương quan đó. Đây mô hình lý thuyết chủ đạo tác giả ứng dụng nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị.

2.2.2.2. Tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị

Tiêu chí và thang đo là sự lượng hóa phản ánh hiệu quả trong mối quan hệ tương quan giữa kết quả và mục tiêu. Kết hợp định tính và định lượng, NCS xây dựng 3 tiêu chí cấp một, trong đó gồm 14 tiêu chí cấp hai đánh giá về hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam. Đây là cơ sở lý thuyết để NCS triển khai khảo cứu sâu về thực trạng xuất bản sách chính trị ở chương sau.

a. Tiêu chí 1 - Mức độ định hướng chính trị, tư tưởng

Năng lực định hướng chính trị tư tưởng là một tiêu chí cứng để đánh giá hiệu quả của xuất bản. Tiêu chí này đề cập đến vai trò của xuất bản sách chính trị trong định hướng các giá trị cốt lõi của xã hội chủ nghĩa, thúc đẩy phổ biến văn hóa xã hội chủ nghĩa ở trong nước và ngoài nước. Các chỉ số cụ thể về tiêu chí này chủ yếu bao gồm:

(1) *Cơ cấu sách chính trị xuất bản*: Trong quy trình xuất bản, kế hoạch đề tài là khâu mở đầu. Đề tài xuất bản sách chính trị phải thể hiện được quan điểm chỉ đạo, định hướng của Đảng và Nhà nước, bám sát yêu cầu thực tiễn hoạt động chính trị, công tác tư tưởng trong nước và quốc tế. Cơ cấu sách xuất bản phản ánh trong thực tế của kế hoạch đề tài.

Định lượng: tổng số lượng/năm; số loại sách chính trị/năm.

(2) *Cơ cấu sách chính trị trọng điểm*: Sách trọng điểm bao gồm sách có nội dung giá trị và ý nghĩa về khoa học, chính trị và thực tiễn làm cho thế giới quan Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh giữ vị trí chủ đạo trong đời sống tinh thần xã hội; phổ biến đường lối, chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước; phản bác các quan điểm sai trái, phục vụ sự nghiệp đổi mới và hai nhiệm vụ chiến lược xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Cơ cấu sách trọng điểm thể hiện tính định hướng, dẫn dắt về tư tưởng của xuất bản sách chính trị, bao gồm: (1) Sách kinh điển, nghiên cứu về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sách văn kiện, nghiên cứu về đường lối, chủ trương chính sách của

Đảng, (3) Sách nghiên cứu lý luận chính trị và chính trị Việt Nam, (4) Sách phản bác quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Định lượng: tổng lượng/năm, số loại sách chính trị trọng điểm/năm.

(3) Cơ cấu sách dịch chính trị

Cơ cấu sách dịch đề cập đến hiệu quả phổ biến các ấn phẩm xuất bản ra quốc tế. Việc truyền bá ấn phẩm ra thị trường quốc tế có tác dụng tích cực trong phổ biến một cách chính thống giá trị chính trị, tư tưởng và văn hoá Việt Nam. Tiêu chí này phản ánh mục tiêu về thông tin đối ngoại của xuất bản sách chính trị. Tiêu chí này khảo sát ở các khía cạnh: (1) Số lượng đầu sách được dịch và phổ biến ra nước ngoài; (2) Số lượng đầu sách dịch và phổ biến trong nước.

Định lượng: tổng số đầu sách được tổ chức dịch thuật, số lượng bản in, tỷ lệ % trên tổng đầu sách xuất bản.

b. Tiêu chí 2 - Mức độ ảnh hưởng thị trường

Ảnh hưởng thị trường đề cập đến khả năng các sản phẩm và dịch vụ của đơn vị xuất bản theo mục tiêu xuất bản được công chúng công nhận, tiếp cận. Tầm ảnh hưởng thị trường của sách chính trị có xu hướng tăng lên cùng với sự gia tăng của số lượng độc giả, với việc mở rộng phạm vi thị trường. Từ đó, giá trị tinh thần của sách cũng theo đó được lan tỏa mạnh mẽ đến đông đảo độc giả. Các nội dung cụ thể về năng lực ảnh hưởng thị trường của sách chính trị như:

(1) Tổng lượng sách chính trị được xuất bản: là tổng lượng sách chính trị xuất bản hàng năm. Chỉ số này phản ánh quy mô xuất bản sách chính trị trên thị trường so với các loại sách khác. Sách chính trị tác động trực tiếp đến nhận thức chính trị, pháp luật của xã hội. Người đọc sách chính trị càng nhiều, lợi ích xã hội thu lại càng lớn. Đây là một trong những cơ sở khách quan để mục đích xuất bản sách chính trị vượt ra khỏi mục đích lợi nhuận của hoạt động sản xuất vật chất đơn thuần.

Định lượng: tổng đầu sách/năm, tổng bản sách/năm.

(2) Chúng loại sách chính trị được xuất bản: là các loại sách chính trị được xuất bản. Chỉ số này phản ánh tính *tính cá biệt của sách chính trị*. Tính cá biệt cao của sách chính trị nói lên mức độ khó có thể thay thế bởi các loại

sách khác. Tính cá biệt càng cao, thị trường sách chính trị phân khúc càng nhỏ. Để đáp ứng nhu cầu của các đối tượng độc giả có trình độ khác nhau, phải có nhiều loại sách chính trị phù hợp. Vì vậy, sự đa dạng về chủng loại sách chính trị thể hiện khả năng đáp ứng mục tiêu định hướng về tri thức cũng như nhu cầu tìm kiếm tri thức của độc giả.

Định lượng: số lượng sách xuất bản theo chủng loại sách/năm

(3) *Tỷ lệ sách tái bản*: là số đầu sách được in ấn và phát hành nhiều lần. Chỉ số này phản ánh chất lượng sách, cũng như mức độ yêu thích của sách trên thị trường. Hầu hết sách tái bản đều là sách hay, chất lượng nội dung, giá trị văn hóa cao, có tác động tích cực đến xã hội, được đông đảo độc giả tiếp nhận. Tỷ lệ sách tái bản càng cao, hiệu quả kinh tế, xã hội mang lại càng cao. Công thức tính: Tỷ lệ tái bản sách = số sách tái bản/số sách đã xuất bản \times 100%.

Định lượng: % sách tái bản mỗi năm

(4) *Kênh phát hành*: Chỉ số này phản ánh số lượng kênh phát hành thường xuyên để tổ chức lưu thông, phân phối sách chính trị trên thị trường. Phát hành là khâu trung gian giữa sản xuất và tiêu dùng, thực hiện quá trình lưu thông đưa xuất bản phẩm đến người tiêu dùng. Sách chính trị muốn đến được với độc giả phải được hỗ trợ từ mạng lưới các kênh phát hành, sao cho họ có thể dễ dàng tìm thấy, tiếp cận được sách khi có nhu cầu.

Định lượng: Số lượng kênh phát hành lưu thông sách chính trị.

(5) *Chi phí, giá sách và doanh thu*: Chi phí được hiểu là tổng thể các hao phí vật chất và tinh thần để xuất bản một cuốn sách chính trị. Chi phí xuất bản bao gồm các lượng chi phí, bao gồm: Chi phí chung (chi phí quản lý, chi phí khấu hao tài sản cố định) và chi phí cho từng tit sách (chi phí nhuận bút/nuận dịch; chi phí biên tập; chi phí chế bản ruột, phụ bản; chi phí thiết kế bìa; chi phí đọc sách mẫu; chi phí in ấn; chi phí cho các đầu sách nộp lưu chiểu; chi phí truyền thông). Từ các yếu tố chi phí, giá thành một cuốn sách chính trị được xác định theo công thức: Giá thành = CP nhuận bút + CP Lương + CP Quản lý + CP Khấu hao TSCĐ + CP in ấn + CP phát hành [66, 126-134]. Giá thành sản xuất cơ bản của một tit sách chính trị có những điểm khác nhau tùy theo phương

thức làm sách (sách liên kết, sách tự phát hành, sách Trung ương đặt hàng). Doanh thu là khoản thu nhập từ bán hàng hoá, dịch vụ. Doanh thu chủ yếu từ sách liên kết và sách tự phát hành. Khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí là lợi nhuận. Lợi nhuận tỷ lệ nghịch với chi phí.

(6) *Sách chính trị đạt giải thưởng*: Số lượng, tỷ lệ sách đạt giải thưởng.
Đơn vị tính: số giải/năm

c. Tiêu chí 3 - Mức độ phản hồi của độc giả

Phản hồi của độc giả là tiêu chí phản ánh khả năng, mức độ tiếp nhận của độc giả đối với sách chính trị. Đây là tiêu chí kiểm chứng hiệu quả xuất bản sách chính trị trên người dùng cuối. Tiêu chí này là tiêu chí định tính, đo lường bằng các phương pháp: (1) Kiểm định Cronbach's Alpha thực hiện ở các nhân tố khảo sát như: mức độ thường xuyên, mức độ hài lòng (hình thức, nội dung, dịch vụ khách hàng), mức độ đáp ứng nhu cầu, mức độ hình thành tri thức, niềm tin. Thang đo dao động -1 đến +1; (2) Thống kê tần số: tính theo giá trị %; (3) Thống kê trung bình theo thước đo Likert từ 1 đến 5. Các phương pháp trên thực hiện trên nội dung của tiêu chí như sau:

(1) *Mức độ tiếp cận với sách chính trị*: Tiêu chí này cho biết việc bạn đọc có biết đến và tìm đọc sách hay không. Về phương diện lý luận, chu trình xuất bản chỉ khép lại khi sách đến được với đối tượng bạn đọc. Sách để trong kho là sách chết. Tiếp cận bao gồm cả cách thức, nội dung, cường độ. Cách thức tiếp cận cho biết độc giả tiếp cận với sách chính trị như thế nào. Mua trực tiếp tại cửa hàng hay mua tại các website thương mại điện tử; được cho, biết, tặng; đọc miễn phí tại website hay tại thư viện. Nội dung tiếp cận cho biết độc giả lựa chọn đọc những nội dung, loại sách nào, cách đọc ra sao. Cường độ tiếp cận cho biết mức độ thường xuyên, thời gian, thời điểm đọc sách của độc giả.

(2) *Mức độ hài lòng đối với sách chính trị*: Tiêu chí này đánh giá hiệu quả quy trình xuất bản trên góc độ của độc giả từ lựa chọn chủ đề, biên tập nội dung và hình thức, thiết kế kỹ mỹ thuật, định giá và phát hành sách đến độc giả. Tiêu chí này xem xét ở các nội dung như: (1) Mức độ hài lòng về nội dung: Nội dung là hạt nhân của sách, chỉ giá trị thực sách chính trị mang lại cho người đọc.

Nhìn từ góc độ chính trị hay góc độ thị trường, sách chính trị cần chứa đựng những giá trị thu hút người đọc: tính chính xác; tính khoa học; tính mới mẻ; tính ứng dụng trong học tập, công việc;... (2) *Mức độ hài lòng về hình thức*: Hình thức là vỏ vật chất của sách, hình thức biểu hiện bên ngoài của sách. Hình thức bao gồm các kết cấu vật lý như: bìa sách, khổ sách, trình bày kỹ, mỹ thuật sách.

(3) *Mức độ đáp ứng nhu cầu của độc giả*: Độc giả và nhu cầu của độc giả là yếu tố cơ bản cấu thành thị trường xuất bản phẩm, được coi là nền tảng văn hóa thị trường. Nhu cầu là yếu tố có thể lượng hóa được. Nhu cầu sách chính trị được định hình bởi thị hiếu cá nhân và môi trường chính trị - xã hội. Nhu cầu của độc giả sách chính trị khá đa dạng, được phân cấp theo mức độ phổ biến: nhu cầu nghiên cứu, nhu cầu học tập; nhu cầu ứng dụng trong thực tế (đời sống, công việc); nhu cầu nắm bắt thông tin mới; nhu cầu thẩm mỹ; nhu cầu giải trí.

(4) *Mức độ nhận thức của độc giả*: Nhận thức (cognition) là quá trình tiếp thu kiến thức và sự hiểu biết diễn ra trong bộ não con người (93, 288). Lấy nhiệm vụ chính trị là cơ bản, tạo sự đồng thuận, thống nhất tư tưởng, lấy giáo dục chính trị là chức năng cơ bản của sách chính trị. Sách chính trị tác động toàn diện vào ý thức chính trị: cung cấp tri thức chính trị nền tảng, hình thành niềm tin chính trị, từ đó hướng dẫn hành động chính trị [36, 9]. Nhận thức của độc giả được đánh giá trên hai bình diện cơ bản là kiến thức, niềm tin.

- Về kiến thức: Kiến thức là những hiểu biết có được do học tập hoặc trải nghiệm [60, 663]. Trên thực tế, độc giả tiếp nhận thông tin tri thức từ các kênh truyền thông đại chúng trong đó sách cung cấp cho người đọc thông tin đầy đủ và sâu sắc. Tiêu chí này đánh giá ở các nội dung: (1) Sự hiểu biết về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sự hiểu biết lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; (3) Sự hiểu biết về vấn đề chính trị trong nước và quốc tế; (4) Sự hiểu biết về các quan điểm sai trái, thù địch và âm mưu “diễn biến hòa bình”.

- Về niềm tin: Niềm tin là hệ thống tri thức, quan điểm về tự nhiên, xã hội, con người được chủ thể trực tiếp trải nghiệm và xác nhận tính đúng đắn, trở thành

điểm tựa tinh thần của mỗi người [44, 276]. Niềm tin chính trị là biểu hiện của tâm lý chính trị, một bộ phận của ý thức chính trị nằm trong mỗi con người. Đây là tiêu chí khó nhận biết, có thể xem xét đánh giá ở các nội dung: (1) Sự tin tưởng vào hệ tư tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sự tin tưởng sự lãnh đạo cùng với chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước; (3) Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch, phản động; (4) Bản lĩnh chính trị vững vàng, kiên định lý tưởng và mục tiêu.

(5) *Mức độ giới thiệu, lan tỏa thông tin*: Sau khi tiếp nhận thông tin, độc giả có giới thiệu sách, truyền đạt những thông tin trong sách cho người khác không. Đó cũng hành vi tăng mức độ tiếp cận nhiều hơn các đối tượng độc giả khác trong xã hội. Độc giả thực hiện điều đó tự nguyện hay có sự khuyến khích từ tổ chức, cá nhân nào.

(6) *Mức độ phản hồi thông tin đối với đơn vị xuất bản*: Đây là bước cuối cùng trong quy trình xuất bản hiện đại. Qua nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu phát sinh của độc giả sách chính trị, ĐVXB có những điều chỉnh phù hợp. Tiêu chí này phản ánh quan hệ giao tiếp giữa ĐVXB và độc giả

2.2.3. Những yếu tố cơ bản tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị

Hiệu quả xuất bản sách chính trị phụ thuộc vào nội dung, hình thức, cách thức, phương tiện xuất bản. Từ mô hình lý thuyết nghiên cứu, NCS cho rằng, các yếu tố cơ bản tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị gồm 4 yếu tố: (1) Yếu tố định hướng thông tin mang tính chiến lược. (2) Yếu tố năng lực của đội ngũ làm công tác xuất bản sách chính trị; (3) Yếu tố nội dung, phương pháp và hình thức phù hợp, thu hút; (4) Yếu tố vật chất, phương tiện và kỹ nghệ xuất bản.

Thứ nhất, yếu tố định hướng thông tin mang tính chiến lược. Xuất bản sách chính trị có hiệu quả khi có định hướng rõ ràng của Đảng, Nhà nước với tư cách vừa chủ thể lãnh đạo, quản lý vừa là chủ thể truyền thông “có chủ đích”. Định hướng này chính là đường lối, quan điểm và cơ chế, chính sách của Đảng, Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị. Điều này tạo điều kiện cho hoạt động xuất bản sách chính trị phát triển đúng hướng, phát huy được ưu thế của mình.

Thứ hai, yếu tố năng lực của đội ngũ làm công tác xuất bản sách chính trị. Năng lực của ĐVXB có ý nghĩa quan trọng tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị; trong đó nguồn nhân lực đóng vai trò then chốt. Một quá trình xuất bản sách chính trị là tổ hợp của nhiều loại lao động khác nhau, của những con người khác nhau. Từ hoạt động sáng tạo của tác giả, hoạt động chuyên môn của biên tập viên, sáng tạo trong thiết kế, trình bày của họa sĩ, đến thao tác in của công nhân in, kỹ năng lưu thông, phân phối sách của đội ngũ phát hành sách và kỹ năng quản lý của cán bộ lãnh đạo. Đội ngũ này yêu cầu về phẩm chất chính trị tốt, trình độ lý luận, nghiệp vụ chuyên môn và kiến thức nền tảng vững chắc. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là cơ sở nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Thứ ba, nội dung, phương pháp và hình thức phù hợp, thu hút. Tri thức chính trị thường rộng lớn, bao trùm nhiều vấn đề, lĩnh vực khác nhau của đời sống chính trị. Đối với mỗi đối tượng khác nhau, khả năng tiếp nhận không giống nhau. Độc giả của sách chính trị rất đặc thù, bao gồm từ cán bộ lãnh đạo cao cấp trong Đảng, Nhà nước, các nhà chính trị chuyên nghiệp, cán bộ, đoàn thể chính trị - xã hội thế đến độc giả phổ thông. Độc giả có trình độ học vấn, trình độ lý luận, nghề nghiệp, sự hiểu biết và kinh nghiệm khác nhau. Những cái riêng đó làm nên sự đa dạng về yêu cầu. Có nhóm độc giả vừa có yêu cầu cao đối với sách chính trị vừa có khả năng phản biện hoặc phê bình bằng những minh chứng xác đáng. Nhóm độc giả khác lại yêu cầu sự phù hợp của nội dung sách chính trị với khả năng tiếp nhận của mình. Do vậy, người làm xuất bản sách chính trị hiểu biết đối với độc giả của mình, từ đó bản thảo chất lượng, thoả mãn yêu cầu của từng phân lớp độc giả. Nếu yêu cầu của số đông độc giả không được thoả mãn, giá trị không biến thành giá trị sử dụng. Hiệu quả tất yếu cũng không đạt được.

Thứ tư, yếu tố vật chất, phương tiện và kỹ nghệ xuất bản sách chính trị. Để đảm bảo hiệu quả xuất bản sách chính trị cần thiết phải có đầy đủ những phương tiện vật chất, kỹ thuật, công nghệ hỗ trợ quá trình xuất bản sách chính trị. Đặc biệt khi xã hội bước vào thời đại công nghệ thông tin, xa

lộ thông tin rộng lớn, sự cạnh tranh gay gắt giữa các sản phẩm truyền thống và hiện đại lại đặt ra yêu cầu đổi mới kỹ nghệ xuất bản sách chính trị. Phương tiện, kỹ nghệ hiện đại mang lại tác động to lớn, rút ngắn thời gian và chi phí sản xuất, tăng khả năng truyền bá.

Những yếu tố trên được coi là những yếu tố nội tại của hiệu quả xuất bản sách chính trị. Tuy nhiên, khi xem xét hiệu quả xuất bản, cần phải xem xét bối cảnh trong nước, bối cảnh quốc tế với những tác động tích cực, tiêu cực.

2.3. HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ TÁC ĐỘNG CỦA HỘI NHẬP QUỐC TẾ ĐẾN HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

2.3.1. Khái niệm hội nhập quốc tế

Hội nhập có nguồn gốc từ tiếng Anh “integration” có nghĩa là hoà nhập, liên kết, được hiểu là hành động hoặc quá trình kết nối hai hoặc nhiều người cùng làm việc với nhau [93, 807]. Đại hội VI (1986) đã chính thức đặt viên gạch đổi mới, mở đường cho Việt Nam tiến vào hội nhập quốc tế trên các mặt, mà trước tiên là hội nhập kinh tế quốc tế nhằm “kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại” trên “nguyên tắc bình đẳng cùng có lợi” [25, 415]. Tuy nhiên, thuật ngữ “hội nhập” đề cập đầu tiên trong văn kiện Đại hội VIII (1996) của Đảng, trải qua Đại hội IX (2001), Đại hội X (2006) dần được định hình. Đại hội XI (2011) của Đảng đã đánh dấu bước phát triển mới trong chủ trương hội nhập quốc tế với tinh thần đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế [27, 236]. Theo đó, hội nhập quốc tế không chỉ tích cực, chủ động ở lĩnh vực kinh tế mà tích cực, chủ động trên mọi lĩnh vực: kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội, quốc phòng - an ninh. Nhận thức của Đảng phản ánh nhu cầu cấp thiết của sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong bối cảnh quốc tế mới [76]. Tiếp đến, Đại hội XII (2016) cũng nhất quán định hướng “chủ động và tích cực hội nhập quốc tế”, đồng thời chỉ rõ hội nhập quốc tế trên cơ sở bảo đảm lợi ích tối cao của quốc gia-dân bình đẳng cùng có lợi; vừa hợp tác vừa đấu tranh, tranh thủ, tối đa các nguồn lực bên ngoài để phát triển đất nước; nâng cao đời sống nhân dân, kiên quyết, kiên trì đấu tranh bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc,

bảo vệ Đảng, Nhà nước, nhân dân và chế độ xã hội chủ nghĩa [28, 153]. Đại hội XIII (2021) nhấn mạnh cần “chủ động và tích cực hội nhập quốc tế toàn diện và sâu rộng”, bảo đảm sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất của Đảng, sự quản lý tập trung của Nhà nước đối với các hoạt động đối ngoại và hội nhập quốc tế... vừa hợp tác vừa đấu tranh vì lợi ích quốc gia dân tộc, bảo vệ vững chắc Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa [29, 161-162].

Theo cách hiểu chung nhất, hội nhập quốc tế là tiến trình của một quốc gia thực hiện lợi ích, mục tiêu của mình thông qua việc chủ động hợp tác, liên kết với các quốc gia khác trên nhiều lĩnh vực; tham dự vào phân công, hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực, tạo điều kiện kết hợp có hiệu quả nguồn lực trong nước và nguồn lực bên ngoài, mở rộng không gian và môi trường để phát triển và xác lập vị trí phù hợp nhất có thể trong quan hệ quốc tế. [2, 9]

Về bản chất, hội nhập quốc tế là hình thức phát triển cao của hợp tác quốc tế. Hợp tác quốc tế là quá trình các nước giao lưu, hành động cùng nhau để đạt được mục tiêu hoặc lợi ích chung nào đó. Hợp tác quốc tế có thể chia làm ba mức độ: (1) Trao đổi, tham vấn; (2) Phối hợp chính sách, triển khai hoạt động phối hợp, thực hiện dự án chung; (3) Xây dựng luật lệ, chuẩn mực chung. Hội nhập quốc tế vừa là cơ hội, đồng thời là thách thức đối với kinh tế, chính trị, đặc biệt là vấn đề giữ vững bản sắc văn hóa truyền thống của dân tộc, yêu cầu đối với bảo vệ Tổ quốc, bảo vệ nền tảng tư tưởng, giữ vững độc lập, tự chủ. Bối cảnh hội nhập quốc tế là môi trường của xuất bản sách chính trị, tác động đến hiệu quả xuất bản sách chính trị.

2.3.2. Tác động của hội nhập quốc tế đến hiệu quả xuất bản sách chính trị

2.3.2.1. Tác động tích cực

Thứ nhất, bối cảnh chính trị rõ nét định hướng mục tiêu, nội dung của xuất bản sách chính trị. Đảng ta nêu rõ nguyên tắc cơ bản để hội nhập quốc tế thành công là kiên định và vận dụng, phát triển sáng tạo của nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, kiên định mục tiêu độc lập dân tộc và định hướng chủ nghĩa xã hội; kiên định đường lối đổi mới của Đảng; kiên định các nguyên tắc xây dựng Đảng

để xây dựng và bảo vệ vững chắc Tổ quốc. Bên cạnh đó, Đảng ta đã dự báo quan trọng về chuyển biến của tình hình thế giới và trong nước tác động đến mọi mặt đời sống chính trị, kinh tế và xã hội của Việt Nam. Bốn nguy cơ còn tồn tại, trong đó tham nhũng, lãng phí, quan liêu, suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống diễn biến phức tạp; các thế lực thù địch tăng cường chống phá Đảng, Nhà nước và đất nước. Các quan điểm, nguyên tắc này định hướng công tác nghiên cứu, biên soạn và xuất bản sách chính trị.

Xuất bản sách chính trị càng phát huy vai trò trực tiếp tham gia đấu tranh có hiệu quả bằng việc tổ chức xuất bản, phát hành các đầu sách có chất lượng đến công chúng thường xuyên, nhanh chóng. Sách chính trị truyền tải lượng tri thức đầy đủ, sâu sắc về lý luận và thực tiễn trang bị cho họ tri thức vững chắc để nhận định, đánh giá, phản biện nhằm kiếm tìm chân lý khách quan. Nội dung sách chính trị bám sát tình hình chính trị, quan điểm lãnh đạo, quản lý của Đảng và Nhà nước; góp phần quan trọng bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch. Các ấn phẩm giáo dục lý luận chính trị góp phần nâng cao nhận thức của cán bộ, đảng viên, tạo ra sức đề kháng để đối phó với tiêu cực trong quá trình hội nhập.

Thứ hai, kinh tế thị trường tạo sự chuyển biến tích cực của xuất bản sách chính trị. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thể hiện mối quan hệ giữa nhà nước, thị trường và xã hội. Nhà nước xây dựng thiết chế, tạo môi trường và hành lang pháp lý thuận lợi cho các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp hoạt động. Thị trường điều tiết hoạt động sản xuất, kinh doanh theo quy luật kinh tế khách quan. Kinh tế thị trường là bước chuyển quan trọng để hội nhập kinh tế quốc tế. Các NXB tiếp tục chuyển đổi sang mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự chủ tài chính ngày càng thích ứng với cơ chế thị trường. NXB chủ động trong kế hoạch xuất bản, hạch toán thu chi, tối ưu hoá các chi phí để đạt hiệu quả tối ưu, vừa bảo đảm nhiệm vụ chính trị, vừa mở rộng xuất bản những mảng sách mà xã hội có nhu cầu. Năng lực NXB được cải thiện, thúc đẩy gia tăng số lượng sách, đề tài và chủng loại sách chính trị phong phú, đa dạng hơn. Kinh tế thị trường từng bước thủ tiêu tính độc quyền một cách tự nhiên. Mỗi NXB

đều có thể tham gia vào xuất bản sách chính trị, bình đẳng trong cạnh tranh. Với chủ trương xã hội hoá, các đơn vị kinh tế ngoài quốc doanh chủ động, tích cực tham gia xuất bản sách chính trị. Liên kết in cho ra đời những ấn phẩm chất lượng với giá thành thấp. Liên kết phát hành sách chính trị tạo thành hệ thống có quy mô và chiều sâu giúp tiết kiệm chi phí và đẩy nhanh tốc độ lưu thông.

Thứ ba, cách mạng khoa học, công nghệ thúc đẩy thay đổi về chất phương thức xuất bản sách chính trị. Đối với NXB, hiện nay, tổng số 21/57 NXB đủ điều kiện được cấp phép hoạt động xuất bản phẩm điện tử, trong đó ba NXB trung ương đóng vai trò chủ chốt xuất bản sách chính trị (NXB TTTT, NXB QĐND, NXB CTQG-ST). NXB ứng dụng công nghệ để quản lý quy trình xuất bản. BTV sử dụng thiết bị và công nghệ để tìm kiếm thông tin, các tài liệu cần thiết để hỗ trợ gia công, biên tập bản thảo, trao đổi thông tin với đối tác. Sách in truyền thống không còn là loại hình duy nhất, công nghệ tạo sách điện tử tạo nên các định dạng sách chính trị thông minh như sách điện tử tương tác, sách nói ngày càng phổ biến; các sách chính trị dạng sách tóm tắt, sách tinh gọn điện tử hỗ trợ cho độc giả tiếp nhận tri thức nhanh chóng, tương đối đầy đủ. Công nghệ điện toán đám mây được sử dụng để tạo cơ sở dữ liệu sách điện tử quốc gia lưu trữ hàng ngàn cuốn sách chính trị có giá trị tham khảo về lý luận, thực tiễn, hỗ trợ công tác học tập, nghiên cứu, tìm hiểu của độc giả (stbook.vn, thuvienoso.vn, khosach.stbook.vn, ebook365.vn,...). In ấn, phát hành sách chính trị truyền thống được tăng cường bởi phương thức truyền đạt, phân phối qua mạng internet, mở ra khả năng kết nối nhanh chóng, hiệu quả. Truyền thông mạng xã hội được đẩy mạnh tăng khả năng tương tác với độc giả, định vị thương hiệu NXB sách chính trị trên thị trường.

Thứ tư, môi trường quốc tế thân thiện, thúc đẩy các quan hệ hợp tác xuất bản. Đây là cơ hội để mở cửa đón gió bốn phương, vừa giao lưu, hợp tác vừa quảng bá văn hóa, xây dựng hình ảnh con người, đất nước Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế. Trong quan hệ đối tác truyền thống, các NXB tiếp tục duy trì quan hệ giao lưu, hợp tác với đối tác như Trung Quốc, Lào, Cuba,... Bên cạnh đó, các NXB sách chính trị mở rộng quan hệ với các nước Âu Mỹ học tập kinh

nghiệp quản lý, đào tạo chuyên gia và công nghệ xuất bản hiện đại, tổ chức dịch và xuất bản nhiều ấn phẩm chính trị có giá trị. *Nhật ký trong tù* (Hồ Chí Minh) xuất bản tại Canada, Hàn Quốc, Cộng hòa Séc; *Vững bước trên con đường đổi mới* (2 tập) của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, Biên bản nhật ký chiến tranh 1-2-3-4.75 của Nhà báo Trần Mai Hạnh dịch ra tiếng Anh, tiếng Lào, Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XIII ra tiếng Anh, Pháp, Trung, Tây Ban Nha...

2.3.2.2. Tác động tiêu cực

Thứ nhất, cuộc đấu tranh ý thức hệ tiếp tục diễn biến phức tạp, các thế lực thù địch chống phá trên lĩnh vực chính trị, tư tưởng. Các lực lượng thù địch không ngừng chống phá cách mạng với thủ đoạn tinh vi, có chiều sâu hơn. Tình hình đó đặt ra nhiệm vụ lâu dài và nặng nề đối với cuộc đấu tranh trên lĩnh vực chính trị, tư tưởng. Các thế lực thù địch thông qua truyền thông, xuất bản để truyền bá khuynh hướng tư tưởng phi xã hội chủ nghĩa một cách tinh vi, đề cao các giá trị văn hoá, văn minh phương Tây, đề cao tự do, dân chủ và nhân quyền, phủ nhận chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, cổ súy đa nguyên đa đảng để xoá bỏ độc quyền lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, phủ nhận những thành quả cách mạng của dân tộc Việt Nam. Bằng thủ đoạn vừa công khai, vừa bí mật, kết hợp bên trong và bên ngoài, chúng đưa ra luận điệu hòng làm thay đổi quan điểm, lập trường chính trị trong nội dung văn kiện Đại hội Đảng, xuyên tạc nội dung nghị quyết. Chúng còn lợi dụng trình độ nhận thức chính trị thấp kém hình thành ở người dân những quan điểm sai trái...

Thứ hai, sự thay đổi nhu cầu và yêu cầu đọc làm suy giảm khả năng tiếp cận độc giả của sách chính trị. Hiện nay, nhu cầu đọc của độc giả đang có xu hướng thay đổi: nhu cầu đọc giải trí nhiều hơn đọc nghiên cứu, tìm hiểu; nhu cầu đọc mang tính phổ cập hơn là đọc mang tính chuyên sâu; nhu cầu đọc nhanh hơn là nhu cầu đọc suy ngẫm, nhu cầu đọc bằng tai hơn là nhu cầu đọc bằng mắt;... Sự thay đổi của nhu cầu và yêu cầu đọc của độc giả đang định hình một xu thế đọc mới. Chỉ có những đổi mới về nội dung và hình thức, sách chính trị mới có thể tăng khả năng tiếp cận độc giả.

Thứ ba, sự xuất hiện nhiều xuất bản phẩm có khả năng thay thế khiên

sách chính trị ở vào vị thế “yếu”. Hội nhập quốc tế đang đi vào chiều sâu, ảnh hưởng đối với văn hoá, tư tưởng là không thể tránh khỏi. Sức mạnh xoá nhoà ranh giới của internet với kho dữ liệu kết nối toàn cầu không hề cho phép độc giả có thể tiếp cận nhiều luồng thông tin, ấn phẩm từ các nguồn trong và ngoài nước. Lượng dữ liệu được sử dụng càng nhiều thì thách thức chọn lọc thông tin cũng tăng lên. Khi độc giả có nhiều cơ hội lựa chọn tiếp cận thông tin đa nguồn thì sách chính trị không còn là phương tiện duy nhất nữa. Cạnh tranh với các loại hình sản phẩm đọc khác là thách thức đối với xuất bản sách chính trị.

Thứ tư, vi phạm quyền tác giả ngày càng tinh vi, nghiêm trọng. Xuất bản hiện thực hoá giá trị tác phẩm đồng thời giữ vai trò bảo hộ quyền tác giả. Xét trên phương diện truyền tải, bản quyền sách chính trị thuộc sách thuộc về nhà xuất bản và tác giả cần được bảo vệ. Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số việc sao chép tác phẩm trở nên cực kỳ dễ dàng, tốc độ lưu thông càng nhanh chóng. Hệ quả là tình trạng vi phạm quyền tác giả cũng tăng lên theo cấp số nhân. Vi phạm quyền mang lại hệ lụy cho các NXB và độc giả. Đối với NXB, sách gốc cạnh tranh với sách thật, NXB khó tiêu thụ sách của mình, ngay cả đối với các đầu sách chính trị hay, sách bán chạy như giáo trình, tham khảo, hồi ký, lịch sử, sự kiện, nhân vật... Sách vi phạm chất lượng kém, không bảo đảm về chính thể nội dung và hình thức, thậm chí có nội dung chưa chuẩn xác ảnh hưởng nhất định đến độc giả.

2.4. KINH NGHIỆM XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ GỢI MỞ CHO VIỆT NAM

2.4.1. Xuất bản sách chính trị ở Hoa Kỳ

Hoa Kỳ là nước có ngành xuất bản và thị trường xuất bản lớn nhất thế giới. Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) của thị trường xuất bản từ năm 2009 đến năm nay trung bình là 2,3%. Tổng giá trị thị trường ước tính đến năm 2022 là 90,2 tỷ đô la, chiếm khoảng 24,1% thị phần ngành xuất bản toàn cầu trong năm đó. Theo Hiệp hội Xuất bản Hoa Kỳ (AAP), năm 2022, tổng doanh thu bán sách là 12,6 tỷ đô la (giảm 6,4% so với 2021), chiếm khoảng 38,9% tổng doanh thu của toàn ngành xuất bản. Từ năm 2005, xuất bản số góp phần

giữ vững cho doanh thu của các hiệu sách trong khi tổng doanh số bán sách điện tử năm 2022 đạt 1 tỷ đô la (giảm 6,6% so với 2021). Sách nói đạt doanh thu 15,6 triệu đô la Mỹ (giảm 29,8% so với 2021).

Hiện nay, Hoa Kỳ có khoảng 60.000 cơ sở xuất bản. Trong đó, khoảng 150 nhà xuất bản quy mô lớn xuất bản hơn 100 loại sách mỗi năm; hơn 1.000 nhà xuất bản cỡ trung bình xuất bản 50 đến 100 loại sách mỗi năm, tất cả đều các nhà xuất bản nhỏ hoặc các nhà xuất bản cá nhân. Xuất bản sách đại chúng với các thể loại sách văn học, sách khoa học, sách thiếu nhi, sách giáo dục, thị phần tập trung vào 5 tập đoàn xuất bản: Penguin Random House, Simon Schuster, Harper Collins, Mc Milan. Xuất bản sách học thuật, sách chính trị, thị phần tập trung vào các nhà xuất bản Ethwell, Springer, Willie và Taylor Francis chiếm hơn 50% thị phần [105,47]. Theo thống kê của Thư viện Quốc hội Mỹ, sách chính trị thuộc nhóm khoa học chính trị có 12 lớp và 180 phân lớp. Các phân lớp chính gồm: Khoa học chính trị tổng quát; Lý thuyết chính trị; Thể chế chính trị và hành chính công; Thể chế chính trị và hành chính công (Bắc Mỹ); Thể chế chính trị và hành chính công (Hoa Kỳ); Thể chế chính trị và hành chính công (Canada, Mỹ Latinh); Thể chế chính trị và hành chính công (châu Âu), Thể chế chính trị và hành chính công (châu Á, châu Phi, châu Úc, khu vực Thái Bình Dương); Chính quyền địa phương; Thuộc địa, thuộc địa hoá. Di cư và nhập cư. Di cư quốc tế; Luật quốc tế; Quan hệ quốc tế. Điểm đặc biệt của chế độ quản lý xuất bản Hoa Kỳ là Chính phủ không trực tiếp tham dự vào hoạt động xuất bản. Xuất bản sách chính trị quản lý theo chế độ chung.

(1) *Quản lý xuất bản bằng pháp luật.* Pháp luật là công cụ hiệu quả quản lý xuất bản, bảo đảm quyền dân chủ, tự do xuất bản của công dân. Các luật chính liên quan đến quản lý xuất bản chủ yếu bao gồm Hiến pháp, Luật bản quyền, Luật chống khiêu dâm, Luật bí mật nhà nước, Luật thương mại công bằng, Luật chất lượng sản phẩm,...

(2) *Chính phủ hỗ trợ xuất bản vì mục tiêu chính trị.* Các cơ quan Chính phủ có thể tham gia quản lý xuất bản trong phạm vi chức trách, nhiệm vụ của mình. Một số cơ quan Chính phủ tham gia quản lý xuất bản như: Cơ quan

Thông tin Hoa Kỳ trực thuộc Bộ Ngoại giao, Văn phòng Bản quyền, Cơ quan đăng ký và bảo vệ bản quyền và Tòa án bản quyền. Trong đó, Cơ quan Thông tin Hoa Kỳ có vai trò trong thúc đẩy truyền thông xuất bản.

Cơ quan Thông tin Hoa Kỳ (United States Information Agency - USIA) là sản phẩm của thời kỳ Chiến tranh Lạnh, được Tổng thống Eisenhower thành lập năm 1953. USIA có nhiệm vụ thúc đẩy hoạt động trao đổi văn hóa, giáo dục và học thuật với nước ngoài, hỗ trợ xuất khẩu sách. USIA thường xuyên có chương trình dịch thuật ấn phẩm, nhằm tạo nguồn tham thảo cho các học giả, nhà giáo dục, các nhà nghiên cứu trên khắp thế giới có nhu cầu tìm hiểu, nghiên cứu chính trị, văn hoá, xã hội Hoa Kỳ. Thông qua tài trợ, USIA làm việc với các nhà xuất bản nước ngoài để tuyển chọn và xuất bản những cuốn sách phù hợp với sở thích, yêu cầu tìm hiểu của bạn đọc trong nước và có thể nâng cao hiểu biết về Hoa Kỳ trên mọi phương diện.

- Chế độ tài trợ và trợ cấp đối với xuất bản: USIA đã hỗ trợ các kế hoạch cho một số nhà xuất bản lớn nhằm quảng bá sách giáo khoa bìa mềm giá rẻ ở các nước đang phát triển và các nhà xuất bản được trợ cấp tham gia vào các hội chợ sách khác nhau. Ngành xuất bản, thư viện, trường đại học và các tổ chức của Hoa Kỳ đã thành lập "*Lực lượng đặc nhiệm xúc tiến sách ở nước ngoài*" để đưa ra ý kiến về các biện pháp chính sách xuất khẩu sách và cách thực hiện vai trò của Chính phủ, các nhóm công cộng và các công ty xuất bản. Đối tượng tài trợ gồm các cơ sở xuất bản phi lợi nhuận, các cơ sở xuất bản thương mại, dưới hình thức tài trợ trực tiếp hoặc gián tiếp.

- Chế độ hỗ trợ cước vận chuyển: Hoa Kỳ có chế độ hỗ trợ cước đối với ấn phẩm gửi qua đường bưu điện. Chính phủ Hoa Kỳ có quy định mức giảm 30% đối với bưu phẩm sách so với bưu phẩm cùng loại.

2.4.2. Xuất bản sách chính trị ở Trung Quốc

Trung Quốc là một trong những nước lớn có ngành xuất bản và quy mô thị trường xuất bản hàng đầu thế giới, với thị trường sách tăng trưởng mạnh mẽ về thể và lực. Từ quy mô 58 tỷ nhân dân tệ năm 2014 tăng lên 89,4 tỷ nhân dân tệ năm 2018, với mức tăng 14% mỗi năm. Cùng với xu thế toàn cầu hoá, sự mở

rộng quy mô xuất bản ước tính cuối năm 2022 đạt con số 1.000 triệu nhân dân tệ. Số lượng sách phong phú lên tới 247.108 loại, tổng lượng ấn bản đạt 2,5 tỷ bản in [117]. Trung Quốc có khoảng 585 nhà xuất bản, trong đó, 219 các nhà xuất bản Trung ương và 366 nhà xuất bản địa phương, với hai mô hình nhà xuất bản nhà nước và nhà xuất bản tư nhân. Về lĩnh vực hoạt động, các nhà xuất bản nhà nước có ưu thế rõ ràng trên lĩnh vực xuất bản giáo dục và xuất bản chuyên ngành, các nhà xuất bản tư nhân ưu thế cạnh tranh về xuất bản đại chúng. Sách chính trị với vai trò là phương tiện phổ biến quan điểm chính trị, tư tưởng, chuẩn mực đạo đức có vai trò quan trọng trong việc giúp người dân hiểu rõ tình hình chính trị đất nước, học tập tư tưởng xã hội chủ nghĩa đặc sắc Trung Quốc, nâng cao trình độ văn hóa, trình độ lý luận chính trị. Với sự chuyển đổi của ngành xuất bản và sự quan tâm đặc biệt của Đảng Cộng sản Trung Quốc, xuất bản sách chính trị có vị trí nhất định.

Một, số lượng NXB ngày càng tăng qua từng năm. Từ năm 2010 đến nay, số lượng nhà xuất bản liên quan đến sách tư tưởng, chính trị ở Trung Quốc đã tăng từ 129 lên 289, với tốc độ tăng trưởng 108%. Hệ thống Nhà xuất bản Nhân dân các tỉnh, thành phố có vai trò quan trọng xuất bản các loại sách chính trị. Hàng trăm NXB khác cũng tham gia xuất bản sách chính trị.

Hai, sự đa dạng về chủng loại sách, chủ đề. Sách chính trị Trung Quốc tương đối đa dạng. Khảo sát tại Thư viện quốc gia Trung Quốc, các loại sách thuộc tư tưởng, chính trị có 25 phân lớp. Sách tư tưởng chính trị có tính thực tiễn, nhạy bén, phù hợp với chính sách, đường lối. Sáu loại sách cơ bản được Đảng và Chính phủ Trung Quốc đặc biệt quan tâm. Một, xuất bản sách kinh điển chủ nghĩa Mác - Lênin ưu tiên hàng đầu, làm cơ sở nghiên cứu toàn diện, hệ thống. Trung ương Đảng Trung Quốc trực tiếp chỉ đạo, Cục biên soạn Trung ương phối hợp NXB Nhân dân xuất bản. Đến nay, hệ thống sách về chủ nghĩa Mác đã tương đối toàn diện, gồm: Tủ sách Mác, Ăngghen; Tủ sách Lênin; Tủ sách Stalin; (2) Xuất bản sách lãnh tụ Đảng, Nhà nước với số lượng lớn. Thế hệ tiền bối cách mạng sáng lập nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, Mao Trạch Đông, Chu Ân Lai, Lưu Thiệu Kỳ, Trần Đông, Đặng Tiểu Bình cùng với

tư tưởng của họ là tài sản tinh thần quý báu của nhân dân Trung Hoa. Trong đó, Trung ương Đảng Trung Quốc nhấn mạnh, tư tưởng Mao Trạch Đông là sự kết hợp giữa nguyên lý nền tảng của chủ nghĩa Mác và thực tiễn cách mạng Trung Quốc, kết tinh trí tuệ của những người Cộng sản Trung Quốc. Lý luận Đặng Tiểu Bình là sự kế thừa, phát triển chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Mao Trạch Đông là nhân tố quan trọng để xây dựng Trung Quốc thời đại mới. Hệ thống sách này gồm 8 phân lớp chính, trong đó gồm 6-16 phân lớp nhỏ. Dạng thức cơ bản như tổng tập, tuyển tập, đơn lẻ, chuyên đề, bút ký, tiểu sử, hồi ký ;

(3) Xuất bản các công trình nghiên cứu về chủ nghĩa Mác-Lênin, hệ thống lý luận về chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc; (4) Xuất bản các loại sách văn kiện đảng, xây dựng Đảng, tổ chức Đảng, lịch sử đảng, tư tưởng chính trị,...

(5) Xuất bản sách chính trị đại chúng. Đây là nhiệm vụ quan trọng của công tác xuất bản. Từ những năm 70-80, đồng chí Đặng Tiểu Bình đề ra nhiệm vụ giao cho các nhà nghiên cứu, biên soạn trong cả nước nhanh chóng tổ chức, lập kế hoạch viết và in hàng loạt. Sách phổ thông ngắn gọn, trọng tâm, nội dung mới, ngôn ngữ mới. Đến nay, Trung ương Đảng Trung Quốc vẫn quan tâm chỉ đạo công tác này. Cục Báo chí - Xuất bản Trung ương đề xuất tổ chức và trao giải thưởng cho sách được nhân dân bình chọn; (6) Chú trọng xuất sách chính trị học thuật. Nội dung lựa chọn đề tài về chủ nghĩa Mác ở Trung Quốc, hiện đại hóa, phổ cập giáo dục chiếm tỷ trọng cao; nội dung lựa chọn đề tài hệ thống lý luận về chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc; công tác xây dựng đảng trong tình hình mới và xây dựng Đảng học tập chủ nghĩa Mác đạt chiếm tỷ lệ lớn. Các chủ đề mang tính thời sự được đặc biệt quan tâm như quan điểm khoa học về phát triển và nâng cao quyền lực mềm văn hóa, thực trạng kinh tế, xã hội Trung Quốc hiện nay. Bên đó, chính trị khu vực, chính trị các nước được xuất bản một cách có hệ thống.

Ba, thành lập chuỗi hiệu sách chuyên biệt. Các kênh tiếp thị của sách là chìa khóa quyết định doanh số bán hàng và liên quan trực tiếp đến hiệu quả truyền thông, ảnh hưởng xã hội của sách. Trước đây, Nhà sách Tân Hoa Xã, các điểm bán hàng đại lý của trường đại học, v.v. là các kênh bán sách trực tiếp. Từ

năm 2007, hệ thống bán hàng trực tiếp sách “Ấn bản nhân dân” - Nhà sách Nhân dân được thành lập tại Bắc Kinh, bước đầu để hình thành chuỗi bán hàng toàn quốc. Việc thành lập Nhà sách Nhân dân là một cột mốc quan trọng trong việc phát hành sách chính trị lấp đầy khoảng trống trong chuỗi nhượng quyền sách chính trị Trung Quốc. Ngoài ra, việc phân phối sách trực tuyến, sách điện tử đối với phân phối sách chính trị có tác động tích cực.

Về quản lý xuất bản, quan điểm, chính sách và thực tiễn quản lý đối xuất bản sách chính trị thể hiện ở những điểm cơ bản sau:

Một, vì nhân dân phục vụ, vì xã hội chủ nghĩa phục vụ. Sự nghiệp xuất bản cần kiên trì với phương châm vì nhân dân phục vụ, vì chủ nghĩa xã hội phục vụ, kiên trì lấy chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Mao Trạch Đông, lý luận Đặng Tiểu Bình và thuyết ba đại diện làm tư tưởng chỉ đạo, truyền bá và tích lũy các tri thức khoa học công nghệ và văn hóa có lợi cho việc nâng cao tố chất dân tộc, có ích cho sự phát triển của kinh tế và tiến bộ xã hội, nuôi dưỡng và bảo tồn văn hóa ưu tú của dân tộc, xúc tiến giao lưu văn hóa quốc tế, làm phong phú và đề cao đời sống tinh thần của nhân dân.

Hai, đặt lợi ích xã hội lên hàng đầu, kết hợp lợi ích xã hội với lợi ích kinh tế. “Quy chế quản lý xuất bản” quy định: Khi tham gia hoạt động xuất bản, lợi ích xã hội phải được đặt lên hàng đầu, lợi ích xã hội phải kết hợp với lợi ích kinh tế. Lợi ích xã hội và lợi ích kinh tế chủ yếu có mối quan hệ biện chứng thúc đẩy lẫn nhau nhưng trong thực tế đôi khi cũng có những mâu thuẫn, xung đột nhất định. Công tác xuất bản xã hội chủ nghĩa phải xử lý một cách có ý thức và đúng đắn mối quan hệ giữa hai lợi ích, đặt lợi ích xã hội lên hàng đầu, cho ra đời nhiều kiệt tác, loại bỏ ma túy tinh thần, rác rưởi văn hóa.

Ba, chất lượng đặt lên hàng đầu. Xuất bản Trung Quốc quản lý bằng hệ thống pháp quy tương đối chặt chẽ. Hiện nay, Trung Quốc đã cơ bản xây dựng được một hệ thống pháp luật xuất bản, bao gồm 5 điều lệ: “Điều lệ quản lý ngành in”; “Điều lệ quản lý xuất bản”; “Điều lệ quản lý chế phẩm băng đĩa”; “Điều lệ bảo hộ phần mềm máy tính”; “Điều lệ thực thi Luật quyền tác giả”. Đặc biệt, “Quy định quản lý về chất lượng sách” và “Hệ thống đảm bảo chất lượng sách”

do Tổng cục Báo chí và Xuất bản ban hành nhấn mạnh sự cần thiết phải “thực hiện chuyên đổi hoạt động xuất bản sách từ mở rộng quy mô và số lượng sang nâng cao chất lượng và hiệu quả, đồng thời nâng cao trình độ xuất bản sách”.

Bốn, kiên trì đi trên con đường cải cách đổi mới, thúc đẩy xuất bản hướng ngoại. Trên tinh thần phát triển, lấy cải cách làm động lực, một hệ thống quản lý vĩ mô và cơ chế điều hành được đổi mới đáp ứng yêu cầu xây dựng chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc và phù hợp với luật xuất bản, thúc đẩy sự phát triển hơn nữa của năng suất xuất bản. Xuất bản Trung Quốc đẩy mạnh điều chỉnh, nâng cấp cơ cấu ngành theo hướng hiện đại, chiếm lĩnh thị trường trong nước, hướng ra thị trường quốc tế. Chủ trương “đi ra ngoài” thúc đẩy trao đổi, hợp tác với giới xuất bản nước ngoài, nâng cao hơn nữa khả năng cạnh tranh quốc tế và mở rộng ảnh hưởng của văn hóa Trung Quốc trên thế giới.

2.4.3. Những gợi mở cho Việt Nam

Những kinh nghiệm của các quốc gia về phát triển ngành xuất bản nước mình có ý nghĩa tham khảo nhất nhất định đối với nâng cao hiệu quả xuất bản nói chung, hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam, cụ thể như sau:

Thứ nhất, đảm bảo hài hoà hiệu quả văn hoá, xã hội và hiệu quả chính trị trong xuất bản. Xét về phương diện chính trị, dù nền xuất bản TBCN hay CNXH, sự định hướng, thậm chí tham gia trực tiếp vào hoạt động xuất bản của một số cơ quan nhà nước có ý nghĩa đảm bảo hài hoà giữ hiệu quả văn hoá, xã hội và hiệu quả chính trị. Dù ở chế độ nào, xuất bản không thể thoát ly khỏi giai cấp và nhà nước. Dù có đề cao tinh thần tự do, dân chủ thì vẫn có hạn chế nhất định. Hoa Kỳ không có cơ quan chuyên trách về xuất bản nhưng Chính phủ có cơ quan Thông tin Hoa Kỳ trực thuộc Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ có trách nhiệm thúc đẩy và hỗ trợ một cách khách quan việc xuất khẩu sách ở Hoa Kỳ. Bên cạnh đó, chính sách hỗ xuất bản cũng là điểm đáng lưu ý. Chính phủ Hoa Kỳ tài trợ hình thức trực tiếp hoặc gián tiếp cho các xuất bản phi lợi nhuận, các cơ sở xuất bản thương mại. Đối với Trung Quốc, mục tiêu xuất bản vì nhân dân phục vụ, vì chế độ chủ nghĩa xã hội phục vụ đã khẳng định rất rõ định hướng của Đảng và

Chính phủ Trung Quốc đối với xuất bản. Phục vụ nhân dân lấy mục tiêu văn hoá làm đầu, phục vụ xã hội đề cao mục tiêu chính trị.

Thứ hai, coi trọng hiệu quả kinh tế của xuất bản trên cơ sở quản lý chặt chẽ của nhà nước, nhà xuất bản về hiệu quả xã hội. Kinh tế thị trường là thành tựu kinh tế của xã hội loài người. Sự giới hạn về năng lực và nguồn lực sản xuất yêu cầu nhà sản xuất phải tuân theo quy luật kinh tế khách quan. Hai ngành xuất bản lớn của thế giới là Hoa Kỳ và Trung Quốc vận hành theo phương thức đều vận hành theo cơ chế kinh tế thị trường. Ngành xuất bản Hoa Kỳ thể hiện mức độ tập trung cao, thể hiện ở tỷ lệ chiếm lĩnh thị trường của 4 đến 8 nhà xuất bản lớn nhất nước Mỹ. Xét từ góc độ cơ cấu sách, sách thuộc chủng loại khác nhau có mức độ tập trung thị trường khác nhau. Ngành xuất bản Trung Quốc trước cải cách có khá nhiều điểm tương đồng với Việt Nam. Các nhà nghiên cứu cho rằng: ngành xuất bản sách Trung Quốc có cấu trúc nguyên tử, các doanh nghiệp sách hoạt động và phân bổ phân tán, khó hình thành quy mô kinh tế. Số lượng doanh nghiệp sách nhiều nhưng thực lực lại mỏng, khó phát triển lớn mạnh. Chính phủ Trung Quốc đã có bước điều chỉnh vượt bậc khi thực hiện cải cách toàn diện ngành xuất bản trong nước. Sức mạnh của ngành xuất bản quy tụ ở các tập đoàn xuất bản hàng đầu.

Ngành xuất bản Hoa Kỳ, Trung Quốc coi trọng vai trò đảm bảo của pháp luật trong quản lý xuất bản. Hệ thống pháp luật bổ sung điều chỉnh các mặt xuất bản từ văn bản cao nhất như Hiến pháp đến văn bản luật, dưới luật. Trung Quốc có Điều lệ xuất bản, Quy định quản lý về chất lượng sách và Hệ thống đảm bảo chất lượng sách, Hoa Kỳ nổi bật Luật thương mại công bằng, Luật chất lượng sản phẩm. Ở Việt Nam, kể từ khi đổi mới đến nay, luật pháp xuất bản cũng được xây dựng, sửa đổi bổ sung phù hợp tình hình nhưng chưa giải quyết được những vấn đề thực tiễn xuất bản. Chúng ta đề cao về chất lượng xuất bản nhưng cho đến nay vẫn chưa có cơ chế pháp tạo khung thẩm định, đánh giá. Kinh tế thị trường là động lực thúc đẩy hoạt động xuất bản nhưng cần thiết có cơ chế quản lý chặt chẽ, phù hợp.

Thứ ba, luôn đề cao chính sách xuất bản “hướng ngoại”. Các nước phát triển đều coi trọng xuất khẩu sách. Hình thức “hướng ngoại” phổ biến là xuất khẩu sách, phối hợp dịch và xuất bản sách, tham gia các Hội sách có quy mô lớn. Giao lưu và hợp tác sâu rộng trên trường quốc tế đã thúc đẩy tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bản quyền ra nước ngoài của các nước phát triển. Mỹ hay Trung Quốc đều là nước có tỷ lệ xuất khẩu bản quyền cao. Về phía chính quyền, Chính phủ cũng có nhiều chính sách hỗ trợ xuất bản. Họ cho rằng đây là một kênh quan trọng để chọn lọc tư tưởng, văn hóa ra ngoài thế giới.

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 đã nghiên cứu, làm rõ những vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay.

Một, phân tích, làm rõ một số vấn đề lý luận về sách chính trị như: khái niệm, đặc điểm, phân loại sách chính trị. Từ việc nghiên cứu các khái niệm liên quan như sách lý luận, chính trị, sách lý luận-chính trị, sách lý luận chính trị, khái niệm sách chính trị được làm rõ ở cả ba phương diện nội dung, phương thức truyền tải và đối tượng phục vụ. Sách chính trị là loại sách đặc thù, vừa là sản phẩm văn hoá, vừa là hàng hoá văn hoá. Sách chính trị là chuyển tải các nội dung tri thức lý luận và thực tiễn của các ngành khoa học xã hội nghiên cứu lĩnh vực chính trị, pháp luật Việt Nam, phục vụ công tác tư tưởng lý luận của Đảng, phổ biến tư tưởng ý thức hệ, lý luận, kinh nghiệm, chính sách, pháp luật của Nhà nước, phục vụ cho thực tiễn chính trị.

Hai, phân tích làm rõ một số vấn đề lý luận về xuất bản sách chính trị như: khái niệm, tính chất, cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị. Khái niệm xuất bản sách chính trị được xây dựng trên cơ sở khái niệm cơ bản - xuất bản và sách chính trị, với hai cách hiểu theo nghĩa hẹp và theo nghĩa rộng. Luận án cũng phân tích những đặc trưng nổi bật trong ba tính chất của xuất bản sách chính trị - tính chính trị trực tiếp, tính văn hoá, khoa học, đại chúng và tính kinh tế đặc biệt. Xuất bản sách chính trị hoạt động trong khuôn khổ quan điểm,

định hướng của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước. Đây là cơ sở để xuất bản sách chính trị đi đúng hướng, đạt được hiệu quả.

Ba, phân tích, làm rõ một số vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản sách chính trị: khái niệm; phân loại; khung lý thuyết nghiên cứu, tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị; các yếu tố tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị; tác động của hội nhập quốc tế đến hiệu quả xuất bản sách chính trị. Khái niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị được xây dựng trên cơ sở khái niệm cơ bản - hiệu quả, hiệu quả xuất bản, với việc phân loại hiệu quả và khái quát mối quan hệ giữa các loại hiệu quả. Trong đó, hiệu quả chính trị là quan trọng, hiệu quả xã hội là cơ bản, hiệu quả kinh tế là hỗ trợ. Luận án đã dựa trên lý thuyết mô hình giao tiếp của M.McLean và B.Westley để xây dựng khung lý thuyết nghiên cứu, tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị. Trên lý thuyết này, luận án đã phân tích bốn yếu tố tạo nên hiệu quả xuất bản sách chính trị và các tác động tích cực và tiêu cực của hội nhập quốc tế tới hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Bốn, phân tích điểm nổi bật tình hình xuất bản sách chính trị ở Hoa Kỳ, Trung Quốc, những gợi mở đối với Việt Nam.

Chương 3

HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM - THỰC TRẠNG, NGUYÊN NHÂN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

3.1. KHÁI QUÁT VỀ CÁC ĐƠN VỊ ĐƯỢC KHẢO SÁT

3.1.1. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật

NXB Chính trị quốc gia Sự thật là đơn vị sự nghiệp cấp trung ương, cơ quan xuất bản chính trị của Đảng và Nhà nước, hoạt động theo Luật Xuất bản. NXB có hai nhiệm vụ: (1) Tổ chức biên tập, xuất bản các sách chính trị, lý luận và pháp luật; (2) Tổ chức nghiên cứu khoa học xuất bản các cấp phục vụ trực tiếp cho công tác biên tập, xuất bản và đề xuất với Trung ương Đảng các vấn đề về lĩnh vực xuất bản sách lý luận, chính trị. NXB Chính trị quốc gia Sự thật có 234 lao động, với 102 lao động có trình độ trên đại học. NXB hoạt động theo mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự túc một phần kinh phí, doanh thu thuộc nhóm đầu ngành xuất bản. Năm 2022, tổng doanh thu đạt 110,8 tỷ đồng, tăng 113% so với năm 2021 [22]. Cơ cấu sách tập trung vào các mảng sách có hàm lượng khoa học lý luận chính trị cao, như: sách về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, sách lý luận chính trị, đặc biệt là các đầu sách tổng kết thực tiễn chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam; các sách văn kiện Đảng, Nhà nước, các tổ chức chính trị-xã hội; sách chính trị, pháp luật phổ thông phù hợp từng đối tượng; sách ngoại giao, quan hệ quốc tế và chính trị thế giới; sách phản bác các luận điệu xuyên tạc của các thế lực thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; cùng nhiều loại sách văn hóa, lịch sử, tôn giáo, địa lý... Từ số liệu khảo sát cho thấy, tổng lượng xuất bản các loại sách chính trị-pháp luật của NXB chiếm khoảng 25-30% tổng sách chính trị-pháp luật cả nước, chiếm khoảng 60-70% tổng sách xuất bản tại NXB. [Biểu đồ 1, PL2]

3.1.2. Nhà xuất bản Lý luận chính trị

NXB Lý luận chính trị thuộc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, là đơn vị thường xuyên xuất bản sách chính trị-pháp luật. NXB hoạt động theo quy định Luật Xuất bản, có chức năng truyền bá chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ

Chí Minh, khoa học lý luận chính trị dưới dạng xuất bản phẩm; xuất bản và phát hành XBP nhằm phục vụ công tác đào tạo và nghiên cứu khoa học của hệ thống Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, trường Chính trị tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, công tác nghiên cứu lý luận của Đảng và Nhà nước. Đối tượng độc giả chính của NXB như: Cán bộ chủ chốt của Đảng, Nhà nước, cán bộ làm công tác nghiên cứu, giảng dạy lý luận chính trị trong cơ quan Đảng, Nhà nước, các tổ chức đoàn thể; giảng viên, học viên chính trị các bậc học, cùng đông đảo bạn đọc. NXB có quy mô nhỏ, gồm 30 lao động, trong đó có 14 lao động trình độ đại học và 16 lao động trình độ trên đại học. Năng lực xuất bản đóng góp khoảng 8-18% tổng lượng sách chính trị-pháp luật của cả nước. Là đơn vị xuất bản hoạt động theo mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm một phần chi thường xuyên, doanh thu NXB chủ yếu từ xuất bản, phát hành các loại sách giáo trình, tham khảo, chuyên khảo chính trị và pháp luật. Tổng doanh thu năm 2022 đạt 62,8 tỷ đồng, tăng 144% so với năm 2021 [22].

Các xuất bản phẩm chủ yếu là sách, tài liệu phục vụ giảng dạy và học tập theo chương trình đào tạo, bồi dưỡng lý luận chính trị theo Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh và trường chính trị cả nước; sách giáo trình, tập bài giảng, tài liệu học tập, tài liệu tham khảo; sách, tài liệu nghiên cứu khoa học của Học viện: công trình nghiên cứu khoa học về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; kỷ yếu hội thảo, chuyên đề; các xuất bản phẩm, ấn phẩm có nội dung chuyên ngành về lý luận chính trị-xã hội, sách văn hóa, lịch sử và các ấn phẩm khác theo đơn đặt hàng của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. NXB tiếp tục phát triển các tủ sách di sản tư tưởng nhân loại, sách phục vụ lãnh đạo, sách danh nhân, công tác Đảng, hướng dẫn thực hành, công cụ tra cứu, chỉ dẫn... Nhìn chung, cơ cấu sách NXB tập trung vào các mảng sách chính trị-pháp luật với số lượng trung bình đầu sách chính trị chiếm trên 70-80% tổng sách NXB [Biểu đồ 2, PL2].

3.1.3. Nhà xuất bản Quân đội nhân dân

NXB Quân đội nhân dân là đơn vị xuất bản tổng hợp, chuyên ngành về quân sự của Đảng ủy Quân sự Trung ương và Bộ Quốc phòng. Hiện nay, NXB

có 72 lao động, trong đó có 45 lao động trình độ đại học và 21 lao động trình độ trên đại học, tăng 100% so với năm 2021 [22]. Năng lực xuất bản đóng góp khoảng 3-7% tổng lượng sách chính trị-pháp luật của cả nước. Là NXB hoạt động theo mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm một phần chi thường xuyên, doanh thu NXB chủ yếu từ xuất bản và phát hành các loại sách quân sự, sách nghiên cứu, tham khảo, sách văn nghệ đề tài chiến tranh. Tổng doanh thu năm 2022 đạt 40,095 tỷ đồng, giảm 18 tỷ đồng so với năm 2021 [22]. Sách của NXB bảo đảm đúng định hướng chính trị của Đảng, pháp luật của Nhà nước, thực hiện yêu cầu của chỉ thị, nghị quyết của Đảng ủy quân sự Trung ương, Bộ Quốc phòng, phù hợp với phương hướng, nhiệm vụ xuất bản quân đội. Cơ cấu sách của NXB bao gồm: sách kinh điển, lý luận về quân sự; hệ thống sách giáo khoa và tài liệu giảng dạy quân sự, sách khoa học kỹ thuật quân sự; sách hướng dẫn kỹ thuật nghiệp vụ công tác chính trị; sách lịch sử, hồi ký quân sự, truyện ngắn, tiểu thuyết văn học về đề tài chiến tranh, cách mạng và người lính; sách lịch sử, tôn giáo, các sách nghiên cứu tham khảo về chống diễn biến hòa bình, phản bác các thế lực phản động, thù địch. [Biểu đồ 3, PL2].

3.1.4. Nhà xuất bản Công an nhân dân

NXB Công an nhân dân là đơn vị trực thuộc Tổng cục xây dựng lực lượng Công an nhân dân, Bộ Công an. NXB có chức năng xuất bản sách về đề tài an ninh quốc gia và an toàn xã hội theo đường lối của Đảng và Nhà nước, hướng tới tuyên truyền, giáo dục và hướng dẫn cán bộ chiến sĩ công an và nhân dân tích cực tham gia sự nghiệp bảo vệ an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội. Hiện nay, NXB có tổng số 52 lao động, trong đó có 33 lao động trình độ đại học và 14 lao động trình độ trên đại học, bằng 96% so với năm 2021. Năng lực xuất bản đóng góp khoảng 2-6% tổng lượng sách chính trị-pháp luật của cả nước. Là đơn vị xuất bản hoạt động theo mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm một phần chi thường xuyên, doanh thu NXB chủ yếu từ xuất bản và phát hành các loại sách giáo dục, nghiên cứu, tham khảo, sách văn học,... Tổng doanh thu năm 2022 đạt 50,2 tỷ đồng, tăng 141% so với năm 2021 [22].

Về năng lực xuất bản, số lượng ấn phẩm của NXB hàng năm đạt trên

dưới 600 đầu sách, cung cấp đa dạng đầu sách cho cán bộ, chiến sĩ công an và bạn đọc trong cả nước. Bên cạnh tủ sách truyền thống như: tủ sách chính trị, xã hội; tủ sách tư liệu về sự kiện, nhân vật có quan hệ đến an ninh chính trị; tủ sách tuyên truyền phổ cập; tủ sách nghiệp vụ về khoa học hình sự, NXB đầu tư và phát triển mảng sách văn học gồm các thể loại như ký, tiểu thuyết, truyện ngắn, thơ, kịch bản, sân khấu. NXB phối hợp với Hội Nhà văn tổ chức các cuộc thi viết tiểu thuyết, truyện và ký về đề tài an ninh tổ quốc, người chiến sĩ công an nhân dân. Nhiều tác phẩm văn học xuất sắc viết về người chiến sĩ công an nhân và quần chúng nhân dân trên mặt trận quốc phòng, an ninh đã được xuất bản. NXB phát triển tủ sách học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh gắn với bồi dưỡng nhân cách, tinh thần các chiến sĩ công an nhân dân. Cơ cấu sách của NXB gồm: sách chính trị, pháp luật, khoa học hình sự, văn học-nghệ thuật và các loại sách khác [Biểu đồ 4, PL2].

3.1.5. Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông

NXB Thông tin và Truyền thông là đơn vị trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông. Từ năm 2016, NXB chính thức hoạt động xuất bản sách điện tử, trở thành một trong các NXB cung cấp dịch vụ xuất bản trực tuyến và xuất bản điện tử hàng đầu Việt Nam. NXB có tổng số 43 lao động, trong đó có 27 lao động trình độ đại học và 13 lao động trình độ trên đại học, bằng 98% so với năm 2021. Năng lực xuất bản đóng góp khoảng 3-6% tổng lượng sách chính trị-pháp luật của cả nước. NXB hoạt động theo mô hình đơn vị sự nghiệp công lập tự bảo đảm một phần chi thường xuyên, doanh thu chủ yếu từ xuất bản và phát hành các loại xuất bản phẩm: chính trị, pháp luật, văn học nghệ thuật, thông tin đối ngoại, khoa học, công nghệ, kinh tế, kỹ thuật phục vụ nhu cầu đa dạng của độc giả. Tổng doanh thu năm 2022 đạt 10,9 tỷ đồng, tăng 111% so với năm 2021 [22].

Về năng lực xuất bản, hàng năm NXB xuất bản trên 700 đầu sách, với nhiều loại sách: sách chính trị-pháp luật, sách thông tin đối ngoại của Đảng và Nhà nước; sách khoa học-công nghệ, kinh tế (như sách khoa học, công nghệ, quy trình, quy phạm, tiêu chuẩn, định mức kinh tế-kỹ thuật trong sản xuất, xây

dụng); sách giới thiệu các công trình khoa học trong, ngoài nước về thông tin và truyền thông; sách giáo trình, sách tra cứu, sách tham khảo dùng cho các bậc học phổ thông; sách giáo trình, tham khảo, chuyên khảo cho các hệ đào tạo; sách nghiệp vụ, danh bạ điện thoại, niên giám điện thoại và các trang vàng [Biểu đồ 5, PL2]. Nhìn chung, nội dung các XBP đúng tôn chỉ, mục đích, chức năng nhiệm vụ của NXB, đúng định hướng chính trị tư tưởng của Đảng, pháp luật của Nhà nước, định hướng chiến lược của ngành Thông tin và Truyền thông.

3.2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM QUA CÁC ĐƠN VỊ KHẢO SÁT

3.2.1. Về tiêu chí mức độ định hướng chính trị, tư tưởng

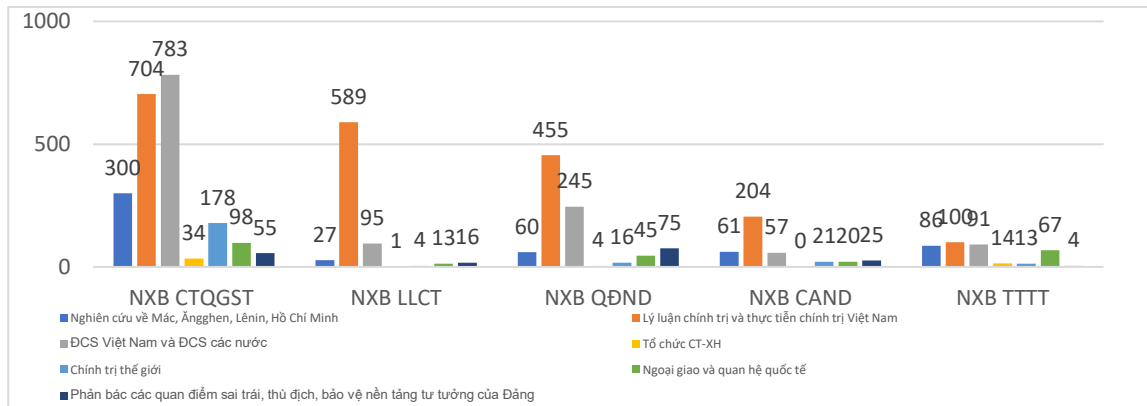
3.2.1.1. Cơ cấu xuất bản sách chính trị

Sách chính trị có nhiệm vụ truyền bá chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, đưa quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đi vào đời sống. Từ năm 2003, Ban Bí thư ban hành Chỉ thị số 20-CT/TW về nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị trong tình hình mới, đánh dấu bước chuyển quan trọng của xuất bản sách chính trị. Trên cơ sở định hướng của Trung ương, các ĐVXB xây dựng và thực hiện có hiệu quả kế hoạch đề tài xuất bản hàng năm, phối hợp với các cơ quan Đảng, Nhà nước, Hội đồng lý luận Trung ương, các trung tâm, viện nghiên cứu, cơ sở đào tạo... gia tăng số lượng, cũng như hướng tới đa dạng cơ cấu sách chính trị. Theo số liệu khảo sát tại 5 ĐVXB, số lượng đầu sách chính trị xuất bản trong 5 năm qua có xu hướng gia tăng, với khoảng 4.561 đầu sách. Từ số liệu khảo sát cho thấy, cơ cấu xuất bản sách chính trị có điểm cơ bản sau:

- Về khảo sát về số lượng và chủng loại sách chính trị xuất bản tại Việt Nam. Cơ cấu sách chính trị gồm: Nghiên cứu về C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh (12%); Lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam (45%); Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước (28%); Tổ chức chính trị-xã hội (1,2%); Chính trị thế giới (5,1%); Ngoại giao và quan hệ quốc tế (5,3%); Phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng (4%). Sách xuất bản duy trì đều ở các mảng sách, phân bố tỷ lệ cao vào

nhóm sách về lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam, sách về Đảng Cộng Việt Nam gắn với công tác nghiên cứu và phổ biến đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước.

(Đơn vị tính: đầu sách)



Biểu đồ 3.1: Phân loại sách chính trị tại 5 ĐVKS (2018-2022)

(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu trữ của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

- Về khảo sát về số lượng và chủng loại sách chính trị xuất bản tại Việt Nam. Cơ cấu sách chính trị gồm: Nghiên cứu về C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh (12%); Lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam (45%); Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước (28%); Tổ chức chính trị-xã hội (1,2%); Chính trị thế giới (5,1%); Ngoại giao và quan hệ quốc tế (5,3%); Phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng (4%). Sách xuất bản duy trì đều ở các mảng sách, phân bố tỷ lệ cao vào nhóm sách về lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam, sách về Đảng Cộng Việt Nam gắn với công tác nghiên cứu và phổ biến đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước.

- Về sự đóng góp của các ĐVXB vào tổng lượng đầu sách xuất bản. NXB Chính trị quốc gia Sự thật được Trung ương Đảng xác định là trung tâm hoạt động xuất bản sách chính trị, vai trò nòng cốt trong phối hợp các cơ quan liên quan đối với xuất bản mảng sách này. Hàng năm, NXB Chính trị quốc gia Sự thật xuất bản 400-500 đầu sách chính trị, chiếm tỷ lệ hơn 40% tổng đầu sách xuất bản hàng năm của NXB. NXB Lý luận chính trị là đơn vị thứ hai về xuất bản sách chính trị, đặc biệt là sách giáo dục lý luận chính trị, với khoảng 200

đầu sách/năm, chiếm tỷ lệ 60-80% tổng số đầu sách của NXB. NXB Quân đội nhân dân cũng là một trong các ĐVXB duy trì số lượng xuất bản sách chính trị với 200 đầu sách/năm, chiếm khoảng 20% tổng lượng đầu sách của NXB. Đối với NXB Công an nhân dân và NXB Thông tin và Truyền thông, sách chính trị duy trì thường xuyên trong cơ cấu xuất bản. Số lượng xuất bản trung bình 100 đầu sách/ năm, tương đương 10%-14% tổng lượng đầu sách NXB.

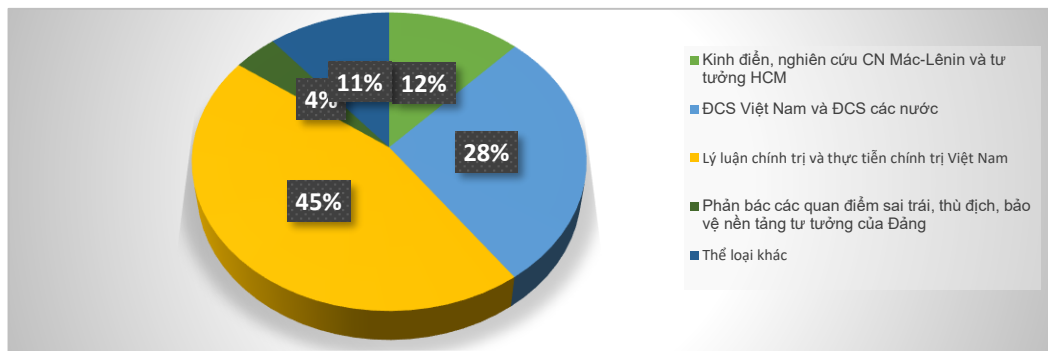
- Mỗi NXB có thế mạnh riêng về mỗi loại sách. NXB Chính trị quốc gia Sự thật có ưu thế xuất bản tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh cùng các tác phẩm của lãnh đạo chủ chốt trong Đảng và Nhà nước ở dạng toàn tập, tuyển tập hoặc tác phẩm đơn lẻ; văn kiện cùng tài liệu phục vụ Đại hội Đảng toàn quốc và Hội nghị trung ương các khoá, và học tập Nghị quyết Trung ương Đảng, sách tổng kết lý luận và thực tiễn. NXB Lý luận chính trị có ưu thế xuất bản các giáo trình, tài liệu học tập, tài liệu tham khảo, chuyên khảo phục vụ giảng dạy, học tập theo chương trình đào tạo, bồi dưỡng lý luận của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. NXB Quân đội nhân dân và NXB Công an nhân dân lại chú trọng nhiệm vụ xuất bản quân đội như phục vụ nhu cầu giáo dục, nghiên cứu, xây dựng quân đội, công an về tư tưởng, phẩm chất đạo đức, truyền thống cách mạng, gắn với nhiệm vụ an ninh quốc phòng, bảo vệ Tổ quốc, bảo vệ Đảng, Nhà nước, chống lại các âm mưu bạo loạn của các thế lực trong và ngoài nước. NXB Thông tin và Truyền thông có ưu thế về xuất bản sách, tài liệu chính trị phục vụ công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại của Đảng và Nhà nước [Q1].

3.2.1.2. Cơ cấu xuất bản sách chính trị trọng điểm

Sách chính trị trọng điểm là bộ phận đặc biệt trong cơ cấu sách chính trị, do Trung ương trực tiếp chỉ đạo xuất bản. Theo kết quả khảo sát, cơ cấu sách chính trị trọng điểm tương đối đa dạng về thể loại, nội dung và hình thức [PL3].

Căn cứ kết quả khảo sát, cơ cấu sách trọng điểm tập trung vào 4 thể loại chính với tỷ lệ khác nhau. Tỷ lệ cao nhất là sách lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam 45% với số lượng 2.092 đầu sách; thứ hai là sách về ĐCS Việt Nam và ĐCS các nước chiếm tỷ lệ 28% với số lượng 1.271 đầu sách; thứ

ba là sách kinh điển về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh chiếm tỷ lệ 12% với số lượng 534 đầu sách; thứ tư là sách phản bác quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng chiếm 4% với số lượng 175 đầu sách. Các loại sách chính trị khác như sách về các tổ chức chính trị và xã hội, sách chính trị thế giới, sách ngoại giao và quan hệ quốc tế chiếm tỷ lệ 11% với số lượng 529 đầu sách. Nội dung sách xuất bản có sự phân cấp chi tiết, đi sâu nhiều nội dung trọng tâm theo tinh thần Chỉ thị, Nghị quyết của Đảng. Trên phương diện nghiên cứu lý luận, Nghị quyết số 01-NQ/TW ngày 28-3-1993 của Bộ Chính trị về “công tác lý luận trong giai đoạn hiện nay”, tiếp đến là Nghị quyết số 37-NQ/TW, ngày 9-10-2014, của Bộ Chính trị khóa XI về “công tác lý luận và định hướng nghiên cứu đến năm 2030” định hướng nội dung nghiên cứu, đồng thời cung cấp nguồn bản thảo cho xuất bản. Cụ thể là:



Biểu đồ 3.2: Cơ cấu sách chính trị trọng điểm tại 5 ĐVK (2018-2022)

(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Thứ nhất, chú trọng sách kinh điển và nghiên cứu về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, khẳng định giá trị cốt lõi, nền tảng của chủ nghĩa xã hội. Mảng sách này chiếm tỷ trọng 12%, là mảng sách xuyên suốt, trọng tâm của xuất bản sách chính trị. Những năm 90 của thế kỷ XX, mô hình chủ nghĩa xã hội ở Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu sụp đổ, đã đặt ra nhiều nghi vấn về lý luận chủ nghĩa Mác-Lênin. Trong tình hình đó, Đảng Cộng sản Việt Nam vẫn kiên định chủ nghĩa Mác-Lênin, khẳng định sự sụp đổ chủ hệ thống các nước xã hội Liên Xô và Đông Âu là sự sụp đổ của mô hình chủ quan, duy ý chí; chủ nghĩa Mác-Lênin vẫn là học thuyết nhân văn, tiến bộ. Những năm qua, sách kinh điển và sách giới thiệu các tác phẩm kinh điển ở dạng toàn tập, tuyển

tập, tiểu sử, biên niên tiểu sử, biên niên tiểu sử - sự kiện, tra cứu; sách viết và dịch ra tiếng Việt tác phẩm kinh điển của chủ nghĩa Mác-Lênin, Hồ Chí Minh được đầu tư xuất bản, làm công cụ học tập và nghiên cứu lý luận. Một số tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ăngghen được xuất bản và tái bản: Tư bản - phê phán khoa kinh tế chính trị (bộ 4 tập); Các học thuyết về giá trị thặng dư (phần I, II, III); Về mối quan hệ giữa lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất (C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin); Thường thức về triết học Mác-Lênin, Quyển 1 - Thế giới quan duy vật biện chứng (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh); Tuyên ngôn của Đảng Cộng sản (C.Mác). Các ấn phẩm giới thiệu tác phẩm kinh điển như Giới thiệu tác phẩm “Nguồn gốc của gia đình, của chế độ tư hữu và của nhà nước” của Ph.Ăngghen; Giới thiệu tác phẩm “Bút ký triết học” của Lênin, Giới thiệu tác phẩm “Chống Đurinh” của Ph.Ăngghen...

Đẩy mạnh xuất bản sách về Chủ tịch Hồ Chí Minh và tư tưởng Hồ Chí Minh, với đa dạng thể loại, nhằm phổ biến kiến thức, nhằm lan toả giá trị tư tưởng, đạo đức Hồ Chí Minh, đồng thời góp phần tuyên truyền hình ảnh Chủ tịch Hồ Chí Minh trên trường quốc tế. Các loại hình xuất bản từ toàn tập, tuyển tập, tra cứu, tác phẩm đơn lẻ, biên niên sự kiện. Một số ấn phẩm tiêu biểu như: *Hồ Chí Minh toàn tập* (xuất bản lần thứ ba, có sửa chữa); Từ điển Hồ Chí Minh học (Lưu hành nội bộ); Những hoạt động của Chủ tịch Hồ Chí Minh (3 tập); Hồ Chí Minh - Hành trình vì độc lập dân tộc (1911-1945); tuyển các tác phẩm đơn lẻ - Đường Cách mệnh, Lịch sử nước ta, Nâng cao đạo đức cách mạng, quét sạch chủ nghĩa cá nhân, Sửa đổi lỗi lầm việc, Di tích của chủ tịch Hồ Chí Minh, Nhật ký trong tù; Tư tưởng Hồ Chí Minh về một số vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam (trích tuyển bài nói, viết của Chủ tịch Hồ Chí Minh) hay Tư tưởng Hồ Chí Minh (Trích tác phẩm kinh điển), Bảo vật quốc gia: Tập Sách lệnh của Chủ tịch Chính phủ lâm thời nước Việt Nam Dân chủ Cộng hoà 1945-1946...

Nghiên cứu về tư tưởng, cuộc đời, sự nghiệp Hồ Chí Minh được chú trọng. Kết quả khảo sát cho thấy, các ĐVXB xác định sách nghiên cứu về tư tưởng Hồ Chí Minh là bộ phận quan trọng trong cơ cấu sách, được nghiên cứu ở nhiều khía cạnh như: Tư tưởng Hồ Chí Minh về quyền con người (Lại Thị Thanh Bình), Tư

tướng Hồ Chí Minh về phát triển xã hội (Lê Thị Hằng), Tư tưởng chính trị của C.Mác, Ph.Ăngghen và Hồ Chí Minh (Lê Minh Quân); Tư tưởng Hồ Chí Minh về dân chủ trong giáo dục và định hướng vận dụng ở các nhà trường quân đội hiện nay (Học viện Chính trị), Tư tưởng Hồ Chí Minh về mối quan hệ giữa con người và vũ khí trong hoạt động quân sự (Phạm Văn Minh), Hồ Chí Minh bàn về phong trào cộng sản và công nhân quốc tế, phong trào giải phóng dân tộc (Tổng cục chính trị), Tư tưởng Hồ Chí Minh về nhận diện và đấu tranh với những biểu hiện suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống trong cán bộ, đảng viên (Trần Văn Trung)...

Sách phổ thông về cuộc đời, sự nghiệp Chủ tịch Hồ Chí Minh là điểm nhấn với nhiều ấn phẩm hay, ý nghĩa. Các ấn phẩm tiêu biểu như: Hồ Chí Minh - Mạch nguồn và ánh sáng (Nguyễn Thanh Tú), Những mẫu chuyện về Bác Hồ trong hoạt động ngoại giao (Lê Thị Thanh Huyền), Hồ Chí Minh - Một cuộc đời (William J. Duiker), Bác Hồ - Tấm gương đạo đức sáng ngời (Song Thành), Chuyện thường ngày của Bác Hồ (Hồng Khanh), Những mẫu chuyện về phong cách Hồ Chí Minh (Nhiều tác giả), Hồ Chí Minh - Tinh hoa và khí phách dân tộc (Phạm Văn Đồng), Hồ Chí Minh - Biểu tượng của hoà bình, tình hữu nghị giữa Việt Nam và thế giới (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh - Liên hiệp các tổ chức hữu nghị tỉnh Nghệ An),...

Thứ hai, sách lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam là mảng sách chủ đạo trong cơ cấu sách phản ánh kết quả vận dụng, nghiên cứu và sáng tạo lý luận chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh vào thực tiễn chính trị Việt Nam. Mảng sách gồm 9 phân lớp [PL3] chiếm tỷ lệ 45%, trong đó NXB Chính trị quốc gia Sự thật (34% với 704 đầu sách), NXB Lý luận chính trị (29% với 589 đầu sách) và NXB Quân đội nhân dân (22% với 455 đầu sách) là những ĐVXB có thế mạnh trong xuất bản mảng sách này. Nội dung mảng sách này tương đối phong phú, phản ánh thành tựu nghiên cứu về lý luận và thực tiễn chính trị ở Việt Nam.

- Nghiên cứu về lý luận và thực tiễn đổi mới đất nước với trọng tâm là các ấn phẩm đúc kết về lý luận và thực tiễn công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã

hội ở Việt Nam. Bước vào thế kỷ XXI, bối cảnh trong nước và quốc tế có những biến đổi to lớn. Đại hội XIII (1-2021) tiếp tục nhấn mạnh tư tưởng chỉ đạo xuyên suốt “kiên định và vận dụng, phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác-Lênin, kiên định mục tiêu độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; kiên định đường lối đổi mới của Đảng”, đảm bảo an ninh quốc phòng trọng yếu, thường xuyên, bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa [29, 33-34]. Nghiên cứu, vận dụng, sáng tạo lý luận chủ nghĩa Mác-Lênin vào thực tiễn tình hình Việt Nam vẫn là nội dung then chốt trong xây dựng tư tưởng chính trị Việt Nam. Các đơn vị xuất bản phối hợp với cơ quan Trung ương xuất bản nhiều tác phẩm có giá trị, như: Một số vấn đề lý luận-thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam qua 30 năm đổi mới (Tập thể tác giả), V.I.Lênin và chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam (Lê Quốc Lý chủ biên), Chủ nghĩa xã hội Việt Nam: Logic - Đổi mới và phát triển (Nhị Lê), Kiên định con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam (Ban Tuyên giáo Trung ương), Một số vấn đề về cách mạng và đổi mới (Tạ Ngọc Tấn); Bản chất khoa học, cách mạng của chủ nghĩa xã hội khoa học và một số vấn đề cần bảo vệ, bổ sung, phát triển trong giai đoạn hiện nay (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh);...

- Xuất bản sách lý luận về vai trò của Đảng, xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam thời kỳ đổi mới. Các ấn phẩm tiêu biểu như: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam (Nguyễn Văn Tuấn); Lý luận về nhà nước pháp luật (Phan Trung Hiền); Quản lý nhà nước trong nền kinh tế thị trường (Đặng Xuân Hoan); Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật Việt Nam trong bối cảnh xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa (Nguyễn Minh Đoan); Xây dựng Đảng và hệ thống chính trị trong tình hình mới (Hội đồng Lý luận Trung ương),...

- Xuất bản tủ sách “Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức và phong cách Hồ Chí Minh”, với đầu sách, số lượng ổn định. Thực hiện Chỉ thị số 23-CT/TW ngày 27/3/2003 của Ban Bí thư về đẩy mạnh nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục tư tưởng Hồ Chí Minh trong giai đoạn mới, sách về tư tưởng Hồ Chí Minh được nghiên cứu một cách toàn diện, phong phú, được phát hành với số lượng lớn,

được dư luận xã hội đánh giá cao. Các sách được đông đảo bạn đọc trong cả nước đánh giá cao như: Di chúc của Chủ tịch Hồ Chí Minh - Một văn kiện lịch sử (nhiều tác giả); Giá trị lý luận và thực tiễn của tác phẩm “Nâng cao đạo đức cách mạng, quét sạch chủ nghĩa cá nhân” (nhiều tác giả); Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh về ý chí tự lực, tự cường, khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc (Vũ Trung Kiên), v.v..

- Xuất bản sách về phòng, chống tham nhũng, tiêu cực là vấn đề bức thiết xây dựng chính đôn Đảng, Nhà nước trong sạch, vững mạnh, giữ vững chế độ. Các ấn phẩm có giá trị lý luận và thực tiễn công tác phòng chống tham nhũng ở Việt Nam, như: Quyết tâm ngăn chặn và đẩy lùi tham nhũng của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng về công tác phòng, chống tham nhũng, Tham nhũng và hoạt động của Công an nhân dân trong đấu tranh phòng, chống tham nhũng ở Việt Nam (Tô Lâm), Chủ tịch Hồ Chí Minh với công tác phòng, chống tham nhũng (Trần Thị Hợi), Sự tham gia của xã hội vào quản trị nhà nước và phòng, chống tham nhũng trên thế giới và Việt Nam (Nguyễn Thị Quế Anh chủ biên); Phòng, chống tham nhũng trong hoạt động phòng, chống tham nhũng ở Việt Nam hiện nay (Nguyễn Quốc Sửu), ...

- Xuất bản sách chính trị phục vụ công tác chính trị tại cơ sở. Mảng sách chính trị phục cơ sở gồm hai nhóm chính: Một là, sách cung cấp kiến thức và kỹ năng về công tác xây dựng Đảng, chính quyền, tổ chức chính trị - xã hội, và công tác quản lý trên địa bàn cấp xã, góp phần nâng cao kiến thức, trình độ của đội ngũ cán bộ, đảng viên cơ sở. Hai là, sách lý luận chính trị, pháp luật, an ninh quốc phòng và tư tưởng Hồ Chí Minh dành cho cơ sở.

- Xuất bản sách chính trị phục vụ công tác đối ngoại, quân sự, an ninh quốc phòng. Củng cố quốc phòng, an ninh, bảo vệ toàn vẹn lãnh thổ là nhiệm vụ chính trị quan trọng. Những năm gần đây, các vấn đề quân sự, xung đột chính trị, vũ trang ra liên quan đến tranh chấp biên giới, lãnh thổ là vấn đề thời sự nóng ở khu vực và thế giới. Tội phạm xâm phạm an ninh quốc gia cũng tinh vi, thủ đoạn hơn. Quan hệ, chính sách của các nước lớn về an ninh trên biển, đất liền... Trong tình hình như vậy, nhiều đầu sách chính trị bám sát tình hình

chính trị có giá trị lý luận và thực tiễn ra mắt độc giả. Một số đầu sách tiêu biểu: Biển Đông nhìn từ góc độ lịch sử và pháp lý (Nguyễn Văn Hưởng, Nguyễn Thế Tuấn; Chủ quyền Việt Nam trên biển Đông (nhiều tác giả); Tranh chấp biển Đông - pháp lý và thực tiễn (Trần Công Trục); Biển Đông - Luận bàn của các học giả trên thế giới (nhiều tác giả); Chính sách của các nước Đông Nam Á ở biển Đông (Hà Anh Tuấn chủ biên); Chính sách biển Đông của Hoa Kỳ trong bối cảnh mới (Phạm Cao Cường chủ biên), Quá trình tranh chấp chủ quyền giữa các bên ở quần đảo Trường Sa từ năm 1988 đến 2020 (Nguyễn Thị Quế);...

- Xuất bản sách chính trị phục vụ lĩnh vực dân tộc, tôn giáo. Đảng ta luôn khẳng định tầm quan trọng chiến lược của công tác dân tộc, tôn giáo. Làm tốt công tác dân tộc, tôn giáo góp phần xây dựng khối đại đoàn kết dân tộc vững chắc, đập tan âm mưu chia rẽ dân tộc, tôn giáo của các thế lực thù địch. Chính sách dân tộc, tôn giáo của Đảng là tự do tín ngưỡng, dân tộc bình đẳng, tương trợ được quán triệt và thực hiện nhất quán trong mọi thời kỳ. Nhiều nghiên cứu chuyên sâu được khai thác, xuất bản cung cấp tri thức hệ thống cho độc giả, như: Chính sách ngôn ngữ đối với cộng đồng người Khmer trong phát triển bền vững vùng Nam Bộ (Hồ Xuân Mai), Xu hướng biến đổi quan hệ dân tộc ở Việt Nam trong thời kỳ đổi mới (Trương Minh Dục); Quản lý nhà nước đối với hoạt động tôn giáo ở Việt Nam hiện nay (Hà Ngọc Anh) An ninh tôn giáo ở Việt Nam hiện nay: Thực trạng, dự báo và tư vấn chính sách (Đỗ Lan Hiền), Tôn giáo và chính sách tôn giáo ở Việt Nam (nhiều tác giả), An ninh tôn giáo ở Việt Nam hiện nay: Thực trạng, dự báo và tư vấn chính sách (Đỗ Lan Hiền), ...

- Xuất bản sách chính trị về lĩnh vực quản lý phát triển xã hội. Phát triển văn hoá, xã hội, không ngừng nâng cao đời sống vật chất, tinh thần nhân dân là mục tiêu chiến lược của Đảng, Nhà nước. Vì vậy, đây là đề tài thu hút nghiên cứu làm rõ về lý luận quản lý phát triển xã hội đến những vấn đề thực tiễn đặt ra như: văn hoá, xã hội, bảo vệ môi trường nhiều mặt còn yếu kém; y tế, giáo dục, đào tạo, việc làm chưa đáp ứng yêu cầu của nhân dân; xoá đói giảm nghèo chưa bền vững, chênh lệch khoảng cách phát triển còn lớn giữa thành thị, nông thôn; văn hoá, nghệ thuật còn nhiều bất cập. Một số đầu sách về đề tài này như: Quản

lý phát triển xã hội Việt Nam. Thực trạng, vấn đề đặt ra và định hướng chính sách (nhiều tác giả); Quản lý phát triển xã hội trong bối cảnh hiện nay - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn (nhiều tác giả); Chính sách giảm nghèo bền vững của một số nước và một số gợi ý đối với Việt Nam (Phạm Thị Hồng Yên); Quá trình thực hiện chính sách xoá đói giảm nghèo ở Việt Nam 30 năm đổi mới (Lương Thị Hồng); Vai trò của chính sách xoá đói giảm nghèo với sự phát triển kinh tế - xã hội miền Tây Nghệ An hiện nay (Nguyễn Thị Thuý Cường); Xoá đói giảm nghèo bằng phát huy nội lực của tổ chức cộng đồng (Đặng Kim Sơn); Thực thi luật và chính sách bảo vệ môi trường tại Việt Nam (Nguyễn Đức Khiển);...

- Xuất bản sách chính trị địa phương. Đây là mảng sách cơ bản trong cơ cấu sách chính trị Việt Nam, được các NXB trung ương, NXB địa phương khai thác xuất bản. Nội dung sách khá đa dạng gồm văn kiện hội nghị, tài liệu học tập, bồi dưỡng, tài liệu tổng kết, kết quả công trình nghiên cứu về tình hình kinh tế, chính trị, xã hội, an ninh quốc phòng trên địa bàn các tỉnh, thành phố với những thành tựu, khó khăn. Một số đầu sách như: Công tác người Việt Nam ở nước ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh - Những vấn đề lý luận và thực tiễn (Mai Quốc Dũng); Chất lượng bồi dưỡng cán bộ, công chức cấp xã của các trường chính trị tỉnh, thành phố khu vực đồng bằng sông Hồng (Nguyễn Thị Lan Anh); Quá trình xây dựng hệ thống chính trị ở cơ sở của Đảng bộ tỉnh Đồng Nai - kết quả và kinh nghiệm thực tiễn (1991-2021) (Ngô Minh Vương); Phân cấp quản lý nhà nước về giáo dục phổ thông trên địa bàn thành phố Hà Nội (Ngô Thị Lan Diệp),...

Thứ ba, xuất bản sách văn kiện Đảng, lịch sử Đảng, xây dựng chính đồn Đảng. tạo nền tảng vững chắc cho sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam. Mảng sách này chiếm tỷ trọng 12%, với các thể loại chủ yếu như toàn tập, tuyển tập, văn kiện các kỳ đại hội Đảng, văn kiện Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương các khóa; các ấn phẩm lịch sử Đảng, biên niên sự kiện lịch sử Đảng và xây dựng Đảng, chính quyền nhà nước, sách tuyển chọn văn kiện Đảng theo chuyên đề; các ấn phẩm lịch sử Đảng bộ địa phương, lịch sử địa phương. Từ năm 2018, biên tập và xuất bản bộ sách Biên niên sự kiện Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam (Viện Lịch sử Đảng, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh) gồm 7 tập; Văn

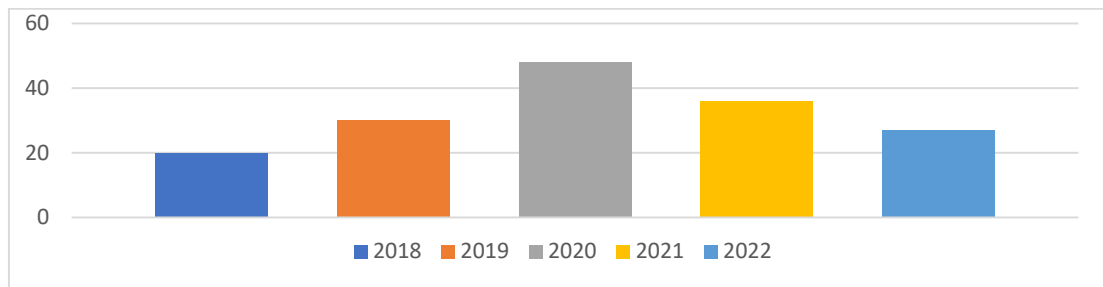
kiện Trung ương cục miền Nam (Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam) gồm 18 tập là những bộ sách lớn, có ý nghĩa quan trọng.

Bàn về đảng cầm quyền, bàn về vấn đề xây dựng, chỉnh đốn Đảng trong thời kỳ đổi mới, thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước cũng là tiêu điểm của công tác nghiên cứu lý luận và xuất bản. Các đầu sách tiêu biểu: Xây dựng Đảng và hệ thống chính trị trong tình hình mới (Hội đồng Lý luận Trung ương); Xây dựng Đảng về tư tưởng, đạo đức (Phạm Minh Tuấn); Xây dựng và chỉnh đốn Đảng trong giai đoạn hiện nay (Phạm Minh Tuấn); Đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng đối với công tác dân vận trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế (Ban Dân vận Trung ương); Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng, chỉnh đốn Đảng và sự vận dụng trong xây dựng Đảng về đạo đức hiện nay (Lê Khả Phiêu);...

Các đơn vị xuất bản phối hợp với cơ quan Trung ương chọn lọc, xuất bản các tác phẩm của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước về những vấn đề lý luận về xây dựng đảng cầm quyền, xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, đúc kết thực tiễn đổi mới. Các đầu sách tiêu biểu như: Nông Đức Mạnh tuyển tập (4 tập), Đổi mới sâu rộng, phát triển đất nước nhanh và bền vững, tiến cùng thời đại của nguyên Thủ tướng Chính phủ Phan Văn Khải, Những bài nói và viết chọn lọc của Nguyên Tổng Bí thư Đỗ Mười. Đặc biệt, xuất bản sách tuyển tập bài nói, bài viết của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, phổ biến trong toàn Đảng, toàn dân: Xây dựng và chỉnh đốn Đảng là nhiệm vụ then chốt để phát triển đất nước (xuất bản lần thứ hai) (2018); Vững tin vào sự lãnh đạo của Đảng, khó khăn nào cũng vượt qua (2018); Toàn Đảng, toàn dân chung sức, đồng lòng xây dựng đất nước ta ngày càng phồn vinh, hạnh phúc (2021); Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam (2021), Vững bước trên con đường đổi mới gồm 2 tập (2021),... Xuất bản bộ sách tiểu sử các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước được chú trọng, tiêu biểu như: Nguyễn Phong Sắc - Tiểu sử; Nguyễn Đức Cảnh - Tiểu sử; Nguyễn Hữu Thọ - Tiểu sử; Lê Quang Đạo - Tiểu sử, Võ Chí Công - Tiểu sử, v.v..

Thứ tư, đẩy mạnh xuất bản các đầu sách trực tiếp tham gia vào cuộc đấu

tranh bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, phê phán các luận điểm sai trái thù địch, chống “diễn biến hòa bình” trên các lĩnh vực. Mảng sách này chiếm tỷ trọng 4% trong cơ cấu sách. Từ năm 2018 với Nghị quyết 35-NQ/TW của Bộ Chính trị về tăng cường đấu tranh bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh chống các quan điểm sai trái thù địch trong tình hình mới, xuất bản sách bảo vệ nền tảng tư tưởng là nhiệm vụ quan trọng. Qua số liệu thống kê, có thể thấy, số lượng xuất bản đầu sách duy trì qua các năm.



Biểu đồ 3.3: Phân bố đầu sách “Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng” tại 5 ĐVKXS (2018-2022)

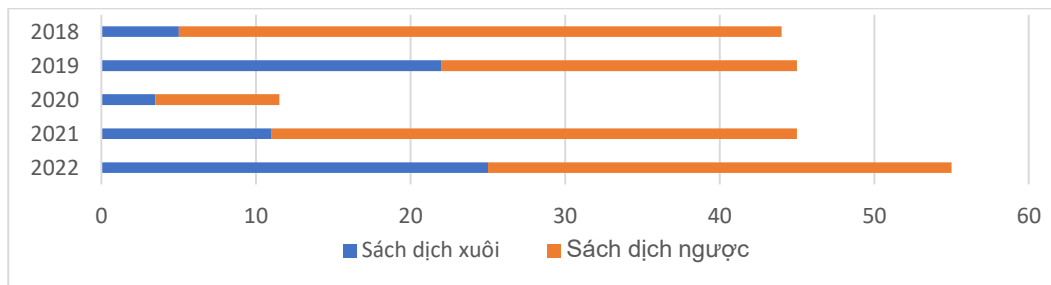
(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Ban Tuyên giáo Trung ương, Ban Tổ chức Trung ương chủ trì xuất bản các cuốn sách lớn như: Tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới, Tăng cường công tác bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch theo tinh thần Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong tình hình mới, Đấu tranh chống quan điểm sai trái và bảo vệ chủ trương, đường lối của Đảng... hệ thống hoá nội dung phản bác quan điểm sai trái, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Bên cạnh đó, nhiều bộ sách lớn cũng được xuất bản như: Một số luận cứ phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, chống phá Đại hội XIII của Đảng 2 tập (GS,TS Vũ Văn Hiến chủ biên), Chiến lược “Diễn biến hoà bình” nhận diện và đấu tranh (12 tập) do NXB QĐND xuất bản năm 2019, 2020 tập hợp các bài viết đăng trên báo Quân đội nhân dân và Tạp chí Quốc phòng toàn dân cung cấp cho độc giả cách tiếp cận về “diễn biến hoà bình”, âm mưu, thủ đoạn và luận điệu xuyên tạc bản chất xã hội chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.

3.2.1.3. Cơ cấu xuất bản sách dịch chính trị

Thực tiễn xuất bản Việt Nam trong những năm gần đây cho thấy, hội nhập quốc tế về sách đã tạo động lực cho sự tăng trưởng của xuất bản Việt Nam trên cả phương diện kinh tế và văn hoá. Thông qua hoạt động giao dịch bản quyền, các đơn vị xuất bản tiếp cận nhà xuất bản chuyên nghiệp hàng đầu, với nguồn bản thảo phong phú, đa dạng từ chính trị, xã hội, kinh tế, văn học,... đáp ứng nhu cầu đa dạng về tri thức của thị trường tiêu thụ trong nước. Việc truyền bá ấn phẩm ra thị trường quốc tế có tác dụng tích cực trong phổ biến một cách chính thống giá trị chính trị, tư tưởng của Việt Nam. Điều đó phản ánh mục tiêu về thông tin đối ngoại của xuất bản sách chính trị. Chỉ thị 44-CT/TW nói rõ, cần đầu tư hợp lý cho ngành xuất bản tham gia triển lãm, hội chợ sách quốc tế và trong nước cũng như cấp kinh phí dịch những cuốn sách, bộ sách có giá trị ra tiếng nước ngoài để phục vụ cho công tác đối ngoại. Khảo sát tại các ĐVKs cho kết quả như sau:

Đơn vị tính: đầu sách



Biểu đồ 3.4: Tương quan số đầu sách chính trị dịch xuôi và dịch ngược

(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu trữ của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Về sách chính trị được dịch và phổ biến ra nước ngoài. Nhìn vào định lượng, số đầu sách dịch chiếm tỷ lệ 4% trên tổng đầu sách chính trị. Từ năm 2018, một số đầu sách chính trị được tổ chức dịch thuật ra các thứ tiếng, chiếm tỷ lệ 2,6 % trên tổng đầu sách chính trị. Ngôn ngữ dịch ngược chủ yếu là tiếng Lào, một số tác phẩm được dịch sang tiếng Anh, tiếng Tây Ban Nha, tiếng Trung,... Từ năm 2018, NXB Chính trị quốc gia Sự thật phối hợp Phát hành sách quốc gia Lào dịch và xuất bản các đầu sách quan trọng về Chủ tịch Hồ Chí Minh, lý luận chính trị về xây dựng đảng, xây dựng nhà nước, kinh nghiệm về công

cuộc đổi mới của Việt Nam. Các đầu sách tiêu biểu dịch tiếng Lào: Hồ Chí Minh toàn tập - Toàn tập (tiếng Lào); Những mâu thuẫn về Bác Hồ trong hoạt động ngoại giao (Lê Thị Thanh Huyền), Một số vấn đề lý luận - thực tiễn về định hướng xã hội chủ nghĩa trong phát triển kinh tế thị trường ở Việt Nam qua 30 năm đổi mới (Nguyễn Việt Thông, Đinh Quang Ty, Lê Minh Nghĩa đồng chủ biên), Đổi mới sự lãnh đạo của Đảng trong điều kiện xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam (Vũ Trọng Lâm); Giữ vững độc lập, tự chủ trong quan hệ quốc tế (Vũ Văn Hiền), Chủ nghĩa đa phương trên thế giới và đối ngoại đa phương của Việt Nam (Đặng Đình Quý); Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng Hiến pháp ở Việt Nam - Giá trị lý luận và thực tiễn (Trịnh Quốc Việt), Giá trị cốt lõi của chủ nghĩa Mác - Lênin về mối quan hệ giữa lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất trong giai đoạn hiện nay (Phạm Văn Linh), Phong cách ứng xử Hồ Chí Minh (Đào Đình Tuấn); Phong cách lãnh đạo, quản lý Hồ Chí Minh - Giá trị lý luận và thực tiễn (Lý Việt Quang, Trần Thị Hợi),...

Dịch và xuất bản giới thiệu các tác phẩm lý luận chính trị nền tảng của đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, tiêu biểu: Vững bước trên con đường đổi mới (tập 1,2) của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (tiếng Lào, Tiếng Tây Ban Nha), Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam (tiếng Lào). Năm 2021, được chỉ đạo của Trung ương, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII được dịch ra nhiều thứ tiếng Anh, Pháp, Trung, Tây Ban Nha.

Về sách chính trị được dịch và phổ biến tại Việt Nam. Những năm này, các đầu sách chính trị được dịch và phổ biến tại Việt Nam, chiếm tỷ lệ khoảng 1,4% tổng đầu sách chính trị. Sách dịch chính trị chủ yếu là sách tham khảo, chuyên khảo dịch từ tiếng Trung, tiếng Anh tiếng Nhật, tiếng Hàn. Các sách dịch nghiên cứu chuyên sâu về kinh tế, chính trị, xã hội Trung Quốc dưới góc nhìn của học giả Trung Quốc và học giả phương Tây, có giá trị tham khảo cho Việt Nam, như: Trung Quốc đã trở thành nước tư bản như thế nào (Ronald Coase - Ning Wang); Bàn về Trung Quốc - tiết lộ của người trong cuộc về siêu cường kinh tế mới (Henry M. Paulson, JR.); Cải tổ kinh tế ở Trung Quốc thời

hậu Mao (Ronald Coase và Ning Wang); Sự bùng nổ của Trung Quốc (Ho-fung Hung); Đặc khu kinh tế và con đường Trung Quốc (Đào Nhất Đào - Lỗ Chí Quốc đồng chủ biên); Vì sao Trung Quốc cải cách thành công (Tạ Xuân Đào); Thí điểm: Kinh nghiệm của Trung Quốc trong cải cách (Trịnh Kiêm, Lý Nhiễm, Trần Chân Khải, Trương Quảng Chiêu), Nghiên cứu vấn đề cải cách và hoàn thiện phương thức lãnh đạo, phương thức cầm quyền của Đảng Cộng sản Trung Quốc (Lý Lương Đống chủ biên)...NXB Chính trị quốc gia Sự thật dịch Tổng tập Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIX của Đảng Cộng sản Trung Quốc (2019), tuyển tập bài nói, bài viết của đồng chí Tập Cận Bình, như: Tập Cận Bình về quản lý đất nước Trung Quốc 2 tập (Tập Cận Bình), Tập Cận Bình kể chuyện (Nhân dân Nhật báo Trung Quốc).

Sách dịch về quan hệ ngoại giao các nước khu vực quốc tế và vấn đề tranh chấp quốc tế hiện nay cung cấp thêm tư liệu từ nghiên cứu ngoài nước, như: Sự bất cân xứng về sức mạnh và các mối quan hệ quốc tế (Brantly Womack); Vũng như bàn thạch - Philippin đã thắng vụ kiện Trung Quốc về vấn đề Biển Đông như thế nào? (Marites Dañguilan Vitug); Vận động hành lang của Israel và chính sách ngoại giao của Hoa Kỳ (John J. Mearsheimer và Stephen M. Walt); Kỷ nguyên chủ nghĩa tư bản giám sát: Cuộc chiến vì tương lai loài người ở biên giới mới của quyền lực (Shoshana Zuboff); Chiến lược bom tấn Anita Elberse),...Đặc biệt, một số đầu sách dịch về vấn đề phòng, chống tham nhũng, cũng như học hỏi kinh nghiệm thành công của các nước để phát triển như: Cẩm nang về tham nhũng, đạo đức và sự liêm chính trong hành chính công (Adam Graycar chủ biên); Thời đại vàng son của Trung Quốc: Nghịch lý bùng nổ kinh tế và tham nhũng tràn lan (Yuen Yuen Ang); Chấn hưng Nhật Bản: Làm cách nào Nhật Bản có thể tự tái thiết và tại sao điều này lại quan trọng với Hoa Kỳ và thế giới (Clayde Prestowitz);... Một số đầu sách của học giả nước ngoài viết Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng được dịch sang tiếng Việt, như Tại sao là Hồ Chí Minh? (Song Phil – Kyung); Hồ Chí Minh - Những bài viết và những cuộc tranh đấu (Alain Ruscio),...

3.2.2. Về tiêu chí mức độ ảnh hưởng thị trường

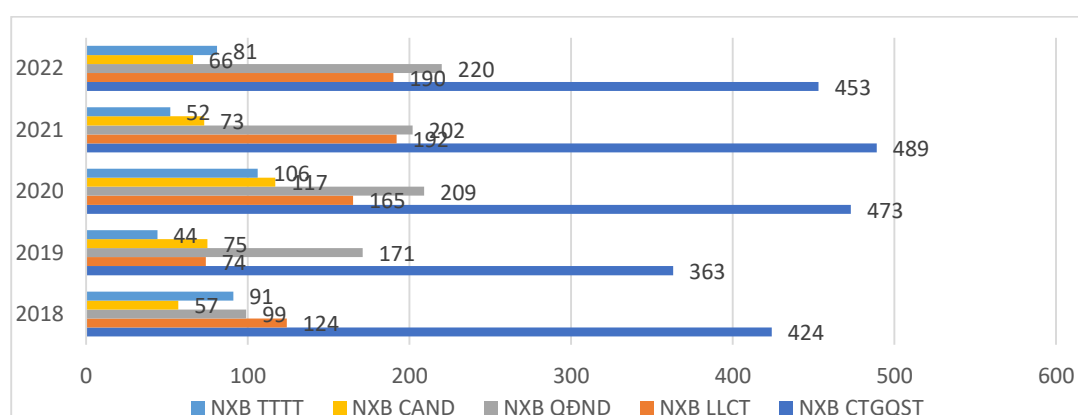
Hội nhập quốc tế và kinh tế thị trường được đẩy mạnh đã tác động toàn

diện đến sự phát triển của kinh tế, văn hóa và xã hội Việt Nam. Hoạt động xuất bản đã có nhiều tiến bộ, đáp ứng tốt hơn yêu cầu về các loại sách chính trị, đồng thời đáp ứng nhu cầu thị trường. Tồn tại và phát triển trong thị trường là hướng đi tất yếu của các ĐVXB [Q4].

3.2.2.1. Tổng lượng sách chính trị được xuất bản

Tổng lượng sách chính trị được xuất bản là tổng lượng sách chính trị xuất bản hàng năm. Đơn vị đo lường: tổng đầu sách/năm, tổng bản sách/năm. Chỉ số này phản ánh quy mô xuất bản sách chính trị trên thị trường so với các loại sách khác. Người đọc sách chính trị càng nhiều, lợi ích xã hội thu lại càng lớn. Đây là một trong những cơ sở khách quan để mục đích xuất bản sách chính trị vượt ra khỏi mục đích lợi nhuận của hoạt động sản xuất vật chất đơn thuần. Trong tình hình ngành xuất bản Việt Nam, thực trạng tiêu chí này như sau:

(Đơn vị tính: đầu sách)



Biểu đồ 3.5: Số lượng sách chính trị tại 5 ĐVKS (2018-2022)

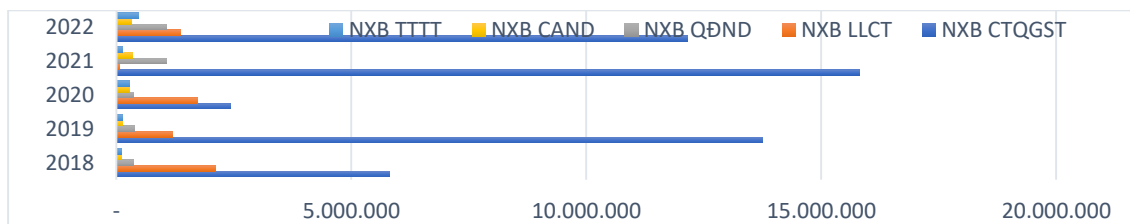
(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Thứ nhất, về quy mô sách chính trị trong cơ cấu sách Việt Nam. Sách chính trị cùng với sách pháp luật là một bộ phận quan trọng của xuất bản sách Việt Nam. Theo báo cáo tổng kết hàng năm của Cục Xuất bản-In-Phát hành, tỷ lệ đầu sách chính trị-pháp luật duy trì trong khoảng 6-9% trong tổng đầu sách xuất bản, bên cạnh các loại sách: sách văn hoá-văn nghệ; sách giáo dục; sách thiếu niên, thiếu nhi; sách khoa học công nghệ, kinh tế; sách từ điển, ngoại văn. Về lực lượng NXB tham gia xuất bản sách chính trị, tính đến năm 2022, cả nước có 57 NXB, ngoài 5 ĐVKS, một số được khảo sát, một số NXB khác như NXB Khoa học xã hội, NXB Thanh niên, NXB Tư pháp, NXB Thông

tân, NXB Thế giới, NXB Giáo dục Việt Nam, NXB Kim đồng, NXB Hà Nội, NXB thành phố Hồ Chí Minh... cũng tham gia xuất bản sách chính trị. Vì vậy, xét về tỷ trọng, sách chính trị chiếm tỷ lệ ổn định trong cơ cấu sách Việt Nam. Tình hình hoạt động thực tế những năm qua, NXB có số lượng đầu sách và bản sách chính trị xuất bản chiếm tỷ trọng cao là NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Lý luận chính trị. Bên cạnh đó, các nhà NXB Công an nhân dân, NXB Quân đội nhân dân, NXB Thông tin và Truyền thông đóng góp tỷ trọng thường xuyên xuất bản sách chính trị.

Thứ hai, về số lượng sách phát hành. Số lượng phát hành là số lượng sách lưu thông trên thị trường, thể hiện qua số lượng bản in. Số lượng sách phát hành càng lớn cho biết lượng cầu tương ứng của độc giả với dòng sách. Số lượng xuất bản phản ánh năng lực xuất bản của mỗi ĐVXB. Số lượng sách xuất bản và lưu thông trên thị trường khảo sát tại các ĐVXB như sau:

(Đơn vị tính: bản in)



Biểu đồ 3.6: Số lượng bản sách chính trị tại 5 ĐVKS (2018-2022)

(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Trong các năm 2018-2022, NXB Chính trị quốc gia Sự thật xuất bản trung bình trên 10 triệu bản in/năm, đa dạng các thể loại. NXB Lý luận chính trị xuất bản trung bình 300 nghìn bản sách/năm, chủ yếu là sách giáo trình, tài liệu tham khảo. Các NXB Quân đội nhân dân, Công an nhân, Thông tin truyền thông xuất bản trung bình 150.000 bản in/năm, chủ yếu là sách giáo trình, tài liệu tham khảo, hướng dẫn nghiệp vụ chính trị. Lượng xuất bản phục vụ yêu cầu giáo dục nâng cao trình độ chính trị.

3.2.2.2. **Chủng loại sách chính trị xuất bản**

Chỉ số này phản ánh *tính cá biệt của sách chính trị*. Tính cá biệt cao của sách chính trị nói lên mức độ khó thay thế bởi các loại sách khác. Tính cá biệt càng cao, sự lựa chọn đối với đối tượng tiêu dùng càng đặc biệt. Sách chính trị

chứa đựng nội dung tri thức và đối tượng độc giả riêng. Tính cá biệt càng cao, thị trường sách chính trị phân khúc càng nhỏ. Để đáp ứng nhu cầu của các đối tượng độc giả có trình độ khác nhau, phải có nhiều loại sách chính trị phù hợp. Vì vậy, sự đa dạng về chủng loại sách chính trị thể hiện khả năng đáp ứng mục tiêu định hướng về tri thức cũng như nhu cầu tìm kiếm tri thức của độc giả.

Một, phân loại theo nội dung, gồm tám loại sách chính với các phân lớp nhỏ gắn với nhiệm vụ chính trị, xã hội của sách chính trị. Tính chuyên biệt cũng thể hiện rõ trong chủng loại sách, vì vậy, các loại sách khác nhau khó có thể thay thế cho nhau. Mỗi loại sách chính trị đều có nội dung riêng, phù hợp định hướng và nhu cầu của độc giả. Số liệu khảo sát cho thấy, phân loại sách chính trị phân chia tương đối nhỏ. Các phân lớp nội dung cụ thể:

- Sách về C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh: Dòng sách này chiếm 11,7% gồm: sách tác phẩm đơn lẻ C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh, sách giới thiệu tác phẩm đơn lẻ, sách nghiên cứu về tư tưởng, cuộc đời, sự nghiệp C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh.

- Sách lý luận chính trị: Dòng sách này chiếm 2%, các dòng sách xuất bản chủ yếu: sách nghiên cứu và làm rõ về lý luận chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam, lý luận về giai cấp và đấu tranh giai cấp; lý luận về cách mạng vô sản, lý luận về chính đảng vô sản, lý luận về nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa.

- Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước: Dòng sách chiếm 27,9%, các dòng sách xuất bản chủ yếu: sách văn kiện, sách nghiên cứu về đường lối, chủ trương lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam, sách nghiên cứu vấn đề xây dựng Đảng, sách về đường lối lãnh đạo của Đảng, sách lịch sử Đảng (trung ương, địa phương, ban ngành), sách tập hợp các tác phẩm, tiểu sử của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước các thời kỳ; sách về quan hệ giữa Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản Cu Ba, Đảng Cộng sản Trung Quốc. Trong đó, sách lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và lịch sử Đảng bộ địa phương, cơ quan, ban ngành chiếm số lượng lớn nhất.

- Sách về các tổ chức chính trị-xã hội (Mặt trận Tổ quốc, Hội Nông dân, Hội Phụ Nữ, Đoàn Thanh niên...): Dòng sách này chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong loại sách chính trị, chỉ khoảng 1,2% sách chính trị.

- Sách về chính trị Việt Nam: Dòng sách này chiếm 43%, chiếm tỷ lệ cao nhất. Nội dung sách xuất bản khá đa dạng: Sách nghiên cứu về hệ thống chính trị và thể chế nhà nước Việt Nam, về quản lý hành chính nhà nước, các sự kiện chính trị - xã hội Việt Nam, kết cấu xã hội và kết cấu giai tầng, tình hình chính trị-xã hội các tỉnh, thành phố. Đặc biệt, dòng sách giáo dục tư tưởng chính trị (truyền thống cách mạng, tinh thần yêu nước, học tập làm theo đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh...) được xuất bản gia tăng về số lượng đầu sách và bản in.

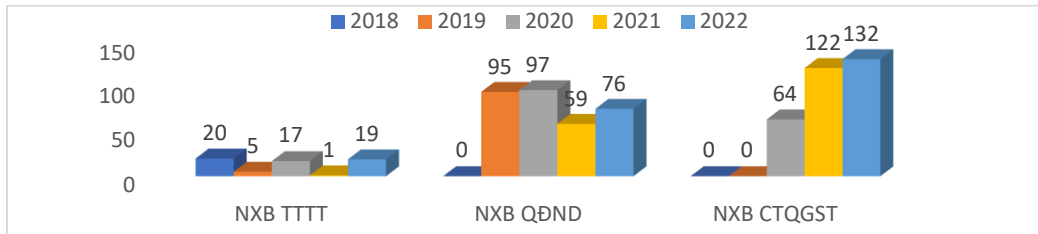
- Sách về chính trị thế giới: Dòng sách này chỉ chiếm 5,1%, đầu sách xuất bản chủ yếu là sách dịch. Nội dung sách về thực tiễn tình hình chính trị thế giới, thể chế chính trị, sự kiện chính trị thế giới.

- Sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế: Dòng sách này chiếm 5,3%, chủ yếu là sách lý luận về ngoại giao, quan hệ quốc tế; ngoại giao Việt Nam, quan hệ ngoại giao Việt Nam với các nước khu vực châu Á, châu Phi, châu Mỹ.

- Sách về bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng: Sách chuyên khảo về bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, chiếm tỷ trọng 3,8%. Từ năm 2018, với sự ra đời của Nghị quyết 35 của Bộ Chính trị, các ĐVXB xây dựng và phát triển mảng sách với nội dung trực tiếp phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng gắn với bối cảnh, tình hình trong nước và quốc tế.

Hai, sách điện tử có xu thế gia tăng về số lượng và loại hình. Ngoài sản phẩm sách in, xuất bản sách điện tử cũng được chú trọng phát triển. Theo quy hoạch phát triển xuất bản, in, phát hành đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 ban hành theo Quyết định số 115/QĐ-TTg ngày 16/01/2014 của Thủ tướng Chính phủ, nêu rõ định hướng phát triển: “Duy trì nhịp độ tăng trưởng về số lượng xuất bản phẩm, trong đó 20 - 30% là xuất bản phẩm điện tử”. Từ năm 2018, chỉ có 2 NXB tham gia xuất bản điện tử, đến năm 2022 đã có 19/54 NXB - chiếm tỷ lệ 33,4% NXB được xác nhận đăng ký hoạt động xuất bản xuất bản

phẩm điện tử. Các NXB nổi bật trong xuất bản phẩm điện tử là các NXB sách chính trị, như NXB Thông tin và Truyền thông (2016), NXB Quân đội nhân dân (2019), NXB Chính trị quốc gia Sự thật (2020).



Biểu đồ 3.7: Xuất bản sách điện tử chính trị tại ĐVK (2018-2022)

(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu trữ của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

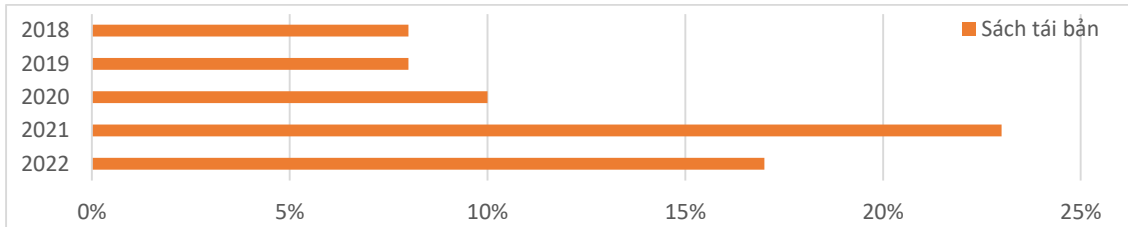
Các dạng sách điện tử dưới dạng sách điện tử dạng Epub, HTML phát hành trên các trang sách stbook.vn, thuvienoso.vn, tulieuvankien.dangcongsan.vn, khosach.stbook.vn, ebook365.vn, tusachthanhvien.vn, xbdqnd.vn... Các tủ sách điện tử trọng tâm như: Tủ sách bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; Tủ sách Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh; Tủ sách thanh niên học và làm theo lời Bác; Tủ sách chi bộ điện tử...

NXB Chính trị quốc gia Sự thật triển khai các đề án sách điện tử dưới dạng CD, DVD ROOM như Văn kiện Đảng toàn tập, Hồ Chí Minh toàn tập, V.I.Lênin toàn tập, C.Mác, Ph.Ăngghen toàn tập, Lịch sử kháng chiến chống Mỹ cứu nước (1954-1975), Lịch sử tư tưởng quân sự Việt Nam, DVD-ROOM Văn kiện Trung ương cục miền Nam; DVD-ROOM Tiểu sử các đồng chí lãnh đạo tiền bối tiêu biểu của Đảng và cách mạng Việt Nam... Cùng với kênh sách chữ, sách âm thanh (Audio Books) cũng là sản phẩm mới, bắt nhịp cùng xu hướng mới, đa dạng phương thức tiếp cận bạn đọc. Một số ấn phẩm sách nói tiêu biểu của NXB Chính trị quốc gia Sự thật như: Truyện kể về Bác Hồ - Những chặng đường trường kỳ kháng chiến; 99 câu hỏi - đáp về biển đảo,... Chuyển đổi số là xu thế tất yếu không thể đảo ngược của ngành xuất bản tạo đà cho văn hóa đọc phát triển, cũng như nâng cao năng lực, vị thế của ngành xuất bản. Xuất bản sách chính trị cũng phát triển theo xu thế chung của toàn ngành.

3.2.2.3. Tỷ lệ sách tái bản

Sách tái bản bao hàm cả giá trị nội dung và giá trị thị trường. Tỷ lệ tái

bản cũng là tiêu chí phản ánh chất lượng nội dung cũng như hiệu quả kinh tế của sách xuất bản. Về phương diện chi phí sản xuất, sách tái bản rút ngắn chu kỳ xuất bản, giá thành, lượng tiêu thụ. Một đơn vị xuất bản có tỷ lệ sách tái bản càng cao thì hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế càng lớn.



Biểu đồ 3.8: Tỷ lệ tái bản sách tại 5 ĐVKS (2018-2022)

(Nguồn: Tác giả khảo sát theo dữ liệu lưu trữ của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

So với các loại sách khác, tái bản sách chính trị chiếm tỷ lệ không cao. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ tái bản sách 2018-2022 chiếm tỷ lệ nhất định, trung bình 10%/năm sách xuất bản. Sách tái bản tập trung chủ yếu vào các loại chủ yếu: sách giáo trình, tài liệu học tập chính trị; sách tham khảo; sách về học tập tư tưởng, đạo đức và phong cách Hồ Chí Minh. Đây là mảng sách chính trị trọng điểm, phục vụ mục tiêu giáo dục chính trị, tư tưởng.

3.2.2.4. Kênh phát hành

Chỉ số này phản ánh số lượng kênh phát hành thường xuyên để tổ chức lưu thông, phân phối sách trên thị trường.

Bảng 3.1: Kênh phân phối sách chính trị của 5 ĐVKS

	NXB CTQGST	NXB LLCT	NXB QĐND	NXB CAND	NXB TTTT
Cửa hàng sách NXB	X	X	X	X	X
Cửa hàng ĐVPH	X	0	X	X	X
Sàn TMĐT	X	0	0	0	X
Website TMĐT	X	0	X	X	X
Website ĐVXB	X	0	X	0	X

X: Thường xuyên 0: Không thường xuyên

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Kết quả khảo sát của tác giả tại 5 ĐVXB cho thấy, các đơn vị tổ chức kênh phân phối nội bộ và kênh phân phối thương mại trên thị trường. Một số NXB xuất bản sản phẩm số kết hợp kinh doanh số. Khảo sát website sàn thương mại điện tử trực tuyến, website bán sách trực tuyến của đơn vị phát hành, website

của nhà xuất bản cho kết quả sau:

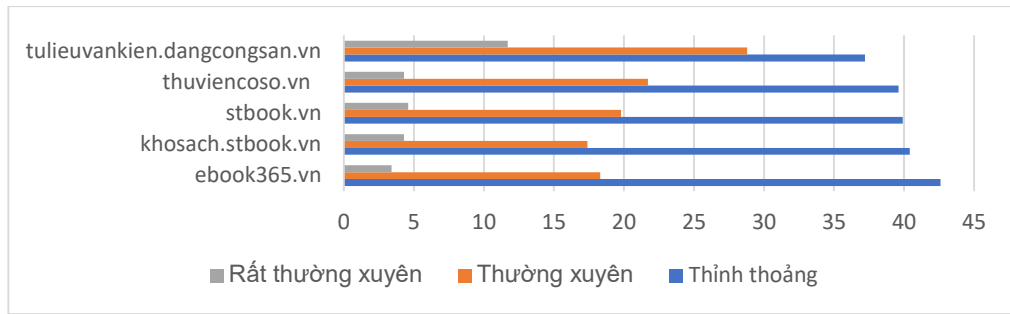
- Ở cấp độ sàn thương mại điện tử trực tuyến. Book365.vn là sàn thương mại điện tử xuất do Bộ Thông tin và Truyền thông chỉ đạo tổ chức. Book365.vn ra đời nhằm mục tiêu tiếp tục duy trì hoạt động thường niên ngành xuất bản - hội sách quốc gia tổ chức hình thức trực tuyến, kênh giao lưu, kinh doanh của NXB. Khảo sát tại website sàn TMĐT quốc gia Book365.vn cho thấy, số đơn vị xuất bản tham gia trên sàn giao dịch (sách in) có 67 đơn vị, trong đó có 26/59 NXB (đạt tỷ lệ 44%) - 24 nhà xuất bản trung ương, hai nhà xuất bản địa phương (NXB Trẻ và NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh); sàn giao dịch sách điện tử, với sự tham gia NXB Thông tin và Truyền thông.

- Ở cấp độ website thương mại điện tử của các đơn vị phát hành. Theo kết quả khảo sát tại website fahasha.com, vinabook.com có 10 nhà xuất bản thường xuyên hợp tác phát hành cùng Fahasha³. Về sách chính trị, chủ yếu là sách của NXB Chính trị quốc gia Sự thật.

- Ở cấp độ website thương mại điện tử, hiện trạng sử dụng website của các nhà xuất bản như sau: (1) Nhóm website giới thiệu nhà xuất bản, giới thiệu nhà xuất bản, không hỗ trợ cổng thanh toán trực tuyến, giao hàng: NXB Công an nhân dân - nxbcand.vn; NXB Quân đội nhân dân - nxbqnd.com.vn); (2) Nhóm website vận hành chức năng thương mại điện tử, như: NXB Thông tin và Truyền thông (ebook365.com), NXB Chính trị quốc gia Sự thật (stbook.vn, sachsthatphcm.com.vn).

- Ở cấp độ thư viện số trực tuyến, theo báo cáo của Hội Thư viện Việt Nam, thành phần bạn đọc các các loại sách chính trị, pháp luật bình quân đạt 6%-8%. Khảo sát trên website đọc sách điện tử stbook.vn, thuvienoso.vn hoạt động từ năm 2019, số lượt người truy cập đạt 297.000 lượt, trung bình 140.000 lượt người truy cập mỗi năm. Các nguồn khác như khosach.stbook.vn, ebook365.vn, tusachthanhvien.vn, xnbqnd.vn dần thu hút được sự quan tâm độc giả. Sự hỗ trợ của công nghệ internet đã gia tăng sự tiếp cận của công chúng.

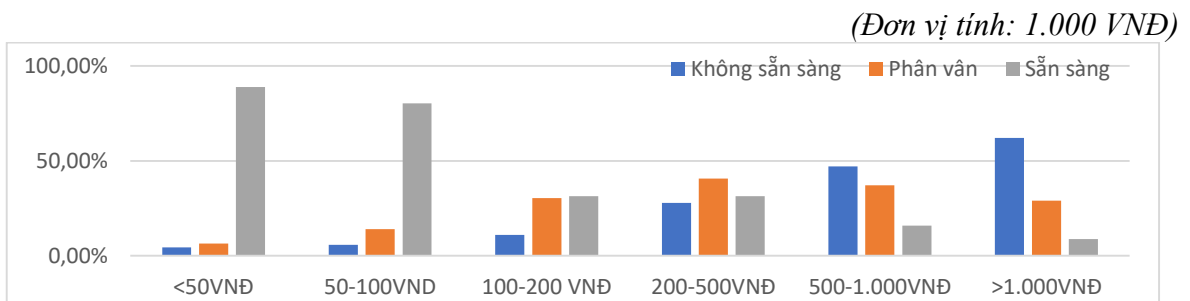
³ NXB Trẻ, NXB Kim Đồng, NXB Phụ nữ, NXB Văn học, NXB Hội nhà văn, NXB Giáo dục Việt Nam, NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh, NXB Văn hóa văn nghệ TP Hồ Chí Minh, NXB Thế giới...



Biểu đồ 3.9: Tự đánh giá của độc giả về website thương mại điện tử
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

3.2.2.5. Chi phí và doanh thu

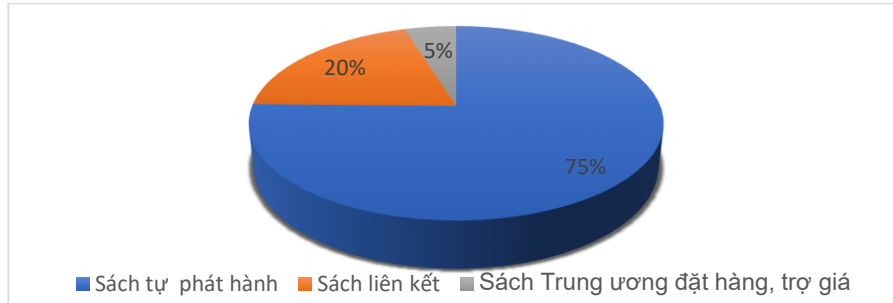
Chi phí xuất bản bao gồm tổng thể các hao phí vật chất và tinh thần, được lượng hoá. Trên thị trường, chi phí biểu hiện thông qua giá cả. Khảo sát của tác giả về giá của sách chính trị cho thấy, giá sách chính trị phổ biến ở các mức giá: dưới 50.000 đồng, 50.000 đến 100.000 đồng, chủ yếu là sách chính trị phổ thông và tài liệu học tập; mức giá từ 100.000 đồng đến 200.000 đồng chủ yếu là sách tham khảo, sách chuyên khảo, sách dịch. Mức giá từ 200.000 đồng trở lên đến 1 triệu đồng chủ yếu là các bộ sách lớn. Mức giá trung bình của sách chính trị được độc giả đánh giá là mức giá “sẵn sàng mua”. [B12, PL6]



Biểu đồ 3.10: Đánh giá của độc giả về giá cả sách chính trị
(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Về doanh thu, năm 2022, tổng doanh thu toàn ngành đạt 3.994,09 tỷ đồng, tăng 33,3%; nộp ngân sách 414,842 tỷ đồng, tăng 59,1%; Lợi nhuận (sau thuế) đạt 429,483 tỷ đồng, tăng 11,8%. Trong các năm 2018-2022, doanh thu NXB Chính trị quốc gia Sự thật đạt 70-110 tỷ đồng, NXB Lý luận Chính trị đạt 30-82 tỷ đồng, NXB Công an nhân dân đạt 40-50 tỷ đồng, NXB Thông tin và Truyền thông đạt 10-15 tỷ đồng [18, 19, 20, 21, 22]. Các nguồn thu chính của các NXB từ xuất bản và kinh doanh các loại sách. Từ năm 2007, NXB đã chuyển đổi một

phần hoạt động theo Nghị định 43/2006/NĐ-CP ngày 25-4-2006 về quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với sự nghiệp công lập. Theo đó, các NXB song hành thực hiện nhiệm vụ chính trị và kinh doanh xuất bản, mang lại hiệu quả kinh tế.



Biểu đồ 3.11: Hình thức xuất bản sách tại các DVKS

(Nguồn: Số liệu khảo sát từ dữ liệu lưu trữ của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Các NXB xây dựng chiến lược, bồi dưỡng nguồn nhân lực cán bộ biên tập, xuất bản, khai thác xuất bản đa dạng các mảng sách, không còn phụ thuộc nhiều vào ngân sách từ sách Trung ương đặt hàng và sách trợ giá. Theo số liệu khảo sát cho thấy, sách liên kết, sách tự phát hành chiếm tỷ trọng lớn ở các NXB. Sách tự phát hành chiếm tỷ lệ lớn với 75,3%, sách liên kết chiếm tỷ lệ 19,9% và sách trung ương đặt hàng, trợ giá chiếm tỷ lệ 4,8%.

3.2.2.6. Sách chính trị đạt giải thưởng

Sách đạt giải thưởng sách quốc gia thường có giá trị cao về nội dung tư tưởng, tri thức, thể hiện sự tôn vinh của Nhà nước đối với tác giả, nhà xuất bản, góp phần quảng bá tác phẩm có giá trị đến độc giả. Những năm qua, một số cuốn sách chính trị nhận được các giải thưởng sách hay. Một số cuốn sách nổi bật như: Một số vấn đề lý luận - thực tiễn về định hướng xã hội chủ nghĩa trong phát triển kinh tế thị trường ở Việt Nam qua 30 năm đổi mới (Nguyễn Viết Thông), Hiến pháp nước Cộng hòa XHCN Việt Nam năm 2013 và thành tựu lập pháp trong nhiệm kỳ Quốc hội khóa XIII (Ủy ban Thường vụ Quốc hội)- NXB CTQGST đạt giải sách B sách hay (2018); Đổi mới sự lãnh đạo của Đảng trong điều kiện xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam (Vũ Trọng Lâm) - NXB CTQGST, giải C sách hay (2019); Kiểm soát quyền lực ở nước ta qua công tác kiểm tra, giám sát và kỷ luật Đảng (Mai Trục chủ

biên) - NXB CTQGST, giải C sách hay (2020); Hồ Chí Minh - Biểu tượng của hòa bình, tình hữu nghị giữa Việt Nam và thế giới (nhóm tác giả) - NXB CTQGST, giải B sách hay (2021), Con đường công nghiệp hóa trong thế kỷ XXI - Những thách thức mới và những mô hình nổi trội (Adam Szirmai, Wim Naudé và Ludovico Alcorta) - NXB CTQGST, giải C sách hay (2021); Ý thức về chủ quyền và lợi ích quốc gia của một số nhà cải cách ở khu vực Đông Á nửa cuối thế kỷ XIX - đầu thế kỷ XX (Nguyễn Tiến Dũng), NXB Khoa học xã hội, giải C sách hay (2021); Hồ Chí Minh - Cơ hội cuối cùng (Henri Azeau), NXB Đại học Sư phạm, Giải A sách hay (2022); Chủ nghĩa tư bản không có tư bản - Sự trỗi dậy của nền kinh tế vô hình (Jonathan Haskel, Stian Westlake), NXB CTQGST, Giải khuyến khích (2022).

3.2.3. Về tiêu chí mức độ phản hồi của độc giả

Phản hồi của độc giả là tiêu chí phản ánh khả năng, mức độ tiếp nhận của độc giả đối với sách chính trị. Xuất bản sách, suy cho đến cùng là làm sao để sách có thể đến được với đông đảo người đọc, từ đó sách thực hiện giá trị và giá trị sử dụng, thỏa mãn nhu cầu người đọc, góp phần nâng cao trình độ nhận thức chung của toàn xã hội. Tiêu chí này khảo sát ở độc giả trên các phương diện chính: Mức độ tiếp cận, mức độ hài lòng, mức độ đáp ứng nhu cầu, mức độ nhận thức.

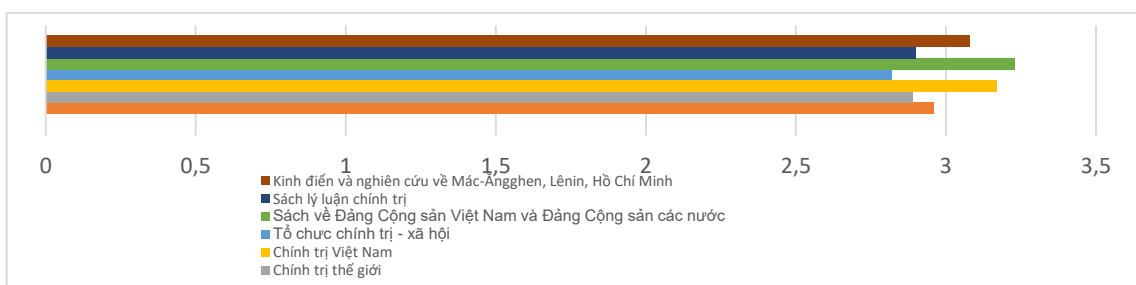
3.2.3.1. Mức độ tiếp cận với sách chính trị của độc giả

Tiêu chí này cho biết việc bạn đọc có biết đến và tìm đọc sách hay không. Về phương diện lý luận, chu trình xuất bản chỉ khép lại khi sách đến được với độc giả. Khảo sát của tác giả về mức độ tiếp cận của độc giả về cách thức, nội dung và cường độ, thực hiện trên 606 đối tượng độc giả thuộc các lứa tuổi, nghề nghiệp, thu về 598 kết quả hợp lệ, đạt tỷ lệ 98,6%.

Cách thức tiếp cận cho biết độc giả biết đến sách chính trị thông qua các kênh khác nhau. Kết quả khảo sát cho thấy, độc giả chủ yếu tự tìm kiếm/mua trên mạng/nhà sách đạt tỷ lệ 54%; biết đến qua mạng xã hội đạt tỷ lệ 33,3%, biết đến qua tọa đàm/hội thảo đạt tỷ lệ 28,9%, qua danh mục giới thiệu sách trực tiếp từ NXB, ĐVPH đạt tỷ lệ 18,5%. Đối với các kênh như truyền hình, báo in, tạp chí, độc giả thường không biết đến [B1, PL7].

Cách thức tìm kiếm sách chính trị của độc giả cho thấy sự chủ động tìm kiếm và tiếp cận thông tin xuất phát từ chính nhu cầu của độc giả. Khảo sát độc giả cho thấy ở 7 cách thức, kết quả khảo sát cho thấy 4/7 cách thức thường xuyên. Cụ thể, có 40,4% độc giả tự tìm kiếm, mua sách tại nhà sách tổng hợp, 33,5% độc giả mua từ các website thương mại điện tử. Sách được biếu, tặng, phát theo chế độ 34,7%, và đọc sách tại thư viện đạt 48%. Đối với các hình thức khác, độc giả không thường xuyên tiếp cận. Sự thuận lợi trong giao tiếp thông tin và mạng internet đã hỗ trợ công tác phát hành sách chính trị bên cạnh cách thức truyền thống.

Nội dung tiếp cận là tiêu chí đánh giá cơ bản về sự lựa chọn của các đối tượng độc giả gắn với nhu cầu sử dụng sách. Chúng loại sách chính trị tương đối đa dạng với 8 loại và 38 phân lớp, tương ứng phân cấp về nhu cầu độc giả. Đánh giá mức độ quan tâm của độc giả đối với sách chính trị theo thang đo Likert 5 điểm, sai số Std cho phép 1,124-1,206 trong thống kê SPSS [Phụ lục 8, Bảng 8.1] cho thấy: Độc giả khá quan tâm đến sách kinh điển và nghiên cứu về Mác-Ăngghen, Lênin, Hồ Chí Minh (3,08), sách về Đảng Cộng sản Việt Nam, sách chính trị Việt Nam (3,23), sách phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng (3,17). Độc giả ít quan tâm đến sách lý luận chính trị (2,9), sách về tổ chức chính trị-xã hội (2,89).



Biểu đồ 3.12: Mức độ quan tâm của độc giả đến sách chính trị

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Cường độ tiếp cận cho biết mức độ thường xuyên và thói quen đọc sách của độc giả. Theo độc giả, một trong những lý do khiến họ ít quan tâm, ít đọc sách chính trị vì nội dung trừu tượng, khó hiểu (83%); diễn đạt khô khan không hấp dẫn (73,3%). Điều này phản ánh trong thói quen đọc sách của độc

giả. Kết quả khảo sát cho thấy, phần lớn độc giả trung bình đọc 1-3 cuốn sách/năm, trung bình 1-4 giờ/tuần [B7, B8, B23, PL6].

Cách đọc của độc giả cũng là vấn đề cần quan tâm, bởi nó cho biết phương pháp đọc của độc giả. Đọc sách chính là quá trình vận dụng trí óc để suy nghĩ về những con chữ và độc giả thường gặp khó khăn khi đọc trọn vẹn một cuốn sách. Đọc sách văn học thì dễ hơn đọc các loại sách chính trị, triết học. Vì vậy, cách đọc của độc giả thể hiện mức độ quan tâm đến nội dung sách chính trị. Hay nói cách khác, sách chính trị có thu hút được độc giả hay không.

Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ độc giả đọc kỹ toàn bộ cuốn sách rất thấp (16%). Độc giả lựa chọn cách đọc lướt phần mở đầu, nội dung các chương mục chính, sau đó cần mới đọc kỹ (45%) và đọc những nội dung có thông tin tìm kiếm (39%) theo nhu cầu tìm kiếm thông tin của mình. Sách truyền thống, thậm chí sách điện tử cạnh tranh gay gắt với các phương tiện thông tin khác ở nội dung tương đối ngắn gọn, nhanh chóng và cập nhật. Vì vậy, theo độc giả, đọc sách chính trị là đòi hỏi công việc học tập, nghiên cứu [B4, PL6].

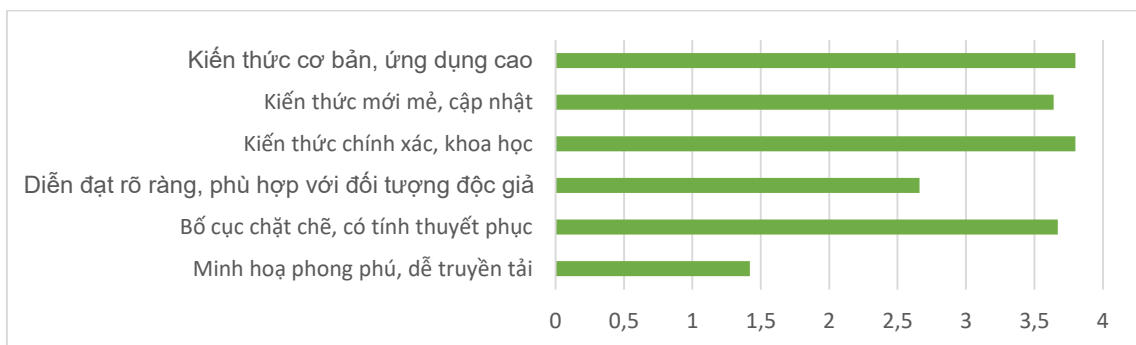
Tóm lại, mức độ tiếp cận với sách chính trị của độc giả cho biết cách thức, nội dung và cường độ tiếp cận của độc giả. Thông qua kết quả khảo sát độc giả, chúng ta thấy rằng: *Một*, độc giả sách chính trị thường tự tìm kiếm, mua sách qua các kênh phân phối online; kênh phân phối miễn phí (tủ sách, thư viện) cũng được độc giả quan tâm; *Hai*, độc giả sách chính trị lựa chọn cách đọc nhanh, kiếm tìm thông tin cần thiết. Hơn nữa, mức độ thường xuyên và thói quen đọc sách chính trị của độc giả không cao.

3.2.3.2. Mức độ hài lòng đối với sách chính trị

Tiêu chí này đánh giá hiệu quả quy trình xuất bản trên góc độ của độc giả từ lựa chọn chủ đề, biên tập nội dung và hình thức, thiết kế kỹ, mỹ thuật, định giá và phát hành sách đến độc giả. Tiêu chí mức độ hài lòng của độc giả đối với sách chính trị được đánh giá trên các phương diện như: nội dung, hình thức, giá cả và dịch vụ khách hàng.

(1) Mức độ hài lòng về nội dung

Đối với sách, nội dung được coi là lớp hạt nhân, chỉ lợi ích thực tế sách đem tới cho người đọc. Việc sở hữu một cuốn sách nào đó không phải để giành được bản thân sản phẩm, đó là thưởng thức những giá trị của sách. Nhìn từ góc độ thị trường, sách phải chứa đựng những giá trị thu hút người đọc, thể hiện ở các mặt: Kiến thức cơ bản, có tính ứng dụng; Kiến thức mới mẻ, cập nhật; Kiến thức chính xác khoa học; Diễn đạt rõ ràng, phù hợp với đối tượng độc giả; Bố cục chặt chẽ, thuyết phục; Minh họa phong phú, dễ truyền tải. Thông qua phương pháp kiểm định Cronbach's Alpha kiểm định độ tin cậy, mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát đã xây dựng ở trên. Phép kiểm định hệ số Cronbach đạt 0,901 cho thấy độ tin cậy cao của kết quả khảo sát [Bảng 5.2, PL7]. Đánh giá mức độ hài lòng về nội dung sách chính trị của độc giả trên thang đo Likert 5 điểm, sai số Std cho phép 0,674-0,81 cho kết quả như sau:



Biểu đồ 3.13: Mức độ hài lòng của độc giả đối với nội dung sách chính trị

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Tiêu chí nội dung kiến thức cơ bản, có tính ứng dụng trong thực tế/ Kiến thức có tính mới, cập nhật/ Kiến thức chính xác, khoa học/ Bố cục chặt chẽ được lựa chọn ở mức trung bình từ mức 3,5 trở lên (trung bình khoảng 3,6 đến 3,8), trong đó lựa chọn mức độ hài lòng trong khoảng 50%-60% [B10, Phụ lục 6] cho thấy độc giả hài lòng hoặc tương đối hài lòng với nội dung sách chính trị. Với đặc trưng về thể loại và nội dung phân bố tương đối đa dạng như sách giáo trình, tham khảo/chuyên khảo, sách chính trị phổ thông, sách nghiệp vụ/kỹ năng chính trị, sách được tổ chức biên soạn một cách hệ thống, chuẩn xác về quan điểm và tri thức lý luận chính trị, đồng thời có sự thống nhất cao trong tư tưởng, quan

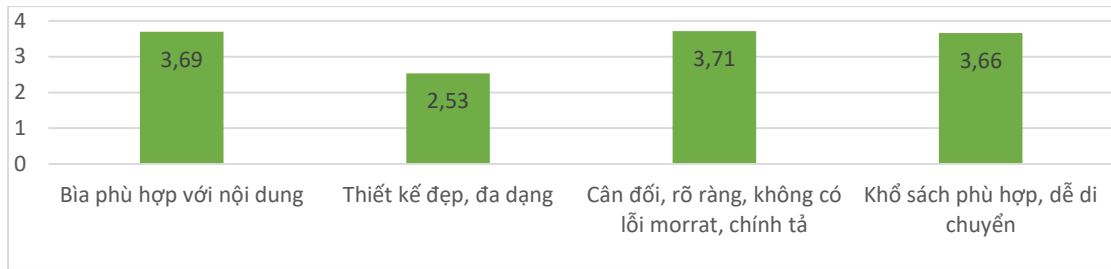
điểm chỉ đạo của Đảng và Nhà nước. Ưu điểm này cũng đã được Chỉ thị số 44-CT/TW của Ban Bí thư về đổi mới và nâng cao, chất lượng hiệu quả công tác xuất bản, phát hành và nghiên cứu, học tập sách lý luận, chính trị khẳng định.

Ngược lại, đối với ngôn ngữ diễn đạt/ minh họa phong phú, dễ truyền tải được độc giả lựa chọn ở mức đánh giá không hài lòng và tạm hài lòng (trung bình 1,42 - 2,66). Kết quả đánh giá này hoàn toàn phù hợp với lý do độc giả không thường xuyên đọc sách chính trị vì nội dung trừu tượng, diễn đạt khô khan không hấp dẫn với 442 lượt lựa chọn chiếm 73,3%; hình thức đơn giản, ít minh họa với 444 lượt lựa chọn, chiếm tỷ lệ 77,5%. Đây cũng là nhược điểm của sách chính trị so với các loại sách khác.

(2) Mức độ hài lòng về hình thức sách chính trị

Hình thức là vỏ vật chất của sách, hình thức là biểu hiện bên ngoài của sách, tức là hình thái vật chất cụ thể của sản phẩm xuất bản. Hình thức sách là khái niệm mang tính lịch sử gắn với trình độ phát triển lao động sản xuất và chịu sự tác động mạnh mẽ của khoa học - công nghệ. Ở khía cạnh nội dung, hình thức là sự biểu hiện của nội dung hạt nhân. Ở khía cạnh thẩm mỹ, hình thức đẹp thu hút về tâm lý đối với độc giả. Ở khía cạnh vật chất, hình thức sách gồm có loại hình, nhãn hiệu, khổ sách, trình bày, đóng gói, bìa sách. Hơn nữa, trình độ khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển, vật liệu tạo sách ngày càng đa dạng. Bên cạnh sách giấy truyền thống, các loại sách điện tử ở các định dạng ra đời, song hành tồn tại và phát triển. Độc giả cũng ngày quan tâm hơn đến hình thức sách, có nhiều sự lựa chọn hơn. Vì vậy, các ĐVXB trong quá trình xuất bản, tiêu thụ sách trên thị trường không chỉ phải chú trọng đến chất lượng nội dung bên trong mà còn phải chú trọng đến cả hình thức thể hiện.

Khảo sát độc giả về hình thức sách chính trị thực hiện trên thang đo Likert 5 điểm, sai số Std cho phép 0,69-0,73 kết hợp phương pháp kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha [Bảng 5.3, Phụ lục 7]. Đánh giá của độc giả trên các khía cạnh: hình thức tương ứng với nội dung, yếu tố thẩm mỹ, kết cấu vật chất cho biết độc giả Khá hài lòng - Hài lòng... ở mức điểm từ 3,6-3,7.



Biểu đồ 3.14: Mức độ hài lòng của độc giả đối với hình thức sách chính trị
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

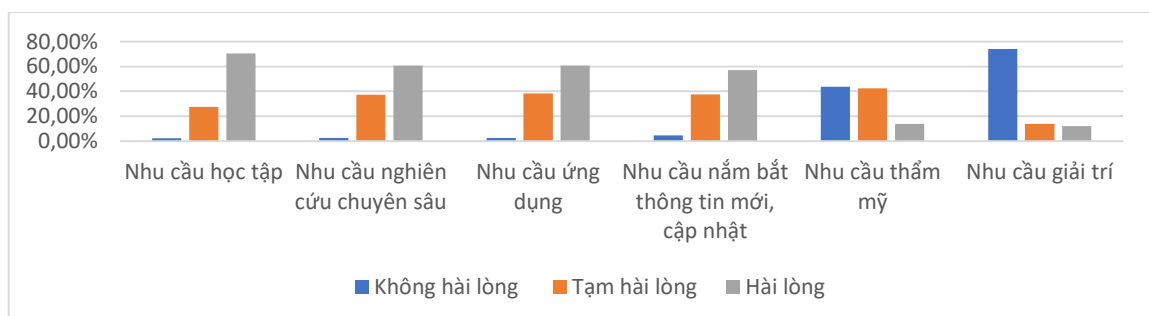
So với các loại sách khác có minh họa nổi bật, đa dạng kênh hình và kênh chữ thì sách chính trị thể hiện chủ yếu bằng kênh chữ. Biên tập viên cho biết, sách chính trị là loại sách tương đối đặc biệt. Ý tưởng trình bày thiết kế thường hướng đến sự đơn giản, tinh tế. Tổng thể cần rõ ràng, hài hòa sao cho nổi bật cấu trúc, nội dung, chủ đề. Song ở phương diện người tiếp nhận, độc giả vẫn mong muốn có thiết kế đẹp, đa dạng cùng sự thể hiện đa dạng hơn hình thức sách chính trị [B2]. Về chất liệu tạo sách, thị trường sách chính trị hiện nay, sách giấy vẫn chiếm ưu thế chủ đạo. Từ năm 2016, các ĐVXB ứng dụng công nghệ số hóa và tạo sách điện tử đạt kết quả đáng ghi nhận. Hàng ngàn đầu sách chính trị được số hóa cung cấp miễn phí trên các nền tảng trực tuyến như stbook.vn, thuvienoso.vn, tulieuvankiendang.com.vn... Ông Nguyễn Minh Tuấn cho biết, tăng cường sách điện tử và sách đa phương tiện là phương tiện nhanh nhất tiếp cận bạn đọc. Bên cạnh số hoá một lượng lớn sách, NXB chú trọng xây dựng các tủ sách cho bạn đọc miễn phí trên các nền tảng của NXB. Đồng thời, NXB chú trọng sản xuất sách tinh gọn, sách bỏ túi dành cho bạn đọc miễn phí mang đi mọi lúc, mọi nơi [77].

Khảo sát thói quen của độc giả về sử dụng các loại hình sách điện tử cho thấy, độc giả lựa chọn mức điểm từ Kiến nghị thực hiện hiệu quả chủ trương, chính sách, pháp 3 trở lên với 527 lượt, tỷ lệ 89,9%, trong đó Thường xuyên và Rất thường xuyên lựa chọn 333 lượt, tỷ lệ 56,8%. Đối với sách nói, lượt bình chọn mức điểm từ 3 trở lên chỉ 294 lượt, tỷ lệ 50,2% [B16, PL6]. Điều này cho thấy, độc giả dần hình thành thói quen sử dụng các dạng sách điện tử bởi tính tiện dụng, nhanh chóng và giá thành rẻ.

3.2.3.3. Mức độ đáp ứng nhu cầu của độc giả

Nhu cầu của độc giả là yếu tố cơ bản cấu thành thị trường xuất bản phẩm, được coi là nền tảng văn hóa thị trường, hiệu quả xuất bản sách. Nhu cầu là yếu tố có thể lượng hóa được. Nghiên cứu thị trường chỉ ra rằng, nhu cầu là những gì cơ bản con người cần đến, được định hình bởi thị hiếu cá nhân và môi trường văn hóa - xã hội. Nhu cầu độc giả cũng rất phức tạp, vừa có tính đa dạng, vừa phân cấp lại chuyên biệt. Độc giả khác nhau có nhu cầu khác nhau; ngay trong một độc giả cũng tồn tại nhiều nhu cầu.

Tính phân cấp cũng là đặc trưng của nhu cầu độc giả. Ở góc độ phân tầng tri thức, tính phân cấp của nhu cầu thể hiện ở các cấp độ nhận thức về tri thức từ thấp lên cao theo mô hình kim tự tháp. Đối với tri thức chính trị, lớp thứ nhất là tri thức phổ cập, phổ thông tiêu biểu là sách giáo dục, giáo khoa, giáo trình cơ sở; lớp thứ hai là tri thức nghiệp vụ/kỹ năng; lớp thứ ba là tri thức chuyên ngành và lớp thứ tư là tri thức lý luận, học thuật chuyên sâu. Ở góc độ tìm kiếm và thỏa mãn, nhu cầu được phân cấp theo mức độ phổ biến: nhu cầu học tập, nhu cầu nghiên cứu; nhu cầu ứng dụng trong thực tế (đời sống, công việc); nhu cầu nắm bắt thông tin mới; nhu cầu thẩm mỹ; nhu cầu giải trí [106, 268-269]. Mức độ đáp ứng nhu cầu của độc giả là tiêu chí đo lường sự thỏa mãn các loại nhu cầu độc giả. Đánh giá được thực hiện trên thang đo Likert 5 điểm, sai số Std cho phép 0,663-0,972 cho kết quả đánh giá trên các mặt như sau:



Biểu đồ 3.15: Mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Một, nhu cầu học tập, tìm kiếm tri thức là hoạt động tâm lý phổ biến nhất, bắt nguồn từ nhu cầu phát triển và tự hoàn thiện của con người. Nhu cầu này tập trung vào các đối tượng học sinh, sinh viên, học viên đang học tập ở các

bậc trung học, cao đẳng, đại học, lý luận chính trị. Khảo sát về mức độ áp ứng nhu cầu học tập, độc giả lựa chọn mức điểm trung bình 3,79 điểm với 414 lượt, tỷ lệ 70,56 và 68% độc giả lựa chọn thường đọc sách giáo trình.

Hai, nhu cầu nghiên cứu là hoạt động tâm lý nhằm tìm kiếm tri thức chuyên sâu, từ đó có những công trình nghiên cứu, phát minh phục vụ đời sống chính trị, xã hội. Nhu cầu này tập trung vào các đối tượng nhà khoa học, chuyên gia. Khảo sát về mức độ áp ứng nhu cầu nghiên cứu chuyên sâu, độc giả lựa chọn mức điểm trung bình 3,68 điểm với 512 lượt lựa chọn, chiếm tỷ lệ 60,2%. Trong đó, 46,2% độc giả lựa chọn thường đọc sách tham khảo/chuyên khảo, 29% độc giả lựa chọn các loại sách tra cứu.

Ba, nhu cầu ứng dụng trong thực tế là nhu cầu tìm kiếm giá trị thực dụng từ sách, giúp người đọc giải quyết một số vấn đề trong học tập, công việc. Loại sách có tính thực dụng cao như sách công cụ, tài liệu hướng dẫn, sách nghiệp vụ, sách tra cứu - chỉ dẫn, sổ tay. Khảo sát về mức độ áp ứng nhu cầu ứng dụng trong thực tế, độc giả lựa chọn mức điểm 3,6 với 512 lượt, tỷ lệ 60,6%. Trong đó, 29,1% độc giả lựa chọn thường đọc sách nghiệp vụ/kỹ năng chính trị.

Bốn, nhu cầu nắm bắt thông tin mới là nhu cầu muốn tìm kiếm sự mới lạ trong nội dung sách, phản ánh những kết quả mới, tư tưởng mới thuộc lĩnh vực tri thức chính trị độc giả quan tâm. Tâm lý cầu tân của độc giả phản ánh mong muốn ở những mức độ khác nhau. Đối với sách chính trị, có thể là tính mới về đề tài, nội dung, phong cách diễn đạt hay tìm hiểu về lĩnh vực tri thức mới. Khảo sát về mức độ áp ứng nhu cầu nắm bắt thông tin mới, độc giả lựa chọn mức điểm 3,5 với 500 lượt, tỷ lệ 57,2%.

Năm, nhu cầu thẩm mỹ là nhu cầu độc giả hướng đến giá trị nghệ thuật của xuất bản phẩm. Thông thường, tâm lý này biểu hiện chủ yếu trong việc mua các xuất bản phẩm nghệ thuật. Tuy nhiên, trình độ thẩm mỹ của độc giả không ngừng nâng cao, một cuốn sách hay phải là một cuốn sách đẹp, bảo đảm các yếu tố mỹ quan. So với các nhu cầu khác, nhu cầu thẩm mỹ không phải là nhu cầu cấp thiết cần đáp ứng của độc giả. Đánh giá của độc giả về mức độ đáp ứng

nhu cầu thẩm mỹ của sách chính trị tương đối thấp với mức điểm dưới 3 - 43,7% Không hài lòng.

Sáu, nhu cầu giải trí cũng không phải là nhu cầu chủ yếu của độc giả sách chính trị. Tuy nhiên, trong phạm vi thị trường, đây là nhu cầu đa dạng nhất, hướng tới mọi đối tượng. Nếu như nhu cầu thẩm mỹ hướng tới tìm kiếm vẻ đẹp hình thức thì nhu cầu giải trí hướng tới giải toả tinh thần. Nhu cầu giải trí xuất hiện chủ yếu ở sách văn hóa - nghệ thuật, ít xuất hiện ở sách chính trị. Vì vậy, đánh giá của độc giả ở mức độ đáp ứng nhu cầu này cũng không cao. Đánh giá của độc giả về nhu cầu thẩm mỹ tương đối thấp với mức điểm dưới 2 - 74% Không hài lòng.

Như vậy, khảo sát các đối tượng độc giả phần nào cho thấy mức độ đáp ứng nhu cầu cơ bản của độc giả về học tập, nghiệp cứu, ứng dụng trong công việc, cập nhật tri thức mới. Sự tương quan giữa tiêu chí mức độ ảnh hưởng thị trường và tiêu chí mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả cho thấy, xuất bản sách chính trị phần nào thực hiện được mục tiêu kinh tế và mục tiêu xã hội.

3.2.3.4. Mức độ nhận thức của độc giả

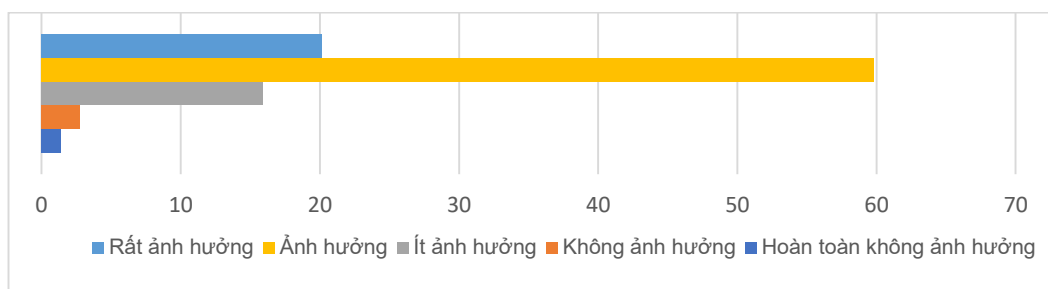
Nhận thức độc giả là một quá trình từ thấp đến cao. Nhận thức là quá trình tiếp thu kiến thức, phản ánh hiện thực khách quan diễn ra trong bộ não con người. Sách chính trị tác động toàn diện vào ý thức chính trị: cung cấp tri thức chính trị nền tảng, hình thành niềm tin chính trị, từ đó hướng dẫn hành động chính trị. Nhận thức của độc giả được đánh giá trên hai bình diện cơ bản là kiến thức và niềm tin.

(1) Về kiến thức

Kiến thức là những hiểu biết có được do học tập hoặc trải nghiệm [60, 663]. Trên thực tế, độc giả tiếp nhận thông tin tri thức từ các kênh truyền thông đại chúng trong đó, sách cung cấp cho người đọc thông tin đầy đủ và sâu sắc. Mortimer J.Adler và Charles Van Dorren cho rằng, đọc sách là quá trình vận dụng trí óc để suy ngẫm về những con chữ mà không có sự trợ giúp nào từ bên ngoài; nhờ đó, trí tuệ người đọc nâng lên một tầng cao mới, từ hiểu ít đến hiểu nhiều [1,32]. Trên cơ sở mục tiêu xuất bản sách chính trị, tác giả triển khai khảo

sát đánh giá ở 3 nội dung cơ bản: (1) Sự hiểu biết về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sự hiểu biết lịch sử, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; (3) Sự hiểu biết về các quan điểm sai trái, thù địch và âm mưu diễn biến hòa bình, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Thông qua phương pháp kiểm định Cronbach's Alpha kiểm định độ tin cậy, mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát đã xây dựng. Phép kiểm định hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,907 cho thấy độ tin cậy của kết quả khảo sát [Bảng 4, PL7].

Thứ nhất, mức độ hình thành sự hiểu biết về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Tuyên truyền, phổ biến chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh là nhiệm vụ chính trị trọng tâm của xuất bản sách chính trị. Sự truyền bá của sách có vẻ chậm hơn các phương tiện khác nhưng không thể phủ nhận hàm lượng tri thức tích lũy trong đó. Sách không phải là phương tiện duy nhất giúp độc giả hình thành tri thức nhưng là phương tiện quan trọng. Khảo sát độc giả về mức độ trang bị kiến thức của sách chính trị về sự hình thành hiểu biết chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh cho thấy: 468 lượt độc giả lựa chọn mức điểm 4 và 5, chiếm tỷ lệ 80%. Nhóm độc giả lựa chọn mức điểm 4 và 5 làm việc trong khu vực cơ quan nhà nước. 20% độc giả còn lại cho rằng sách chính trị ít ảnh hưởng và Không ảnh hưởng đến họ. Đối tượng lựa chọn mức điểm dưới 3 là nhóm độc giả nghề nghiệp làm việc khu vực ngoài nhà nước. Điều này cho thấy yếu tố nghề nghiệp ảnh hưởng lớn đến độc giả sách chính trị.



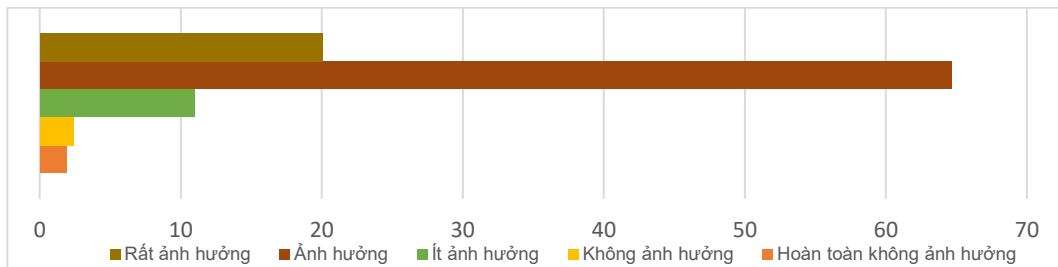
Biểu đồ 3.16: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Thứ hai, mức độ hình thành sự hiểu biết lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, tình hình chính trị trong nước và thế giới. Từ cơ cấu sách chính trị cho thấy, sách về Đảng, sách lý luận và chính trị Việt Nam

là hai loại sách chiếm tỷ trọng cao tại các ĐVKS. Nội dung sách phản ánh tương đối đầy đủ, cập nhật chủ trương, đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước. Theo kết quả khảo sát, hướng đề tài xuất bản chủ yếu những năm qua như: Văn kiện Đảng; Nghiệp vụ đảng và xây dựng Đảng trong sạch vững mạnh; Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và lịch sử đảng bộ địa phương, cơ quan; lý luận về nhà nước, giai cấp, cách mạng; tổng kết thành tựu đổi mới của Việt Nam; các vấn đề nóng như tham nhũng, dân tộc, tôn giáo, an ninh quốc phòng, ngoại giao và quan hệ quốc tế... So với mảng sách chính trị khác, đây là mảng sách có sự biến động rõ rệt về số lượng và nội dung sách. Điểm này phản ánh nhiệm vụ chính trị, truyền truyền của xuất bản sách.

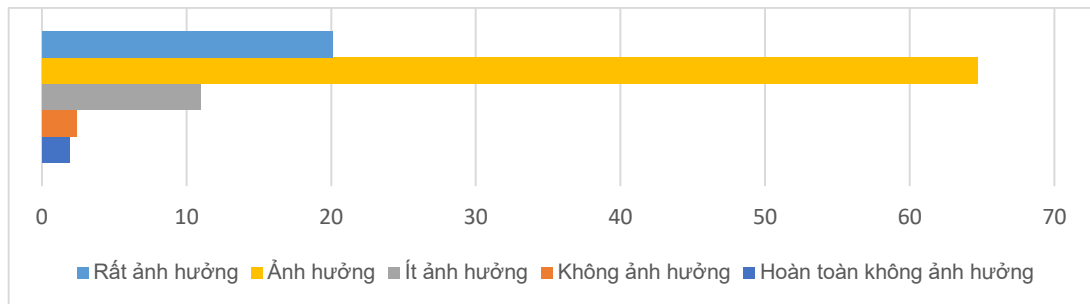
Khảo sát độc giả về mức độ trang bị kiến thức của sách chính trị về tiêu chí này cho thấy: 494 lượt độc giả lựa chọn mức điểm 4 và 5, chiếm tỷ lệ 84,7%, 15,3% độc giả còn lại cho rằng sách chính trị ít ảnh hưởng và Không ảnh hưởng đến họ. Đối tượng lựa chọn mức điểm 1,2 là nhóm độc giả công việc ít tiếp xúc với mảng sách này.



Biểu đồ 3.17: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết về lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Thứ ba, sự hiểu biết về các luận điểm sai trái, thù địch, tích cực chủ động bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Đấu tranh phản bác quan điểm sai trái, thù địch bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng là nhiệm vụ chính trị trung tâm, chưa bao giờ đặt ra bức thiết như hiện nay. Nghị quyết 35-NQ/TW ngày 22-10-2018 của Bộ Chính trị về “tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch” khẳng định quan điểm: lấy bảo vệ là chính kết hợp đấu tranh phản bác quan điểm sai trái thù địch trong tình hình hiện nay. Xuất bản sách chính trị phục vụ nhiệm vụ xây và chống, bảo vệ và

đấu tranh bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, thể hiện rõ trong cơ cấu sách trọng điểm. Trong đó, xuất bản sách tập trung các nhiệm vụ chính trị chủ đạo: bảo vệ lý luận chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, khẳng định và giữ vững vai trò của Đảng Cộng sản Việt Nam, vạch trần các âm mưu, thủ đoạn xuyên tạc, diễn biến hòa bình. Khảo sát độc giả về mức độ trang bị kiến thức của sách chính trị về sự hình thành hiểu biết về các luận điểm sai trái, thù địch, tích cực chủ động bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, cho thấy: 462 lượt độc giả lựa chọn mức điểm 4 và 5, chiếm tỷ lệ 79,66%. 20,34 % độc giả còn lại cho rằng sách chính trị ít ảnh hưởng và Không ảnh hưởng đến họ. Đối tượng lựa chọn mức điểm 1,2 là nhóm độc giả công việc không thường xuyên tiếp xúc với loại sách này.



Biểu đồ 3.18: Tự đánh giá của độc giả về mức độ hình thành sự hiểu biết về các luận điểm sai trái, thù địch, tích cực chủ động bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

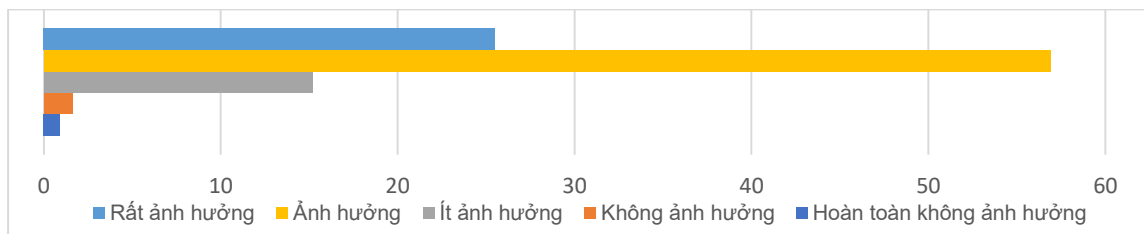
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

(2) Về niềm tin

Niềm tin là hệ thống tri thức, quan điểm về tự nhiên, xã hội, con người được chủ thể trực tiếp trải nghiệm và xác nhận tính đúng đắn, trở thành niềm tựa tinh thần của mỗi người [44, 276]. Niềm tin chính trị là biểu hiện của tâm lý chính trị, một bộ phận của ý thức chính trị nằm trong mỗi con người. Niềm tin là tiêu chí trừu tượng, rất khó nhận biết. Niềm tin ở nhiều cấp độ: niềm tin giữa cá nhân và cá nhân, niềm tin cá nhân đối tổ chức; niềm tin đối với xã hội. Niềm tin không tự nhiên mà có mà phải hình thành trên cơ sở của sự hiểu biết tương đối về đối tượng. Mục tiêu của sách chính trị là cung cấp kiến thức chính trị nền tảng cho độc giả. Từ mục tiêu chính trị tư tưởng của xuất bản sách, nội dung khảo sát như sau: (1) Sự tin tưởng vào hệ tư tưởng của chủ nghĩa Mác-

Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Sự tin tưởng sự lãnh đạo của Đảng, chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; (3) Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch. Phép kiểm định hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,912 [Bảng 5, PL7] cho phép đưa ra kết luận có độ tin cậy.

Sự tin tưởng vào hệ tư tưởng chủ nghĩa Mác-Lênin, Hồ Chí Minh là cơ sở tồn tại và phát triển xã hội xã hội chủ nghĩa. Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội năm 1991, được bổ sung, phát triển năm 2011 và văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc thời kỳ đổi mới đều khẳng định: Đảng ta lấy chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh làm nền tảng tư tưởng của Đảng, kim chỉ nam cho hành động cách mạng. Đồng thời, Đảng yêu cầu toàn Đảng và mỗi cán bộ, đảng viên phải “kiên định chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, vận dụng sáng tạo và phát triển phù hợp với thực tiễn Việt Nam”[29]. Khảo sát độc giả về sự tin tưởng chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh cho thấy: 478 lượt độc giả lựa chọn mức điểm 4 và 5, chiếm tỷ lệ 82,4%. 17,6 % độc giả còn lại cho rằng sách chính trị ít ảnh hưởng và không ảnh hưởng đến họ.

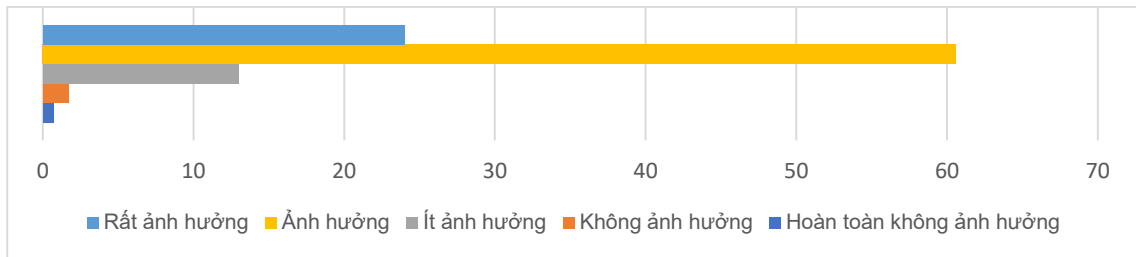


Biểu đồ 3.19: Tự đánh giá của độc giả về sự tin tưởng vào hệ tư tưởng chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

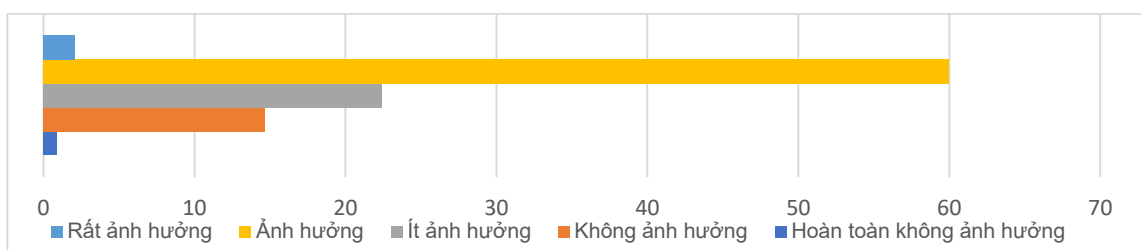
Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội Việt Nam (2013) khẳng định Đảng Cộng sản Việt Nam là đội tiên phong của giai cấp công nhân, đồng thời là đội tiên phong của nhân dân lao động và dân tộc Việt Nam, gắn bó mật thiết, phục vụ và chịu sự giám sát của Nhân dân. Lịch sử đã chứng minh niềm tin vào sự lãnh đạo của Đảng nhân tố quyết định sự thành công của sự nghiệp cách mạng và xây dựng đất nước. Một bộ phận độc giả được khảo sát (60,6%) cho biết sách chính trị có ảnh hưởng đến hình thành sự tin tưởng vào sự lãnh đạo của

Đảng. Độc giả lựa chọn thang điểm 4 và 5 phần lớn đang làm việc trong khối cơ quan nhà nước, trường học/học viện.



Biểu đồ 3.20: Tự đánh giá của độc giả về sự tin tưởng sự lãnh đạo của Đảng
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch là nội dung trọng yếu cần định hình trong xã hội. Hoạt động phá hoại tư tưởng có vị trí đặc biệt trong chiến lược diễn biến hòa bình của chủ nghĩa đế quốc, được chúng thực hiện trên hai phương diện: tuyên truyền chống chủ nghĩa xã hội và thành lập các tổ chức chính trị đối lập để tiến hành phá hoại. Để hình thành các tổ chức chính trị đối lập, chúng chú ý tìm kiếm, lôi kéo các phần tử thoái hóa, biến chất, đặc biệt là cán bộ cơ quan nhà nước, học sinh, sinh viên, công dân thiếu hiểu biết, những người bất mãn với xã hội. Giáo dục tư tưởng công dân là quá trình lâu dài và *nhẫn* nại, là sự kết hợp nhiều cơ quan, tổ chức, từ đó hình thành ý thức chính trị của công dân. Kết quả khảo sát về tự đánh giá của độc giả về tiêu chí ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm sai trái, thù địch so với hai tiêu chí nêu trên, kết quả cho thấy: 38% độc giả lựa chọn không/ít ảnh hưởng với 219 lượt lựa chọn; 62% độc giả lựa chọn mức có ảnh hưởng. Tuy nhiên, một số độc giả cũng cho rằng, năng lực của họ còn hạn chế.



Biểu đồ 3.21: Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm sai trái, thù địch
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Nhìn chung, sách chính trị có tác động tích cực đối với nhận thức của độc giả trên cả hai khía cạnh kiến thức và niềm tin chính trị. Kết quả khảo sát

thu được phổ biến ở thang điểm 4, chiếm tỷ lệ 50%-60% phần nào cho thấy hiệu quả xuất bản sách chính trị. Tương quan kết quả về mức độ nhận thức của độc giả với sự quan tâm hơn đến các loại sách chính trị, thông qua kênh khác nhau tìm kiếm sách đáp ứng nhu cầu của mình hoàn toàn có cơ sở định luận.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

3.3.1. Kết quả và hạn chế

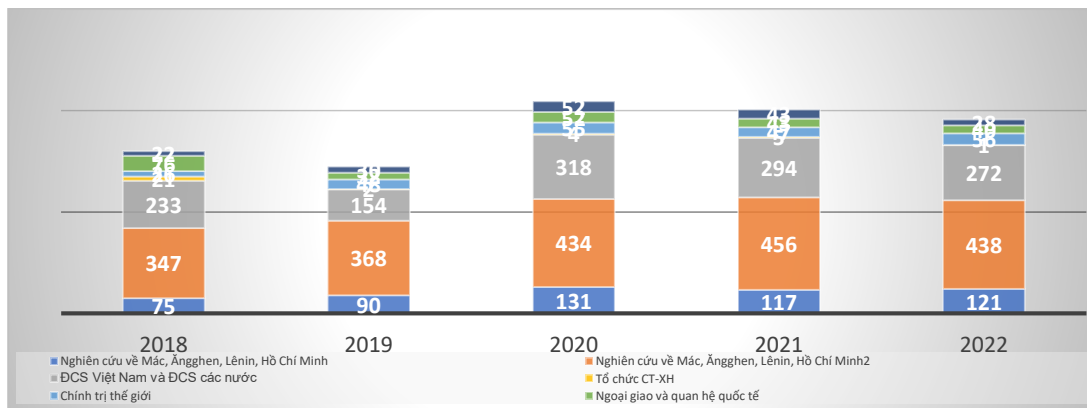
3.3.1.1. Kết quả và nguyên nhân

a. Kết quả đạt được

Phân tích thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị qua ba tiêu chí cho thấy kết quả như sau:

Thứ nhất, về mức độ định hướng chính trị, tư tưởng. Tiêu chí này được đánh giá qua qua cơ cấu sách chính trị nói chung và cơ cấu sách chính trị trọng điểm. Số liệu khảo sát trong 5 năm cho thấy, số lượng đầu sách chính trị tăng 22%.

- Cơ cấu sách đa dạng hơn hướng tới phục vụ các nhiệm vụ chính trị. Trong đó, cơ cấu sách trọng điểm được chú trọng xuất bản, tập trung các mảng sách chính là chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, sách về Đảng Cộng sản Việt Nam, sách lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam, sách phản bác quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.



Biểu đồ 3.22: Cơ cấu và số lượng sách chính trị tại 5 ĐVKs (2018-2022)

(Số liệu khảo sát của tác giả)

- Cơ cấu sách dịch hàng năm chú trọng sách dịch xuôi và sách dịch ngược. Sự gia tăng số lượng đầu sách dịch ngược cho thấy mức độ truyền thông quốc tế của sách chính trị được chú trọng gắn với quan hệ ngoại giao với các nước khu

vực và thế giới. Việc truyền bá ấn phẩm ra thị trường quốc tế có tác dụng tích cực trong phổ biến một cách chính thống giá trị chính trị, tư tưởng của Việt Nam. Điều đó phản ánh mục tiêu xuất bản những cuốn sách, bộ sách có giá trị ra tiếng nước ngoài để phục vụ cho công tác đối ngoại từ ngân sách nhà nước. Đó là con đường đối ngoại chính trị, văn hóa Việt Nam. Bên cạnh đó, việc dịch và xuất bản đầu sách chính trị có giá trị tham khảo cũng thể hiện mở rộng quan hệ hợp tác với các NXB trên thế giới.

Thứ hai, về mức độ ảnh hưởng thị trường. Tiêu chí này được đánh giá trên các mặt thể hiện quy mô thị trường sách chính trị, như: Tổng lượng sách chính trị xuất bản; Chủng loại sách chính trị, Tỷ lệ sách tái bản, Kênh phát hành, Chi phí và doanh thu... Thực trạng khảo sát về năng lực ảnh hưởng thị trường của sách chính trị cho thấy:

- Số lượng sách chính trị tuy chiếm tỷ lệ không cao trong cơ cấu sách xuất bản ở Việt Nam nhưng có sự gia tăng về số lượng và duy trì ổn định. Đó cũng là cơ sở xác lập vị trí nhất định của sách chính trị trên thị trường. Có thể thấy, hành lang pháp lý đang dần hoàn thiện, Nhà nước cũng ban hành hàng loạt các văn bản hướng dẫn thi hành cùng với các quy định pháp quy thống nhất đồng bộ cả ba khâu xuất bản, in và phát hành tạo môi trường thuận lợi cho sự phát của ngành xuất bản nói chung, xuất bản sách chính trị nói riêng. Năng lực sản xuất tính theo tỷ lệ xuất bản phẩm bình quân đầu người đạt 6,02 bản [22] đạt tỷ lệ cao nhất từ trước đến nay. Cơ cấu xuất bản sách in phân bố tương đối hợp lý, vừa đáp ứng nhu cầu thị trường, vừa bảo đảm phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng. Theo thống kê của Cục Xuất bản - In - Phát hành, cơ cấu sách in duy trì ổn định các loại sách cơ bản sau: Sách chính trị - pháp luật; Sách khoa học công nghệ, kinh tế; Sách văn hóa - xã hội; Sách giáo dục; Sách thiếu niên, nhi đồng; Sách từ điển, ngoại văn.

Sách chính trị - pháp luật là một bộ phận quan trọng của xuất bản sách Việt Nam. Đầu sách chính trị - pháp luật chiếm tỷ lệ nhỏ, nhưng tương đối ổn định, duy trì trong khoảng 6-9% [Bảng 6, PL2]. Đánh giá về đề tài, nội dung

sách, cho thấy, chú trọng xuất bản các đầu sách lý luận về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, lý luận về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa ở Việt Nam, về đường lối, chủ trương và hoạt động lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, xây dựng Đảng, các sách tuyên truyền bảo vệ chủ quyền, biên đảo, phản bác các quan điểm sai trái thù địch.

- Chúng loại sách chính trị có sự phân lớp tương đối nhỏ, đa dạng. Mỗi dòng sách có 3 đến 10 phân lớp [PL3]. Cùng sách giấy, sách điện tử phát triển nhanh về số lượng theo định hướng phát triển chiến lược của ngành. 3/5 ĐVKS về xuất bản sách chính trị đã phát triển về xuất bản điện tử, là các đơn vị dẫn đầu về xuất bản sách điện tử hiện nay.

- Tỷ lệ sách tái bản duy trì thường xuyên, tập trung vào một mảng sách có nguồn độc giả tại chỗ, như sách giáo trình, tham khảo và tài liệu học tập.

- Kênh phát hành đã có cải thiện đáng kể khi bước đầu phát triển về chiều rộng, chiều sâu sản phẩm, phân phối trên cơ sở khai thác và tận dụng, sử dụng hiệu quả các nguồn lực, hướng tới xuất bản gắn kết hơn với nhu cầu thực tế. NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Thông tin và Truyền thông đã xây dựng đồng bộ được kênh phát hành trực tiếp qua cửa hàng, hệ thống của hàng và phát hành gián tiếp qua website TMĐT.

Thứ ba, về phản hồi của độc giả. Tiêu chí đánh giá trên các mặt: mức độ tiếp cận, mức độ hài lòng, mức độ đáp ứng nhu cầu, mức nhận thức của độc giả cho thấy thực trạng tiếp nhận và tác động đến kiến thức, niềm tin của độc giả.

- Mức độ tiếp cận với sách chính trị của độc giả. Về lý luận, tiêu chí này cho biết hiệu quả của kênh phát hành sách chính trị, qua đó, sách đến với người sử dụng và thực hiện giá trị. Từ thực trạng cho thấy, độc giả có xu hướng chủ động tiếp cận với sách chính trị qua các kênh TMĐT và cửa hàng sách. Độc giả quan tâm nhiều đến sách về thực tiễn chính trị Việt Nam, sách chính trị thế giới, sách ngoại giao và quan hệ quốc tế. Tuy nhiên, ngoại trừ, sách về thực tiễn chính trị Việt Nam có tỷ trọng xuất bản tương đối lớn, sách chính trị thế giới, sách ngoại giao và quan hệ quốc tế tỷ trọng tương đối nhỏ (khoảng 5%). Hơn nữa,

thời gian đọc sách chính trị của độc giả trung bình 1-4 giờ/tuần, 1-3 cuốn sách/năm cũng cho thấy sự quan tâm của độc giả đối với loại sách này, đặc biệt phục vụ cho nhu cầu học tập là chủ yếu. Tuy nhiên, nếu chỉ dừng lại ở đó thì không đủ động lực cho sự mở rộng mảng sách này. Bởi, sách chính trị tương đối phong phú về nội dung mà các ĐVXB có thể tiếp tục khai thác ở các khía cạnh nội dung, hình thức để gần gũi hơn với độc giả.

- Mức độ hài lòng của độc giả đối với sách chính trị về nội dung và hình thức. Từ góc độ thị trường, sách phải chứa đựng những giá trị thu hút người đọc, thể hiện ở các mặt: Kiến thức cơ bản, có tính ứng dụng; Kiến thức mới mẻ, cập nhật; Kiến thức chính xác, khoa học; Diễn đạt rõ ràng, phù hợp với đối tượng độc giả; Bố cục chặt chẽ, thuyết phục; Minh họa phong phú, dễ truyền tải... đã nhận được sự thừa nhận của độc giả. Các đầu sách chính trị nhận được giải sách hay, sách đẹp của Giải thưởng sách quốc gia Việt Nam hàng năm.

- Mức độ đáp ứng nhu cầu của độc giả đối với sách chính trị. Thị trường luôn gắn liền với nhu cầu độc giả. Kết quả khảo sát về nhu cầu độc giả cho thấy: (1) Nhóm nhu cầu về học tập, nghiên cứu chuyên sâu, ứng dụng trong thực tế (đời sống, công việc), nắm bắt thông tin mới đang được đáp ứng ở mức độ cao nhất; (2) Nhóm nhu cầu về thẩm mỹ, giải trí đáp ứng ở mức độ thấp nhất. Kết quả này đã cho thấy, xuất bản sách chính trị hướng tới mục tiêu giáo dục, phổ biến kiến thức đạt được kết quả tốt.

- Mức độ nhận thức của độc giả. Sách chính trị tác động toàn diện vào ý thức chính trị: cung cấp tri thức chính trị nền tảng, hình thành niềm tin chính trị, từ đó hướng dẫn hành động chính trị. Nhận thức của độc giả được đánh giá trên hai bình diện cơ bản là kiến thức và niềm tin với kết quả khảo sát cho thấy: kiến thức, niềm tin của độc giả có tác động đáng kể. Về kiến thức, sách chính trị góp phần hình thành sự hiểu biết cơ bản của độc giả về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, về sự hiểu biết lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, tình hình chính trị trong nước và thế giới; sự hiểu biết về các luận điểm sai trái, thù địch, tích cực chủ động bảo vệ nền tảng tư

tương của Đảng ở mức độ trên 60%. Đây cũng là tác động tích cực và hiệu quả của sách chính trị. *Về niềm tin*, sách chính trị góp phần hình thành niềm tin của độc giả. Đó là sự tin tưởng vào hệ tư tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; sự tin tưởng vào sự lãnh đạo của Đảng, chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước và ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch, với tỷ lệ ảnh hưởng trên 58%. Đây là nền tảng tư tưởng cốt lõi quan trọng, cơ sở tồn tại và phát triển, xây dựng thành công chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.

b. Nguyên nhân của kết quả

Hiệu quả xuất bản sách chính trị các mặt chính trị, kinh tế và xã hội với các kết quả đạt từ ba nguyên nhân cơ bản sau:

Một là, Đảng và Nhà nước chỉ đạo, hướng dẫn cụ thể đối với hoạt động xuất bản sách chính trị, nội dung sách chính trị. Nhà nước có cơ chế, chính sách hỗ trợ đối sách chính trị, đặc biệt đối với các loại sách chính trị phục vụ nhiệm vụ chính trị; đầu tư cơ sở vật chất, công nghệ góp phần thay đổi phương thức xuất bản sách chính trị.

Hai là, các ĐVXB từng bước thay đổi tư duy xuất bản, nâng cao năng lực xuất bản, nắm bắt yêu cầu nhiệm vụ chính trị, tư tưởng, khai thác nhu cầu thị trường, thích nghi với điều kiện kinh tế thị trường. Các ĐVXB tích cực trong mọi khâu xuất bản, phối hợp các cơ quan liên quan xuất bản nhiều chủng loại sách phục vụ từ phục vụ công tác đào tạo, bồi dưỡng lý luận chính trị đến thoả mãn các nhu cầu đa dạng của độc giả... Những kết quả xuất bản không chỉ mang lại doanh thu cho ĐVXB mà qua đó, góp phần củng cố niềm tin của độc giả vào chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh cùng định hướng phát triển của Việt Nam.

Ba là, trình độ học vấn của độc giả sách chính trị ngày càng cao. Tri thức sách chính trị tương đối rộng, từ tri thức phổ thông đến tri thức chuyên, tri thức chính trị cũng tương đối đặc thù với nhiều nội dung khoa học chính trị, trừu tượng, khó tiếp nhận ở một bộ phận độc giả. Vì vậy, trình độ học vấn, nhu cầu

của độc giả là nguyên nhân tác động đến hiệu quả xuất bản sách chính trị. Số liệu khảo sát độc giả cho thấy, 60,3% độc giả có trình độ đại học, 27% độc giả có trình độ tiến sĩ, 6,7% độc giả có trình độ tiến sĩ, cùng với nhu cầu học tập, nghiên cứu, ứng dụng thực tế công việc tác động tích cực hiệu quả xuất bản sách chính trị.

3.3.1.2. Hạn chế và nguyên nhân

a. Một số hạn chế

Từ khảo sát, phân tích thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị, một số hạn chế cơ bản.

Thứ nhất, mức độ định hướng chính trị, tư tưởng đang bị giới hạn trong phạm vi thị trường hẹp. Mục đích của xuất bản sách chính trị là truyền tải, lan tỏa, chia sẻ tri thức, trực tiếp góp phần vào công cuộc truyền bá chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, bảo vệ sự đúng đắn của đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, phản bác các luận điệu sai trái, xuyên tạc; đồng thời tiếp thu kiến thức, kinh nghiệm thành công, thất bại của các quốc gia. Hiệu quả chính trị là hiệu quả trung tâm của xuất bản sách trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập. Sự giới hạn thị trường của xuất bản sách chính trị thể hiện ở điểm sau:

Một là, sự giới hạn về nguồn lực tham gia xuất bản sách chính trị. Căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ và tình hình hoạt động thực tế những năm qua, NXB có số lượng đầu sách và bản sách chính trị xuất bản chiếm tỷ trọng cao nhất là NXB Chính trị quốc gia Sự thật (45%), NXB Lý luận chính trị (19%). Bên cạnh đó, các nhà NXB Công an nhân dân (22%), NXB Quân đội nhân dân (7%), NXB Thông tin và Truyền thông (8%) đóng góp tỷ trọng tương đối nhỏ trong cơ cấu sách chính trị Việt Nam⁴. Đối với các NXB khác, tỷ lệ sách chính trị càng ít hơn. Hơn nữa, xuất bản sách chính trị không thu hút nhiều các lực lượng liên kết xuất bản sách chính trị quy mô lớn như các loại sách khác trên thị trường do những đặc điểm của sách chính trị kén độc giả.

Hai là, giới hạn về nguồn lực xuất bản tại chính các ĐVXB. Hiện nay,

⁴ Nguồn: Số liệu tổng hợp của tác giả

các ĐVXB tập trung vào trọng tâm cơ cấu sách xuất bản phụ thuộc vào chức năng, nhiệm vụ, với quy mô ĐVXB tương đối nhỏ. Ngoài NXB Chính trị quốc Sự thật, lực lượng lao động trên 200 người, các ĐVXB chỉ trên dưới 50 người. Mỗi ĐVXB có sự phân định về chức năng, nhiệm vụ trong giới hạn nguồn lực hiện có, khó có thể mở rộng do đặc thù của cơ quan nhà nước.

Ba là, giới hạn thị trường trong nước chỉ ở một số bộ phận độc giả, kết nối thị trường ngoài nước còn hạn chế. Từ số liệu khảo sát cho thấy, độc giả của sách chính trị giới hạn ở cơ quan thuộc khu vực nhà nước với nhu cầu là học tập, nghiên cứu. Xuất bản sách chính trị chưa mở rộng được độc giả, cũng như hướng tới phục vụ nhu cầu khác của độc giả. Đối với thị trường nước ngoài, số lượng sách dịch còn thấp, có tới... sách dịch xuôi xuất bản theo đặt hàng của Nhà nước. Khảo sát độc giả về mức độ thường xuyên đọc sách dịch cho thấy, hơn 40,9% độc giả từ “Thỉnh thoảng” đến “Rất thường xuyên” đọc sách dịch và 49,07% độc giả cho rằng đầu sách dịch còn ít, chưa cập nhật. Hơn nữa, 34,8% độc giả từ từ “Thỉnh thoảng” đến “Rất thường xuyên” tự đặt mua sách từ nước ngoài để đáp ứng nhu cầu của mình. Sách dịch ngược là kết quả bước đầu của chính sách “vươn ra thế giới” với nhiều dự án dịch và xuất bản sách chính trị giới thiệu với bạn đọc quốc tế. Hiện nay, sách dịch ngược chủ yếu là tiếng Lào, trong quan hệ hợp tác xuất bản giữa hai nước.

Thứ hai, mức độ ảnh hưởng thị trường còn yếu. Mức độ ảnh hưởng thị trường đòi hỏi cần có sự mở rộng về số lượng và chủng loại sách nhằm khai mở, đáp ứng các loại nhu cầu khác nhau. Mức độ ảnh hưởng thị trường càng cao cho thấy khả năng chiếm lĩnh thị trường của ĐVXB càng lớn. Trên phương diện này, xuất bản sách chính trị khó cạnh tranh với ĐVXB khác trên thị trường để bứt phá.

Một là, số lượng và cơ cấu sách tập trung vào các mảng sách hàm lượng lý luận cao, chênh lệch tỷ trọng giữa các mảng sách. Từ biểu đồ so sánh phân bố cơ cấu sách chính trị cho thấy các sách chiếm tỷ trọng thấp nhất như: Sách về tổ chức chính trị-xã hội (1,2%), sách về chính trị thế giới (5,1%), sách ngoại giao và quan hệ quốc tế (5,3%) đang chiếm tỷ trọng thấp. Về loại sách, sách giáo trình, tài liệu học tập chiếm tỷ trọng cao. Điều đó thể hiện sự mất cân đối

về đề tài xuất bản cũng như phân bổ nguồn lực cần thiết bảo đảm cân bằng cho xuất bản sách chính trị.

Hai là, tỷ lệ sách tái bản còn thấp, chủ yếu là sách tham khảo, giáo trình và tài liệu học tập, tỷ lệ trung bình 15%/năm.

Ba là, kênh phát hành sách và năng lực phát hành sách còn có sự chênh lệch khá lớn giữa các ĐVXB. Ngoài NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Thông tin và Truyền thông thì các ĐVXB vẫn chưa đủ khả năng phát triển xuất bản điện tử và phân phối điện tử, cũng như khai thác tiềm năng của kênh phân phối trung gian.

Bốn là, tồn tại vấn đề chi phí và doanh thu. Chi phí xuất bản cũng giống các loại sách khác, thậm chí hàm chứa lượng giá trị cao nhưng giá cả lại tương đối thấp, hơn nữa số lượng bản in không nhiều. Hơn nữa, tình trạng in lậu sách chính trị tương đối nghiêm trọng, ảnh hưởng lớn nguồn thu các ĐVXB.

Thứ ba, mức độ phản hồi của độc giả không đồng nhất của các nhóm độc giả. Điều này cho thấy sự phân hoá độc giả tương đối rõ nét về nhận thức, về nhu cầu và cả ý thức tham gia vào quá trình xuất bản. Sự quan tâm của độc giả đối với sách chính trị không đồng nhất ở các đối tượng bởi nghề nghiệp và nhu cầu độc giả không giống nhau. Khảo sát trên 6 đối tượng chính có mức độ thường xuyên đọc sách chính trị: cán bộ, viên chức nhà nước; giảng viên, nghiên cứu viên; sinh viên; sĩ quan quân đội/công an và các các đối tượng khác. Điểm đáng lưu ý trong sự lựa chọn của các đối tượng độc giả là sách giáo trình chiếm tỷ lệ cao nhất, đạt 68%, sách tham khảo, chuyên khảo ở mức độ thường xuyên, đạt tỷ lệ 46,2%, sách phổ biến tri thức chính trị phổ thông, sách nghiệp vụ kỹ năng chính trị, sách tra cứu ít được lựa chọn hơn [B9, PL6].

Bên cạnh đó, hành vi đọc sách không thường xuyên. Đa phần độc giả sách chính trị lựa chọn cách đọc nhanh, kiếm tìm thông tin cần thiết. Hơn nữa, mức độ thường xuyên và thói quen đọc sách chính trị của độc giả không cao, thấp hơn mức trung bình thời gian đọc sách tối thiểu. Đa phần độc giả chưa hài lòng với ngôn ngữ diễn đạt, trình bày sách chính trị. Lý do độc giả không thường xuyên đọc sách chính trị vì nội dung trừu tượng, diễn đạt khô khan

không hấp dẫn với 442 lượt lựa chọn chiếm 73,3%; hình thức đơn giản, ít minh họa với 444 lượt lựa chọn, chiếm tỷ lệ 77,5%. Đây cũng là nhược điểm cơ bản của sách chính trị cần được khắc phục. Độc giả cảm thấy khó khăn để tiếp nhận sách chính trị thì hiệu quả xã hội cũng không thực hiện được.

b. Nguyên nhân của hạn chế

Những hạn chế về hiệu quả xuất bản sách chính trị ở các khía cạnh trên xuất phát từ một số nguyên nhân cơ bản.

Một là, nguyên nhân từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản sách chính trị. Chủ trương, chính sách của về xuất bản sách chính trị chưa thực hiện một cách đồng bộ. Từ Chỉ thị 20-CT/TW đến Chỉ thị 44-CT/TW của Ban Bí thư chỉ đạo cụ thể xuất bản sách chính trị, nhưng đến nay vẫn chưa có chương trình quốc gia mang tính chiến lược, dài hạn thể hiện chiến lược, tầm nhìn để tạo sự chuyển biến về quy mô, hiệu quả xuất bản sách chính trị. Công tác quản lý của cơ quan chức năng, bản thân các ĐVXB chưa theo sát yêu cầu của thực tiễn xuất bản sách chính trị hiện nay cần kết hợp cả yếu tố chính trị, tư tưởng và yếu tố kinh tế. “Ranh giới mờ” giữa các yếu tố làm cho các chính sách đầu tư, khuyến khích cho sách chính trị chưa thật triệt để. Dù là loại sách chính trị nào, phục vụ đối tượng nào, thì xuất bản sách chính trị cũng đòi hỏi sự đầu tư lớn về thời gian, nhân lực, tài chính và cần hỗ trợ chính sách từ Nhà nước để huy động lực lượng xuất bản và phổ biến đến công chúng. Hơn nữa, các cấp, các ĐVXB chưa nhận thức đầy đủ về vai trò, nhiệm vụ quan trọng của xuất bản sách chính trị và sự cần thiết tham gia xuất bản sách chính trị của toàn ngành xuất bản.

Hai là, nguyên nhân từ phương diện nghiệp vụ của các ĐVXB. Mặc dù các ĐVXB đã cải thiện đáng kể về trình độ quản lý, nghiệp vụ xuất bản nhưng chưa đáp ứng yêu cầu của nhiệm vụ kép. Hầu hết các ĐVXB hiện nay quản lý NXB theo mô hình cơ quan hành chính nhà nước, chưa thật sự thay đổi về chất theo tư duy đơn vị kinh doanh trên thị trường. Chính vì, từ khâu đề tài đến phát hành chưa có thay đổi để vừa nâng cao hiệu quả xuất bản chính trị, vừa nâng cao hiệu quả kinh tế. Những đánh giá của độc giả cho thấy, sách chính trị chưa

tiếp cận được với đông đảo độc giả. Bởi vì, ngoài việc học tập, nghiên cứu thì sách chính trị chưa thật sự cần thiết đối độc giả; nội dung, hình thức sách chính trị chưa cạnh tranh được các loại sách để hấp dẫn độc giả...

Ba là, độc giả sách chính trị tương đối đặc biệt. Từ số liệu khảo sát cho thấy, độc giả sách chính trị thường có trình độ học vấn, hiểu biết về lý luận, nghề nghiệp có liên quan đến chính trị. Nếu chỉ giới hạn trong một bộ phận độc giả thì đây là thách thức với việc nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị.

3.3.2. Những vấn đề đặt ra

Từ phân tích kết quả, hạn chế cùng những nguyên nhân của kết quả và hạn chế, xét trong mối tương quan giữa các hiệu quả xuất bản, những vấn đề đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị tập trung ở các điểm, đó là: mâu thuẫn giữa thực hiện mục tiêu chính trị tư tưởng với tiếp nhận có giới hạn của thị trường, mâu thuẫn giữa mục tiêu kinh tế của xuất bản với đòi hỏi của sản xuất trong điều kiện kinh tế thị trường; mâu thuẫn giữa mục tiêu nâng cao nhận thức của độc giả với khả năng tiếp cận với độc giả.

3.3.2.1. Mâu thuẫn giữa mục tiêu chính trị, tư tưởng với tiếp nhận có giới hạn của thị trường

Dù ở quốc gia xã hội chủ nghĩa hay tư bản chủ nghĩa, xuất bản đều mang tính tư tưởng, tức là chủ thể xuất bản luôn phải đứng trên một địa vị giai cấp nhất định, phục vụ cho một chế độ, đảng phái hoặc tổ chức chính trị cụ thể. Có lẽ vì vậy, ngành xuất bản luôn được coi là cửa sổ chính sách của một quốc gia. Ngay cả nước Mỹ luôn đề cao tự do báo chí, tự do xuất bản cũng nghiêm cấm xuất bản và lưu hành các ấn phẩm có nội dung bất lợi cho chính phủ, đất nước. Từ Sắc lệnh 003-SL/CP ngày 18-6-1957 về quyền tự do xuất bản đã khẳng định - xuất bản không phải là một hoạt động có tính chất đơn thuần kinh doanh; xuất bản phải phục vụ cho quyền lợi Tổ quốc, của nhân dân, thì cho đến nay, quan điểm đó vẫn còn giữ nguyên giá trị và thêm lần nữa khẳng định trong Hiến pháp Việt Nam. Thế giới đã đổi thay cùng với toàn cầu hóa và hội nhập, kinh tế thị trường đã và đang kiến tạo bước tiến nhanh để ngành xuất bản trở thành công nghiệp văn hóa. Các ĐVXB cần phát huy vai trò xuất bản hướng tới định hướng

xã hội, vừa chủ động tiếp nhận và phản hồi thông tin xã hội. Vì vậy, thực trạng xuất bản sách chính đặt ra các vấn đề cần giải quyết để tiếp cận thị trường, nâng cao mục tiêu chính trị, tư tưởng.

Thứ nhất, vấn đề huy động các nguồn lực tham gia xuất bản sách chính trị, gia tăng khả năng tiếp cận thị trường. Xuất bản sách chính trị luôn bị giới hạn bởi nhu cầu độc giả và tâm lý đọc sách của họ. Hơn nữa, tính cá biệt cao của mảng sách này đã dẫn đến phân khúc thị trường bị chia nhỏ, cho nên đòi hỏi của nhu cầu thị trường sách càng cao. Với quy mô của thị trường xuất bản Việt Nam trên 97 triệu người, thì tỷ lệ NXB/Dân số như vậy tương đối thấp và năng lực xuất bản của các ĐVXB chủ chốt khó có thể đáp ứng. Kinh nghiệm từ Hoa Kỳ hay Trung Quốc cho thấy, tính định hướng chính trị của xuất bản muốn thúc đẩy mạnh mẽ phải dựa vào lực lượng xuất bản có năng lực đủ lớn. Vì vậy, trong tương lai, xuất bản sách chính trị cần phải được phát triển ở quy mô đủ lớn tương xứng với mục tiêu, nhiệm vụ xuất bản.

Thứ hai, vấn đề về tăng trưởng số lượng, đa dạng cơ cấu, phong phú chủng loại sách chính trị; thay đổi nội dung và hình thức trước thực trạng xuất bản sách chính trị còn hạn chế về số lượng, cơ cấu sách mỏng, nội dung và hình thức còn cứng nhắc. Trong cơ cấu sách chính trị, sách chính trị trọng điểm thuộc góc phần tư thứ hai - hiệu quả xã hội tích cực và hiệu quả kinh tế tiêu cực. Ở góc độ chính trị, xã hội, sách chính trị trọng điểm trực tiếp phục vụ cho nhiệm vụ chính trị, thường chứa đựng hàm lượng khoa học cao, nội dung lý luận và thực tiễn sâu sắc. Được hỗ trợ từ cơ chế, chính sách xuất bản của Nhà nước, các ĐVXB đã bám sát định hướng chính trị, xuất bản nhiều đầu sách có giá trị lý luận và thực tiễn. Tuy nhiên, ở góc độ kinh tế, sách chính trị trọng điểm khó cạnh tranh với các loại sách khác ở tốc độ xuất bản, sản lượng và khả năng sinh lời trên thị trường. Xuất bản sách chính trị không thể làm nhiệm vụ định hướng chính trị một cách chủ quan, nó cần phải phù hợp với yêu cầu của độc giả mới có thể đạt được hiệu quả. Về lâu dài, xuất bản sách vẫn phải được lợi ích kinh tế nhất định song hành cùng hiệu quả xã hội, đạt được mục tiêu chính trị, tư tưởng... vẫn là đích hướng tới.

Thứ ba, vấn đề thúc đẩy truyền thông quốc tế thông qua sách chính trị nhằm tuyên truyền cho quan điểm, đường lối, thành tựu công cuộc đổi mới và xây dựng CNXH ở Việt Nam. Truyền thông quốc tế qua xuất bản không phải là phương thức mới đề xuất khẩu văn hóa. Kinh nghiệm Hoa Kỳ hay Trung Quốc cho thấy rằng đối ngoại văn hóa qua xuất bản là một chính sách lâu dài, có sự xúc tiến mạnh mẽ từ cơ quan chức năng và cả hệ thống nhà xuất bản. Chính phủ đóng vai trò kết nối, hỗ trợ, thậm chí đầu tư mở đường cho các hoạt động “đi ra ngoài”. Hiện nay, mức độ truyền thông quốc tế chưa cao, thúc đẩy quá trình này là một yêu cầu khách quan. Nhìn từ định hướng phát triển ngành xuất bản Việt Nam nói chung, xuất bản sách chính trị nói riêng phải hướng tới mở rộng không gian, mở rộng thị trường, bước ra thế giới. Điều đó cũng đặt ra vấn đề đối với nâng cao hiệu quả xuất bản về thông tin, tuyên truyền trên phạm vi rộng cũng như yêu cầu về chính sách, nhân lực, vật lực. Nhìn từ phương diện không gian và thị trường xuất bản phẩm, ngành công nghiệp xuất bản đã hình thành một chuỗi giá trị toàn cầu mà trong đó diễn ra quá trình sản xuất và kinh doanh sản phẩm, dịch vụ, công nghệ xuất bản hiện đại. Việt Nam là một trong những quốc gia có mức độ hội nhập quốc tế sâu rộng trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là hội nhập kinh tế. Bởi vậy, xây dựng và phát triển ngành xuất bản của nước ta không thể giới hạn trong không gian biên giới quốc gia, lãnh thổ.

3.3.2.2. Mâu thuẫn giữa mục tiêu kinh tế với đòi hỏi của sản xuất trong điều kiện kinh tế thị trường

Xuất bản sách chính trị có vị trí quan trọng đối với công tác văn hóa tư tưởng của Đảng, đồng thời, ĐVXB cũng là một bộ phận quan trọng của cơ quan văn hóa Nhà nước. Sách chính trị vừa là sản phẩm vật chất (trở thành hàng hóa khi lưu thông) vừa là sản phẩm tư tưởng văn hóa, nhưng xét về bản chất, sách chính trị là sản phẩm tư tưởng văn hoá. Biên tập và xuất bản vừa là công việc kinh tế, vừa là công việc văn hóa, nhưng xét đến cùng, đó là công việc tư tưởng văn hóa. Dù trong quá khứ hay hiện tại, tương lai, trong cơ chế bao cấp hay kinh tế thị trường, xuất bản sách chính trị vẫn mang bản chất chính trị trực tiếp. Tức là, mục tiêu xuất bản cuối cùng vẫn là *kế thừa, tích lũy, truyền bá, định*

huớng văn hóa chính trị của một quốc gia. Vì vậy, lấy nhiệm vụ chính trị tư tưởng làm giá trị cốt lõi, lấy thị trường làm môi trường, yêu cầu các ĐVXB cần phải giải quyết đến các vấn đề kinh tế như: doanh thu, tăng số lượng, chất lượng xuất bản phẩm; xây dựng thương hiệu, mở rộng quy mô thị trường, phát triển kênh phát hành sách... Đạt được hiệu quả kinh tế là cơ sở xác lập vị thế cạnh tranh của sách chính trị, đạt được hiệu quả chính trị - xã hội. Trên phương diện lý luận, hiệu quả chính trị, xã hội tỷ thuận với hiệu quả kinh tế (++) là trường hợp lý tưởng. Vì vậy, để đạt được mục tiêu kinh tế, các vấn đề kinh tế xuất bản sách chính trị trong điều kiện kinh tế thị trường cần giải quyết như:

Một là, vấn đề doanh thu. Doanh thu là tiêu chí cơ bản đánh giá hiệu quả sản xuất của một đơn vị kinh tế trên thị trường. Thống kê tổng doanh thu của các ĐVXB như sau: NXB Chính trị quốc gia Sự thật thuộc nhóm 05 nhà xuất bản có doanh thu đạt trên 100 tỷ đồng; NXB Lý luận chính trị thuộc nhóm 03 nhà xuất bản có doanh thu trong khoảng 50 - 100 tỷ đồng; NXB Công an nhân dân, Quân đội nhân dân, NXB Thông tin và Truyền thông thuộc nhóm 16 nhà xuất bản có doanh thu trong khoảng 10 - 50 tỷ đồng. Xét trong mặt bằng toàn ngành, các ĐVXB đều thuộc nhóm có doanh thu khá. Ngoài trừ NXB Chính trị quốc gia Sự thật đạt doanh trên 100 tỷ đồng/năm, các ĐVXB khác vẫn trong mức 10-50 tỷ đồng, tăng trưởng doanh thu chậm. [18,19,20,21,22]

Hai là, vấn đề mở rộng sản xuất, gia tăng số lượng, chất lượng xuất bản phẩm. Thúc đẩy hiệu quả sản xuất, gia tăng số lượng, chất lượng xuất bản phẩm là đòi hỏi của đơn vị hoạt động trong môi trường kinh tế thị trường. Với sự hạn chế nhất định từ thị trường (số lượng NXB tham gia, khả năng xuất bản), số lượng sách chiếm tỷ trọng nhỏ. Theo số liệu tác giả thống kê từ 5 ĐVKS trong 5 năm xuất bản được 4.650 đầu sách, gồm 7 loại chính. Số bản sách xuất bản hàng năm trung bình đạt trên 1 triệu bản sách. Trong đó, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Lý luận chính trị luôn xuất bản chiếm số lượng ấn bản phát hành lớn nhất. Ở góc nhìn tích cực, thị trường sách chính trị đã và đang trong quá trình phát triển, hoàn thiện. Đánh giá bước đầu của độc giả về thị trường sách chính trị trên các mặt cơ cấu, số lượng, nội dung, phân phối, cho kết quả thu được đạt

từ mức điểm 2 trở lên cho thấy: phần lớn độc giả khá hài lòng với cơ cấu, số lượng (60,44%), cùng nội dung có giá trị thực tiễn (59,32%), hệ thống phân phối (56,44%) [B14, PL6]. Ở góc nhìn tiêu cực, đây là mảng sách biến động tương đối thấp, tỷ trọng nhỏ, cơ cấu sách tương đối đơn giản, chủ yếu phục vụ mục tiêu chính trị - xã hội, đáp ứng yêu cầu về xuất bản của Đảng, Nhà nước và các đơn vị giáo dục, nghiên cứu. Thực trạng này vừa là ưu điểm, đồng thời cũng là hạn chế của xuất bản sách chính trị. Bởi, không gian phát triển của sách chính trị phải là không gian toàn xã hội. Xuất bản song hành cùng đòi hỏi phát triển kinh tế và nhu cầu đa dạng của nhân dân, cần thiết phải có sự bứt phá mạnh mẽ.

Ba là, vấn đề xây dựng thương hiệu NXB. Xây dựng thương hiệu, định vị sản phẩm trên thị trường, trong lòng công chúng độc giả là hướng đi tích cực nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của sách chính trị ở thị trường trong nước, từng bước tiến ra thị trường quốc tế. Mục tiêu tạo dựng thương hiệu xuất bản phẩm chính trị thông qua việc tạo ra sản phẩm cung cấp, làm thỏa mãn nhu cầu bạn đọc, từ đó đem lại lợi nhuận kinh tế, mà hơn nữa thực hiện mục tiêu kép kinh tế và tư tưởng, xác lập vị trí kinh tế vững chắc của ĐVXB trên thị trường cạnh tranh. Việc phát triển thương hiệu gắn liền xây dựng hệ thống nhận diện bao gồm sản phẩm hữu hình và cảm nhận vô hình. Khảo sát độc giả về mức độ nhận diện thương hiệu ĐVXB về sách chính trị trên thị trường Việt Nam cho thấy đa phần độc giả đều biết đến các ĐVXB: NXB Chính trị quốc gia Sự thật (55,6%), NXB Lý luận chính trị (43,6%), NXB Công an nhân dân (32,1%), NXB Quân đội nhân dân (31,4%), NXB Thông tin và Truyền thông (29,8%). Điều đó cho thấy, các ĐVXB đã tạo dựng bước đầu tạo thương hiệu của mình [B23, PL6]. Xây dựng thương ĐVXB, trong đó cốt lõi là xuất bản phẩm đặt ra bài toán cần giải quyết. Trên thị trường xuất bản, các dòng sách thân thiện với công chúng dễ dàng định vị sức hút của mình với công chúng, song đối với xuất bản phẩm chính trị, chủ đạo là sách chính trị còn mơ hồ trong lòng công chúng độc giả. Tạo dựng thương hiệu sách chính trị cần thực hiện đồng bộ từng bước, có chiến lược, khách quan, phù hợp.

Bốn là, vấn đề phát triển kênh phát hành xuất bản phẩm. Phát hành là

phương thức hiện thực hóa giá trị sử dụng và giá trị của sách. Kênh phân phối cần chú trọng kênh phân phối điện tử (Website điện tử và App ứng dụng trên thiết bị di động) để lưu trữ và phát hành điện tử, tăng khả năng tiếp cận độc giả.

Như vậy, yêu cầu của sản xuất trong điều kiện kinh tế thị trường là thách thức đối với các ĐVXB hiện nay. Thực trạng đặt ra vấn đề cần phát triển về cả chiều rộng, chiều sâu trên cơ sở khai thác, tận dụng và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, hướng tới xuất bản gắn kết hơn với nhu cầu thực tế đời sống xã hội. ĐVXB cần tuân thủ các quy luật khách quan của kinh tế thị trường, nương theo các quy luật đó. Bên cạnh đó, ĐVXB cần xác định rõ đâu là mảng sách cần được Nhà nước bao cấp, đâu là mảng sách phi lợi nhuận, đâu là mảng sách có thể huy động nguồn lực xã hội, đâu là mảng sách có khả năng thu lợi trên thị trường, và sử dụng công nghệ như thế nào để đạt hiệu quả xuất bản [C1].

3.3.2.3. Mâu thuẫn giữa mục tiêu nâng cao nhận thức với khả năng tiếp nhận của độc giả

Độc giả là nhân tố sống trên thị trường và tương đối phức tạp, là đối tượng hướng đến của công tác xuất bản. Mặc dù các ĐVXB cố gắng tiếp cận với độc giả, cố gắng hiểu độc giả cùng nhu cầu của họ nhưng điều này không đơn giản. Từ thực trạng khảo sát cho thấy, độc giả sách chính trị có những đặc điểm chuyên biệt.

Thứ nhất, độc giả sách chính trị có tính phân tầng tương đối rõ nét. Độc giả có trình độ tri thức khác nhau sẽ khác nhau về mục tiêu, nhu cầu, mức độ tiếp nhận. Cùng một nội dung tri thức nhưng nhu cầu khác nhau: có độc giả chỉ cần sách phổ cập, có độc giả cần sách nghiên cứu chuyên sâu, có độc giả cần sách nội dung tóm lược, lại có độc giả yêu cầu về hình thức thẩm mỹ. Khảo sát về mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả cho thấy, tính phân cấp nhu cầu đối với sách chính trị chủ yếu là: nhu cầu học tập, nhu cầu nghiên cứu; nhu cầu ứng dụng trong thực tế (đời sống, công việc); nhu cầu nắm bắt thông tin mới. Với mức lựa chọn trong thang điểm 3-4 điểm cho thấy, xuất bản sách chính trị đáp ứng về cơ bản nhu cầu trên độc giả. Sự tương quan giữa tiêu chí thứ hai - mức độ ảnh hưởng thị trường và tiêu chí về mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả cho

thấy xuất bản sách chính trị phần nào thực hiện được mục tiêu chính trị - xã hội, giáo dục chính trị, tư tưởng.

Thứ hai, độc giả yêu cầu về tính mới mẻ về nội dung và hình thức. Nhu cầu thị trường có thể điều tiết. Sự thay đổi một vài nhân tố ảnh hưởng có thể làm cho nhu cầu thị trường chuyên dịch. Điều đó đặt ra yêu cầu mới đối với sách chính trị, đó là cần đổi mới nội dung và sáng tạo phương thức thể hiện để có thể thu hút các bộ phận độc giả khác. Khảo sát thực trạng về mức độ hài lòng của độc giả về nội dung và hình thức, cho thấy: Đa phần độc giả tương đối hài lòng về nội dung và hình thức sách chính trị. Tuy nhiên, sách chính trị cũng có nhược điểm cơ bản: nội dung chính trị trừu tượng (83%), diễn đạt khô khan (73,3%), đơn giản về thiết kế và tương tác để thu hút người đọc (77,5%) [B23, PL6].

Thứ ba, độc giả có thói quen kiếm tìm sự tiện lợi khi tiêu dùng sách chính trị. Khảo sát về mức độ tiếp cận (cách thức, nội dung, cường độ) của độc giả cho thấy: (1) Độc giả sách chính trị thường tự tìm kiếm, mua sách qua các kênh phân phối online; kênh phân phối miễn phí (tủ sách, thư viện); (2) Độc giả sách chính trị lựa chọn cách đọc nhanh, kiếm tìm thông tin cần thiết. (3) Mức độ thường xuyên và thói quen đọc sách chính trị của độc giả không cao. Thời gian đọc sách là 2,46h/tuần, trung bình 1-3 cuốn/năm. Nhu cầu tập trung vào nhu cầu học tập (sách giáo trình 68%), nhu cầu nghiên cứu (sách tham khảo, chuyên khảo 46,2%), nhu cầu ứng dụng công việc (sách nghiệp vụ/kỹ năng 28,1%).

Thứ tư, độc giả bị động tiếp nhận và ít có sự phản hồi với ĐVXB. Truyền đạt và tiếp nhận quan hệ giữa giữa chủ thể và đối tượng, giữa ĐVXB và độc giả. Không thể khẳng định sách là phương tiện duy nhất nhưng sách có vai trò quan trọng. Khảo sát thực nghiệm về mức độ nhận thức trên mặt kiến thức và niềm tin, với mức thang điểm lựa chọn từ 3-5 điểm, đạt tỷ lệ trung bình 50%-60% cho thấy: sách chính trị tác động cơ bản đối với sự hình thành nền tảng tri thức và niềm tin chính trị của độc giả. Tuy nhiên, đây là mối quan hệ một chiều, ít tương tác. Khảo sát về phản hồi thông tin giữa độc giả và ĐVXB trên các mục: Được trưng cầu ý kiến từ ĐVXB, Chủ động đóng góp ý kiến về nội dung, hình thức, Đề xuất ý tưởng mới về nội dung, đề tài [B22, PL6].

Kết quả cho thấy: Tần suất phản hồi thông tin tương đối thấp ($1,95 < \text{Tần suất} < 2,05$); nghĩa là độc giả Chưa bao giờ/Hiếm khi nhận được khảo sát hỏi ý kiến từ ĐVXB hoặc bản thân chủ động phản hồi hoặc đóng góp đề xuất ý tưởng [Bảng 6, PL7]. Vì vậy, sự tiếp nhận của độc giả là tác nhân cơ bản hạn chế mục tiêu nâng cao nhận thức. Đặc tính này của độc giả cần được chú ý đến không chỉ trong quá trình xuất bản mà còn ở các hoạt động giáo dục, khuyến khích tạo môi trường chính trị tích cực cho độc giả.

Tiểu kết Chương 3

Trên cơ sở thu thập, xử lý số liệu bằng các phương pháp định tính, định lượng, chương 3 đã phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị trên ba tiêu chí.

- *Về mức độ định hướng chính trị, tư tưởng*: Thể hiện qua cơ cấu sách chính trị nói chung, cơ cấu sách chính trị trọng điểm, cơ cấu sách dịch ngược thể hiện trọng tâm nhiệm vụ của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập trên cả phương diện đối nội và đối ngoại.

- *Về mức độ ảnh hưởng thị trường*: Khảo sát trên các tiêu chí cụ thể thể hiện quy mô thị trường sách chính trị, như: tổng lượng sách chính trị xuất bản, chủng loại sách chính trị, tỷ lệ sách tái bản, kênh phát hành, chi phí và doanh thu... Xét về mục tiêu chính trị, xuất bản sách chính trị là hoạt động sản xuất đặc thù nhưng vận hành trong cơ chế kinh tế thị trường cũng cần tính đến hiệu quả kinh tế. Thực trạng khảo sát về năng lực ảnh hưởng thị trường của sách chính trị cho thấy cần phát triển về cả chiều rộng, chiều sâu sản phẩm, phân phối trên cơ sở khai thác và tận dụng, sử dụng hiệu quả các nguồn lực, hướng tới xuất bản gắn kết hơn với nhu cầu thực tế đời sống xã hội.

- *Về mức độ phản hồi của độc giả*: Tiêu chí đánh giá trên các mặt: mức độ tiếp cận, mức độ hài lòng, mức độ đáp ứng nhu cầu, mức nhận thức của độc giả cho thấy thực trạng tiếp nhận và tác động đến kiến thức, niềm tin của độc giả.

Từ thực trạng khảo sát, chương 3 đánh giá chung về kết quả đạt được, hạn chế, phân tích những vấn đề đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị, từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Chương 4

YÊU CẦU ĐẶT RA, QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ Ở VIỆT NAM

4.1. YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

Bối cảnh hội nhập quốc tế là môi trường của xuất bản sách chính trị, tác động định hướng xuất bản sách chính trị. Bối cảnh hội nhập quốc tế đặt ra yêu cầu về hiệu quả xuất bản sách chính trị, đó là:

Một, khắc phục hạn chế, nâng cao hiệu quả chính trị. Hiệu quả chính trị là mục tiêu cơ bản của xuất bản sách chính trị. Xuất bản sách chính trị cần thể hiện được năng lực định hướng chính trị tư tưởng thông qua tăng trưởng về số lượng, đa dạng chất lượng nội dung, bám sát định hướng của Đảng và Nhà nước. Dù trong bối cảnh nào, Đảng ta cũng luôn kiên định quan điểm chỉ đạo nhất quán, quán triệt trong nhận thức và thực tiễn, đó là: (1) Kiên định và vận dụng phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, kiên định đường lối đổi mới hướng tới mục tiêu độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; (2) Bảo đảm cao nhất lợi ích quốc gia - dân tộc, lấy phát triển kinh tế - xã hội là trung tâm, xây dựng Đảng là then chốt, phát triển văn hóa là nền tảng tinh thần, an ninh quốc phòng là trọng yếu, thường xuyên; (3) Kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại, phát huy nội lực, tranh thủ ngoại lực, tận dụng sức mạnh khoa học công nghệ phát triển nhanh, bền vững. Vì vậy, trong điều kiện nguồn lực và khả năng xuất bản, các ĐVXB cần tập trung nâng cao số lượng, chất lượng các mảng sách quan trọng:

- Xuất bản sách về lý luận chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh khẳng định nền tảng tư tưởng của Việt Nam cần được tăng cường.

- Xuất bản sách nghiên cứu lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam làm cơ sở cho hoạt động chính trị. Đây là mảng sách lớn, đề tài phong phú mà xuất bản sách cần khai thác đầy đủ, thường xuyên bởi thực tiễn chính trị cần phản ánh một cách chân thật, khách quan, tạo lòng tin cho nhân dân, quốc tế tin tưởng vào thành tựu đã đạt được.

- Xuất bản sách văn kiện Đảng và nghiên cứu, tổng kết lý luận và thực tiễn, thành tựu công tác lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, khẳng định sự lãnh đạo của Đảng đối với sự nghiệp cách mạng Việt Nam.

- Xuất bản sách đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng. Mảng sách đặc biệt tập trung vào chủ điểm phản bác trực diện quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Nghị quyết 35-NQ/TW của Bộ Chính trị cũng đã xác định rõ nhiệm vụ của xuất bản sách chính trị hiện nay.

- Xuất bản sách dịch chính trị Việt Nam, sách dịch chính trị nước ngoài thúc đẩy giao lưu quốc tế, quảng bá tư tưởng chính trị. Đây cũng là nhiệm vụ đối ngoại qua xuất bản sách chính trị.

Hai, thích nghi quy luật kinh tế thị trường, nâng cao hiệu quả kinh tế. Từ thực tiễn xuất bản Việt Nam, từ năm 2006, Chính phủ ban hành Nghị định 43-NĐ/CP quy định về quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập buộc các ĐVXB tự thay đổi để thích ứng. Sự chuyển biến của các ĐVXB khá rõ nét, biểu hiện trên các mặt: hạch toán chi phí để sử dụng có trách nhiệm, hiệu quả nguồn tài trợ của Nhà nước; đa dạng nội dung, thể loại để tiếp cận nhiều hơn với bạn đọc; tăng thêm nguồn thu nhờ có ưu thế xuất bản xuất bản phẩm có lượng cầu lớn từ yêu cầu thị trường. Trong điều kiện KTTT hiện nay, các ĐVXB hướng đến hai loại hiệu quả, đó là: Hiệu quả kinh tế vi mô đề cập đến lợi nhuận mà ĐVXB xuất bản trực tiếp tạo ra sau khi bán sản phẩm sách. Hiệu quả kinh tế vĩ mô đề cập đến việc thúc đẩy phát triển sản xuất xã hội thông qua hoạt động xuất bản và phân phối.

Ba, thâm nhập công chúng, nâng cao hiệu quả xã hội. Xuất bản sách chính trị trực tiếp giáo dục tư tưởng chính trị thông qua tác động vào nhận thức chính trị của độc giả. Xuất bản sách chính trị là một trong các công cụ xây dựng nền tảng tư tưởng. Sách chính trị đã từng tồn tại lâu dài trong lịch sử, góp phần tích cực vào cuộc đấu tranh của giai cấp tư sản chống lại giai cấp phong kiến, giai cấp vô sản chống lại giai cấp tư sản, trong công cuộc thiết lập nền chính trị

mang tính riêng biệt của mỗi quốc gia, dân tộc. V.I. Lênin từng nói: “Báo chí sẽ bị mất đi; còn những cuốn sách thì sẽ được giữ lại...” [83, 320] nói lên tính bền vững của nội dung tri thức được phản ánh. Vì vậy, giá trị của sách chính trị không thể đánh giá ngang bằng với giá cả của sách. Đối với xã hội, người đọc sách chính trị càng nhiều, lợi ích xã hội thu lại càng lớn. Đây là một trong những cơ sở khách quan để mục đích xuất bản sách chính trị vượt ra khỏi mục đích lợi nhuận của hoạt động sản xuất vật chất đơn thuần. Đồng thời, đây cũng là cơ sở khách quan để Nhà nước cần quan tâm, đầu tư cho sách chính trị.

Xuất bản sách chính trị trực tiếp phổ biến tri thức khoa học về hoạt động chính trị, góp phần nâng cao trình độ hiểu biết của công chúng. Sách chính trị là sản phẩm kết tinh của tri thức khoa học. Những tri thức được truyền tải trên ấn phẩm đã phá vỡ những giới hạn về thời gian và không gian. Về mặt kỹ thuật, bất kể tác phẩm được tạo ra ở đâu, khi nào, chúng đều được xuất bản để phổ biến rộng rãi. Điều đó yêu cầu sách chính trị cần thiết đa dạng tầng lớp tri thức để khả năng thâm nhập sâu vào công chúng. Tuy nhiên, ở một khía cạnh khác, sách chính trị không thể trực tiếp, chủ động phổ biến tri thức khoa học, chính trị, nâng cao trình độ của công chúng mà phải thông qua sự nỗ lực của người tiếp nhận tri thức.

Xuất bản sách chính trị góp phần định hướng dư luận xã hội. Sách chính trị có khả năng định hướng dư luận xã hội thông qua cung cấp cho công chúng nền tảng tư tưởng, thế giới quan, nhân sinh quan tiến bộ, đủ năng lực bác bỏ những quan điểm sai trái, thù địch. Khoa học là hạt nhân hợp lý của sách chính trị, bởi sách chính trị là sự tổng kết tri thức lý luận và tri thức thực nghiệm.

4.2. QUAN ĐIỂM VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

Trên cơ sở quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước, cùng với thực tiễn xuất bản sách chính trị và yêu cầu đặt ra trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị thời gian cần thống nhất quan điểm sau đây:

Thứ nhất, cần tiếp tục khẳng định vai trò, tầm quan trọng của xuất bản sách chính trị. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, xuất bản sách chính trị là công

cụ tư tưởng sắc bén của Đảng, Nhà nước trong xây dựng và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, giáo dục tư tưởng chính nhân dân, tạo nên sự thống nhất về tư tưởng, chính trị trong toàn Đảng, toàn dân. Xuất bản có vị trí quan trọng đối với công tác văn hóa tư tưởng của Đảng, đồng thời, NXB cũng là cơ quan văn hóa Nhà nước. Sách chính trị vừa là sản phẩm vật chất vừa là sản phẩm văn hóa tư tưởng, nhưng xét về bản chất, sách chính trị là sản phẩm văn hoá tư tưởng. Sách chính trị mang lại hiệu quả cơ bản, bền vững nhưng hiệu quả của nó không dễ đo đếm, định lượng cụ thể. Vì vậy, nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị cần được coi là vấn đề mang tính chiến lược, thường xuyên và lâu dài.

Thứ hai, xuất bản sách chính trị cần được xác định nhiệm vụ trọng tâm của toàn hệ thống xuất bản. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị không chỉ là nhiệm vụ của các NXB chính trị, mà đó là nhiệm vụ của cả cơ quan quản lý, các ĐVXB trong toàn ngành xuất bản. Muốn đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị cần sự định hướng của Đảng, cùng cơ chế, chính sách của Nhà nước. Vai trò của chủ thể Đảng, Nhà nước là vô cùng quan trọng nhưng người trực tiếp thực hiện xuất bản sách chính trị là NXB, các đơn vị, cơ sở xuất bản, phát hành mới mang tính quyết định. Hiệu quả xuất bản sách chính trị thể hiện ở khả năng lan toả của sách chính trị. Độ phủ càng rộng thì khả năng lan toả càng lớn. Sức lực của một vài NXB chính trị thì không thể làm được điều đó. Nếu các NXB chính trị là thân cây thì các NXB khác, các đơn vị, cơ sở xuất bản, phát hành là nhánh cây cùng tham gia vào hệ thống, góp phần gia tăng tốc độ lan toả. Mỗi chủ thể trong đó đều có năng lực, trình độ để góp sức cùng sự nghiệp chung.

Thứ ba, nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở giải quyết cân đối, hài hoà quan hệ giữa hiệu quả chính trị và hiệu quả kinh tế. Điều này cũng xuất phát từ chức năng, nhiệm vụ của công tác xuất bản. Vì vậy, hiệu quả xuất bản sách chính trị không thể tách rời hoàn toàn giữa hiệu quả chính trị và hiệu quả kinh tế, giữa nhiệm vụ chính trị, tư tưởng và nhiệm vụ kinh doanh. Kinh doanh là phương thức chủ yếu để thực hiện nhiệm vụ chính trị tư tưởng.

Hiệu quả kinh tế cần nhìn nhận ở cả hai khía cạnh, đó là: hiệu quả kinh tế vĩ mô tức lợi nhuận thu được khi bán sản phẩm và hiệu quả kinh tế vi mô tức sự đóng góp vào năng suất sản xuất và phân phối xã hội. Như vậy, đánh giá hiệu quả kinh tế xuất bản sách chính trị, lợi nhuận không phải là tất cả.

4.3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ

Xét trong quy trình xuất bản sách chính trị cụ thể: Đảng, Nhà nước đóng vai trò chủ đạo vừa định hướng, đầu tư vật chất cho xuất bản, vừa là chủ thể truyền thông; Nhà xuất bản đóng vai trò “nhà sản xuất” có tính độc lập tương đối trong khuôn khổ định hướng, tôn chỉ và mục đích hoạt động; công chúng là đối tượng tiếp nhận và phản hồi trực tiếp kết quả đó. Vì vậy, để nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị, cần xem xét nhóm giải pháp từ cả ba phía - Nhà nước, ĐVXB và độc giả để nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay.

Bảng 4.1: Ý kiến về các nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản	12%	77,9%	10,1%
2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản	13,2%	75,4%	11,4%
3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả	14,2%	72,2%	13,6%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

4.3.1. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước

Sự vận hành của xuất bản nói chung, xuất bản sách chính trị nói riêng không thể tách rời khỏi sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước. Lãnh đạo là xây dựng đường lối, chủ trương. Quản lý là chỉ đạo bằng thể chế, cơ chế, chính sách và biện pháp cụ thể tác động vào đối tượng quản lý theo mục

đích của chủ thể quản lý. Tăng cường quản lý nhà nước về xuất bản góp phần tháo gỡ những khó khăn, mâu thuẫn, thực hiện các mục tiêu chính trị-xã hội, hỗ trợ cả mục tiêu kinh tế của xuất bản.

4.3.1.1. Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng

Trong tổ hợp các loại hình truyền thông, xuất bản sách chính trị đặc biệt coi trọng nhiệm vụ tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đấu tranh chống mọi tư tưởng và hành vi làm tổn hại lợi ích quốc gia, dân tộc góp phần vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Sự lãnh đạo, định hướng của Đảng là yếu tố cơ bản quyết định tính hiệu quả của xuất bản sách chính trị.

Thứ nhất, hiện thực định hướng của Đảng đối với hoạt động xuất bản sách chính trị. Đảng luôn quan tâm đến công tác xuất bản, đặc biệt các Chỉ thị 20-CT/TW về “nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách lý luận, chính trị”, Chỉ thị số 44-CT/TW về “đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành và nghiên cứu, học tập sách lý luận, chính trị” là những chỉ thị quan trọng định hướng, chỉ đạo toàn diện xuất bản sách chính trị. Những nội dung này vẫn còn nguyên giá trị, cần tiếp tục quán triệt, thực hiện thực hiện sáng tạo phù hợp với bối cảnh hội nhập quốc tế. Đó là: (1) Xuất bản sách chính trị phải thực sự là công cụ sắc bén trong bảo vệ chủ nghĩa xã hội, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước, giáo dục, nâng cao năng lực, phẩm chất chính trị của cán bộ, đảng viên và nhân dân; (2) Xuất bản sách chính trị phải hướng tới hiệu quả, chất lượng chứa đựng nội dung thực tiễn, thuyết phục và hấp dẫn, bám sát nhiệm vụ và yêu cầu công tác chính trị, tư tưởng và nhu cầu của đông đảo bạn đọc; (3) Xuất bản sách chính trị cần hiện đại, tinh gọn trên cơ sở ứng dụng khoa học công nghệ để đa dạng hoá các thể loại sách và phương thức xuất bản, phát hành sách chính trị, kết nối giao lưu, hợp tác, trao đổi xuất bản phẩm và kinh nghiệm với các NXB nước ngoài.

Thứ hai, kiện toàn, tăng cường đội ngũ cán bộ có phẩm chất, năng lực, có kiến thức và kinh nghiệm chuyên sâu về lĩnh vực xuất bản cho các cơ quan tham mưu quản lý xuất bản từ trung ương đến địa phương. Hiện nay, đội ngũ

làm công tác tham mưu, quản lý xuất bản có phần hạn chế hơn so với các ngành, các lĩnh vực, thiếu chuyên gia của ngành. Do vậy, cần biết bổ sung hoặc bồi dưỡng, đào tạo cán bộ cho các cơ quan chuyên trách. Đồng thời, tăng cường sự lãnh đạo cấp ủy đảng, nâng cao chất lượng chỉ đạo trên các mặt nội dung, kiểm tra tra, giám sát xuất bản sách chính trị.

Thứ ba, đổi mới, nâng cao nhận thức của các cấp ủy đảng, cán bộ và xã hội về vai trò, tính chất của xuất bản sách chính trị. Trước hết, cần thống nhất nhận thức của các cấp ủy đảng, cán bộ về đặc trưng của xuất bản sách chính trị và tầm quan trọng của sách chính trị. Tâm lý cào bằng xem sách chính trị như các loại sách khác đã làm chậm trễ thể chế quan điểm, định hướng của Đảng thành cơ chế, chính sách phù hợp với đặc điểm của sách chính trị. Trong điều kiện kinh tế thị trường, xuất bản sách chính trị lại khó khăn hơn khi thiếu cơ chế hỗ trợ, khuyến khích. Đồng thời, cần nâng cao nhận thức, coi xuất bản sách chính trị là nhiệm vụ của toàn ngành xuất bản, gạt bỏ tư duy xuất bản sách chính trị là nhiệm vụ của các NXB chuyên biệt. Từ thực trạng cơ cấu xuất bản sách chính trị và sự tham gia của các lực lượng xuất bản, chúng ta thấy rằng, ngoài các ĐVXB sự nghiệp công lập chủ chốt, các NXB khác, thậm chí các công ty xuất bản, phát hành tư nhân rất ít, thậm chí không tham gia xuất bản cũng như phát hành sách chính trị bởi tính đặc thù về nội dung và lợi nhuận không cao. Tâm lý thương mại hóa xuất bản ảnh hưởng mạnh mẽ trong xuất bản, để lực lượng xuất bản chỉ lựa chọn tham gia những đầu sách có giá trị thương mại. Vì vậy, cần tiếp tục nâng cao nhận thức đồng thời có biện pháp tuyên truyền, phổ biến loại sách, về xuất bản loại sách trong ngành, trong toàn xã hội theo hướng thiết thực, hợp tác xã hội và tôn trọng sự khác biệt. Ở khía cạnh tích cực, lãnh đạo các NXB, các đơn vị xuất bản cần thiết phát huy vai trò, trách nhiệm về nâng cao khả năng và sẵn sàng khai thác đề tài sách chính trị góp phần định hướng tư tưởng chính trị, cũng như tạo hiệu ứng xuất bản tốt trong xã hội, hạn chế tâm lý “ngại”, “e dè” khi chạm đến các nội dung chính trị.

4.3.1.2. Tăng cường quản lý nhà nước đối với xuất bản sách chính trị

Xuất bản sách chính trị là một tổ hợp đồng thời mang tính chính trị, tính văn hóa và kinh tế. Sự quản lý của nhà nước đảm bảo cho vận hành vừa thống nhất vừa khác biệt đó. Các loại sách chính trị tham gia vào cơ chế thị trường vừa có khả năng cạnh tranh, vừa không có khả năng cạnh tranh bởi đặc tính “không đơn thuần kinh doanh” của một số loại sách chính trị. Báo chính trị tại Đại hội XIII (2021) của Đảng nhấn mạnh nhiệm vụ sắp xếp ngành xuất bản in, phát hành theo hướng tinh gọn, chất lượng, hiện đại hóa. Đây là yêu cầu cấp thiết của toàn ngành xuất bản khi cách mạng công nghiệp lần thứ tư, quá trình toàn cầu hóa quốc tế, làn sóng chuyển đổi số tác động mạnh mẽ, làm đổi thay một cách chóng mặt nhu cầu, sở thích, thói quen của nhu cầu thị trường sách. Xuất bản sách chính trị hướng tới nâng cao năng lực xuất bản, phù hợp điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. Trước yêu cầu tình hình mới, thực trạng xuất bản sách chính trị ở Việt Nam hiện nay, việc cụ thể “*Chiến lược thúc đẩy phát triển lĩnh vực xuất bản, in và phát hành xuất bản phẩm giai đoạn 2021-2025*” vào cụ thể xuất bản sách chính trị là hoàn toàn cần thiết để thúc đẩy sự thay đổi về chất và lượng của sách chính trị. Trên cơ sở định hướng chiến lược phát triển ngành xuất bản, từ thực trạng xuất bản sách trị, quản lý của Nhà nước cần tạo ra cơ chế, chính trị hỗ trợ thúc đẩy xuất bản sách chính trị.

Thứ hai, cần thay đổi đột phá về mô hình và tổ chức lực lượng xuất bản sách chính trị. Thực trạng cho thấy sự phân tán của lực lượng xuất bản sách chính trị. Nguồn đầu tư, nhân lực, vật lực dàn trải, thậm chí nội dung sách chông chéo chưa mang lại hiệu quả cao. Vì vậy, việc quy hoạch, xác định hệ thống các nhà xuất bản trọng điểm, chủ lực, có thể hướng tới thí điểm thành lập tập đoàn xuất bản tổ hợp xuất bản sách chính trị-pháp luật đóng vai trò đầu tàu về công tác xuất bản một mảng sách lớn, đặc biệt quan trọng ở Việt Nam. Tập đoàn xuất bản tổng hợp là mô hình phổ biến, xuất hiện từ rất sớm ở các nước Âu Mỹ, hoạt động liên ngành, xuyên lục địa với những cái tên Penguin-Random House, Pearson PLC, Harper Collins... Ở Trung Quốc, các tập đoàn xuất bản cũng sớm được thành lập sau thời kỳ cải cách. Các tập đoàn xuất bản doanh

nghiệp nhà nước đóng vai trò đầu tàu sức mạnh toàn ngành xuất bản gắn với mục tiêu xây dựng chủ nghĩa xã hội mang màu sắc Trung Quốc và lan tỏa giá trị văn minh Trung Hoa. Ở Việt Nam, từ Chỉ thị 42-CT/TW (2004) đã đưa ra nhiệm vụ về “xây dựng các mô hình và cơ cấu các mô hình,... thí điểm xây dựng các tập đoàn xuất bản, tổ hợp xuất bản”[8] nhưng cho đến nay, ngoài thí điểm tập đoàn NXB Giáo dục Việt Nam, ngành xuất bản vẫn chưa thí điểm thêm tập đoàn xuất bản nào.

Thứ hai, các cơ quan cần nghiên cứu để hoàn thiện pháp luật xuất bản, đặc biệt xây dựng quy định và khung đánh giá về chất lượng, hiệu quả xuất bản tại các ĐVXB. Ở Việt Nam, kể từ khi đổi mới đến nay, luật pháp xuất bản cũng được xây dựng, sửa đổi bổ sung phù hợp tình hình nhưng chưa theo kịp biến đổi nhanh chóng của thực tiễn xuất bản. Nhà nước đề cao về chất lượng xuất bản nhưng cho đến nay vẫn chưa có cơ chế pháp tạo khung thẩm định, đánh giá. Kinh tế thị trường là động lực thúc đẩy hoạt động xuất bản nhưng cần thiết có cơ chế quản lý chặt chẽ, phù hợp. Ngành xuất bản Hoa Kỳ, Trung Quốc coi trọng vai trò đảm bảo của pháp luật trong quản lý xuất bản. Hệ thống pháp luật bổ sung điều chỉnh các mặt xuất bản từ hiến pháp đến văn bản luật, dưới luật. Trung Quốc có Điều lệ xuất bản, Quy định quản lý về chất lượng sách và Hệ thống đảm bảo chất lượng sách, Hoa Kỳ nổi bật Luật Thương mại công bằng, Luật Chất lượng sản phẩm. Quản lý chất lượng trên cơ sở hoàn thiện quy định pháp lý về đánh giá và đảm bảo chất lượng sách, đặc biệt đối với sách do nhà nước đặt hàng. Chất lượng xuất bản phẩm luôn là vấn đề hàng đầu của công tác xuất bản. Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã có những chỉ đạo sát sao để cải thiện chất lượng, nâng cao tính chiến đấu, tính thực tiễn của sách lý luận chính trị. Các tủ sách, bộ sách, đầu sách chủ chốt vừa phục vụ công tác nghiên cứu lý luận vừa tác động tích cực vào nhận thức xã hội.

Thứ ba, đẩy mạnh tuyên truyền, phát triển văn hóa đọc đồng thời tăng cường truyền thông, hợp tác quốc tế về xuất bản sách chính trị, coi đây là chính sách lớn của nhà nước. Việc truyền bá ấn phẩm ra thị trường quốc tế có tác dụng tích cực trong phổ biến một cách chính thống giá trị chính trị, tư tưởng của Việt

Nam. Điều đó phản ánh mục tiêu về thông tin đối ngoại của xuất bản sách chính trị. Nội dung giải pháp cụ thể như sau: (1) Xây dựng đề án dài hạn để quảng bá có hiệu quả xuất bản phẩm chính trị. Khi “Đề án Quảng bá xuất bản phẩm Việt Nam ra nước ngoài giai đoạn 2016 - 2020” kết thúc, Bộ TTTT cần tiếp tục triển khai đề án tiếp theo, tiếp tục mục tiêu thông qua xuất bản phẩm để giới thiệu các giá trị văn hóa, tinh thần của dân tộc đến với bạn bè quốc tế, phản bác các thông tin, luận điệu vu khống, xuyên tạc; (2) Xây dựng cơ chế khuyến khích hợp tác, liên kết huy động nguồn lực xã hội đối với xuất bản sách chính trị như khai thác bản quyền, phát hành sách dịch chính trị; (3) Xây dựng chương trình hợp tác quốc tế về xuất bản nhằm tham khảo kinh nghiệm quản lý xuất bản, mô hình NXB, hợp tác dịch thuật, xuất bản sách chính trị Việt Nam tại các nhà xuất bản nước ngoài; (4) Xây dựng đề án phối hợp với các phương tiện truyền thông - báo chí, phát hành, truyền hình trong xuất bản sách chính trị.

Thứ tư, quy hoạch hệ thống phát hành sách trên các nền tảng thương mại điện tử, kết hợp mạng lưới phát hành và logistics khắc phục hoàn cảnh địa lý, tiếp cận bạn đọc. Quy hoạch mạng lưới phát hành sách chính trị bảo đảm sự quản lý và đầu tư tập trung của Nhà nước, cân đối ở các địa phương, vùng miền, đặc biệt là miền núi, vùng sâu, vùng xa, dân tộc thiểu số. Mạng lưới phát hành thích hợp với phân phối sách truyền thống và sách điện tử, phù hợp với từng đối tượng bạn đọc.

Trước hết cần phát triển mạng lưới liên kết phát hành sách tạo thành hệ thống khép kín từ xuất bản đến tiêu thụ sách. Điều này giúp NXB chủ động đầu vào và đầu ra sản phẩm. NXB tiếp xúc trực tiếp với thị trường, tự chủ kế hoạch xuất bản. NXB cần thiết lập quan hệ thường xuyên với hệ thống thư viện, trường học. Theo khảo sát của tác giả, có tới 48% lựa chọn thư viện là kênh tiếp xúc thường xuyên. Đồng thời, cần tận dụng các trung gian phân phối, là doanh nghiệp nhà nước hoặc tư nhân. Theo thống kê từ Cục Xuất bản-In-Phát hành [22], cả nước có khoảng 550 doanh nghiệp, đơn vị sự nghiệp công lập, 1.477 nhà sách, hộ kinh doanh và gần 13.500 điểm phát hành xuất bản

phẩm. Với lợi thế hệ thống phân phối rộng, cần có quy chế hỗ trợ và hợp tác phân phối sách trong xã hội, đến nơi đặc biệt khó khăn.

Nhà nước đầu tư hoặc khuyến khích đầu tư xây dựng cửa hàng, giá thuê đất cho phát hành sách để xây dựng mạng lưới cửa hàng sách trọng điểm và đưa sách đến bạn đọc, ưu tiên duy trì, nâng cấp mạng lưới phát hành sách tại các huyện thuộc địa bàn ưu tiên đầu tư của Nhà nước.

Tận dụng các nền tảng phân phối thương mại điện tử của các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Ngoài nước, Amazon hiện đang là kênh phân phối triệu đô, phủ sóng khắp toàn cầu. Với mục tiêu “hướng ra thế giới”, các doanh nghiệp xuất bản Trung Quốc xuất khẩu ấn bản sách ra nước ngoài đồng thời tận dụng Amazon và Amazon Kindle như một kênh phân phối quốc tế. Trong nước, các nền tảng thương mại điện tử phát triển nhanh chóng. Theo Hiệp hội thương mại điện tử, Việt Nam đã và đang trải qua làn sóng thương mại điện tử lần thứ 2 (tương ứng làn sóng COVID-19 lần thứ tư) có những thay đổi đáng kể. Từ năm 2000 đến năm nay, số lượng thiết bị được kết nối internet ở Việt Nam ước tính tăng hàng chục lần. Sự thử nghiệm và thành công của Hội sách quốc gia trực tuyến năm 2020, 2021 ngoài dự kiến của Ban tổ chức và tỷ lệ giao dịch sách trên các sàn thương mại điện tử cao, cho thấy độc giả các lứa tuổi đã hình thành thói quen mua sắm điện tử. Bên cạnh đó, bước tiến của công nghệ tạo sách và hỗ trợ sách điện tử tạo nên chuyển biến về phương thức sản xuất và tiêu dùng sách mở rộng thêm thị trường điện tử.

Thứ năm, có chính sách ưu tiên đầu tư cho xuất bản sách chính trị. Nhà nước đầu tư xây dựng cơ sở vật chất và cấp vốn cho các ĐVXB gồm các nhà xuất bản, phát hành Nhà nước, hướng tới đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số; gắn với định hướng chung đưa ngành xuất bản trở thành ngành kinh tế - kỹ thuật phát triển toàn diện. Chiến lược chuyển số quốc gia giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030 khẳng định quyết tâm chuyển đổi số quốc gia. Trong những năm qua, số lượng NXB đủ điều kiện cấp phép điện tử là 21/57 NXB. Trong nhóm các NXB xuất bản sách chính trị, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, NXB Thông tin và Truyền thông và NXB Quân đội nhân dân đã có thành tựu

bước đầu. Tuy nhiên, cho đến nay, các NXB nước ta vẫn chỉ đang ở giai đoạn sơ khai của chuyển đổi số. Chuyển đổi số không chỉ giới hạn ở thay đổi hình thức xuất bản phẩm ở dạng số hóa, mà còn hướng tới thay đổi đồng cả hệ thống quản lý NXB, quy trình biên tập - duyệt đến thiết kế, in ấn sản phẩm, nghiên cứu thị trường và phát hành xuất bản phẩm trên đây chuyển số. Chuyển đổi số là con đường đòi hỏi sự đầu tư toàn diện về vật chất, nguồn lực có khả năng vận hành số hóa. Điều đó đòi hỏi sự chỉ đạo sát sao, đầu tư từ Nhà nước để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số thành công.

Nhà nước tiếp tục đầu tư trợ giá và đặt hàng cho việc xuất bản các loại sách có giá trị, cần thiết cho xã hội nhưng không có khả năng kinh doanh (phi lợi nhuận) trên thị trường. Năm 2021, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Thông tư 32-2021/TT-BTTTT về “hướng dẫn thực hiện xuất bản phẩm sử dụng ngân sách Nhà nước” quy định đặt hàng đối với xuất bản phẩm về lý luận, chính trị. Nguồn kinh phí đặt hàng thường xuyên từ ngân sách nhà nước đã hỗ trợ rất lớn cho công tác xuất bản. Vì vậy, cần có sự phối hợp thường xuyên giữa cơ quan quản lý và ĐVXB xây dựng chương trình sách dài hạn, đồng bộ, tránh lãng phí ngân sách.

Nhà nước quy định mức thường xuyên mua sách các loại sách chính trị cho các thư viện tỉnh, thành phố, trường học, phòng đọc sách các cơ quan Đảng, Nhà nước, đoàn thể các cấp với mức quy định tối thiểu 30%. Đặc biệt, đầu tư xây dựng tủ sách chính trị và pháp luật, sách cho thiếu nhi ở cơ sở, miền núi, vùng sâu, vùng xa. Đồng thời có kế hoạch định kỳ giới thiệu sách cho độc giả thông qua các phương tiện truyền thông, mạng xã hội. Nhà nước trợ cước vận chuyển xuất bản phẩm đến vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn (miền núi, hải đảo), hỗ trợ vận chuyển xuất bản phẩm phục vụ công tác thông tin đối ngoại, hội trợ sách quốc tế,...

Nhà nước ưu đãi thuế giá trị gia tăng sách chính trị (trừ sách đặt hàng, sách NXB tự xuất bản tính 5%), miễn giảm thuế GTGT đối với trường hợp liên kết xuất bản các loại sách chính trị với cá nhân, tổ chức ; ưu đãi về thuế thu nhập nộp ngân sách nhà nước cho ĐVXB tham gia xuất bản sách chính trị.

Nhà nước có chính sách tăng nhuận bút cho cho các loại sách chính trị. Hiện nay, chính sách nhuận bút tại Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về chế độ, nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản quy định cho thấy: nhuận bút sách chính trị tương đương với các loại sách khác. Trên thực tế, lượng ấn bản sách chính trị không nhiều, nên nhuận bút tác giả tương đối thấp. Điều này chưa khuyến khích các tác giả viết, biên soạn sách chính trị. Vì vậy, cần có chính sách nhuận bút ưu tiên cho sách chính trị.

Thứ sáu, đổi mới chính sách đãi ngộ, bồi dưỡng, đào tạo nhân lực xuất bản sách chính trị. Những năm qua, Đảng và Nhà nước có cơ chế hỗ trợ công tác xuất bản sách chính trị. Từ năm 2012, Luật Xuất bản đã chuẩn hóa vị trí chức danh tại NXB và quy định yêu cầu cụ thể đối với từng chức danh đã từng bước chuẩn hóa nguồn nhân lực xuất bản. Tuy nhiên, xét về nguồn lực, ngành xuất bản vẫn chưa đủ để đáp ứng yêu cầu mới. Đại hội lần thứ XIII (2021) của Đảng chỉ rõ cần thiết phải phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm đáp ứng yêu cầu của Cách mạng công nghệ lần thứ tư và hội nhập quốc tế [29, 231]. Để tạo bước chuyển của ngành xuất bản, phát triển nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng.

Một, cần nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của đội ngũ cán bộ xuất bản, tính đặc thù của công tác xuất bản và xuất bản sách chính trị. Đội ngũ cán bộ, biên tập sách chính trị đóng vai trò là người gác cổng thầm lặng trên mặt trận tư tưởng của Đảng. Họ là người đem tri thức hoàn chỉnh với vỏ vật chất đẹp đến với bạn đọc, góp phần hiện thực hóa tư tưởng của chủ thể truyền tải. Sách chính trị bồi dưỡng lý tưởng, lòng tin, trí tuệ và phẩm chất đạo đức của người đọc trước yêu cầu của công cuộc hiện đại hóa, hội nhập.

Hai, điều chỉnh chính sách tiền lương. Tiền lương là khoản chi phí bù đắp hao phí lao động của người lao động để họ có thể duy trì sản xuất và tái sản xuất. Sách chính trị là hàng hóa đặc biệt, vì vậy, hao phí lao động cần thiết cũng có điểm riêng biệt. Do đó, cần có nghiên cứu điều chỉnh chế độ tiền lương sao cho phù hợp với vị trí công việc của cán bộ, biên tập viên sách chính trị, tạo điều kiện cho họ chuyên tâm lao động sáng tạo, góp phần vào định hướng chung ngành xuất bản.

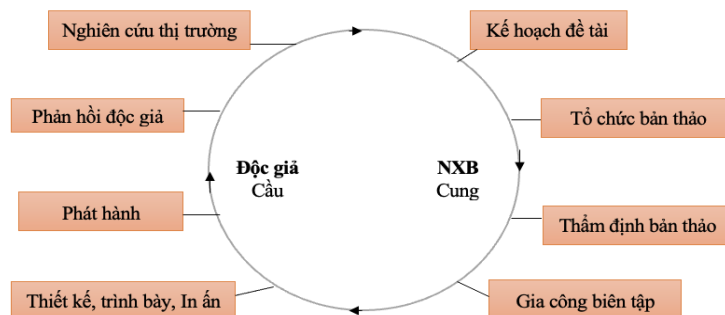
Ba, định hướng bồi dưỡng, đào tạo mô hình cán bộ, biên tập trước yêu cầu mới. Xây dựng tiêu chuẩn đối với cán bộ, biên tập viên sách chính trị. Đồng thời, Nhà nước có chính sách đầu tư giáo dục thường xuyên, cử cán bộ, biên tập viên học tập chuẩn hoá trình độ tại cơ sở giáo dục, đào tạo trong nước và các nước có nền xuất bản phát triển.

Bốn, cơ quan quản lý phối hợp Hội Xuất bản xây dựng khung đánh giá cán bộ, biên tập viên bên cạnh giải thưởng sách hằng năm. Chẳng hạn như tặng danh hiệu, giải thưởng nhằm tôn vinh cán bộ, biên tập viên có thành tích nổi bật trong nghề nghiệp.

Nhìn chung, khảo sát lấy ý kiến, kết quả cho thấy các đối tượng được khảo sát đồng tình với các giải pháp nêu trên [PL5].

4.3.2. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản

Nghiệp vụ xuất bản được coi là tổng thiết kế để cho ra đời xuất bản phẩm có giá trị, đạt hiệu quả chính trị-xã hội và hiệu quả kinh tế. Cải thiện, tiến tới nâng cao chất lượng các khâu nghiệp vụ xuất bản là cơ sở để nâng cao hiệu quả xuất bản. Xuất bản là quá trình bao gồm nhiều công đoạn. Mỗi công đoạn có đặc trưng về cách thức và nguyên tắc nghiệp vụ. Vì vậy, nâng cao hiệu quả từ góc độ nghiệp vụ xuất bản chính là việc thực hiện và quản trị tốt các khâu nghiệp vụ trên cơ sở phát huy tiềm năng và năng lực của ĐVXB theo định hướng, mục tiêu. Nhóm giải pháp về nghiệp vụ xuất bản dựa trên cơ sở những vấn đề đặt ra từ thực trạng khảo sát, từ đó có góc nhìn và giải pháp cụ thể trong mối quan hệ nhà cung cấp (cung) và độc giả (cầu).



Sơ đồ 4.1: Vòng tuần hoàn xuất bản

4.3.2.1. Quản trị kế hoạch đề tài

Kế hoạch đề tài là khâu mở đầu của công tác biên tập, xuất bản, các hoạt động khác liên quan đến nội dung biên tập, xuất bản đều phải căn cứ vào kế hoạch đề tài. Kế hoạch đề tài phản ánh tầm nhìn, tư tưởng của người biên tập và NXB, từ đó tạo ra lợi ích xã hội và lợi ích kinh tế. Trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, chúng ta đều bàn về hiệu quả kinh tế. Điều đó đặt yêu cầu cân đối các loại đề tài trong tổng thể kế hoạch của ĐVXB. Nhìn dưới góc độ kinh tế, kế hoạch đề tài là kết quả của sự lựa chọn trên cơ sở sử dụng các nguồn lực hiện có. Xuất phát từ thực trạng các ĐVXB còn nhiều khó khăn, các điều kiện và nguồn lực khan hiếm, cần quản trị tốt đề tài, tạo cơ sách sách cân đối, hợp lý.

Một, cần phân loại đề tài. Đề tài khác nhau có đặc điểm và chức năng riêng, có vị trí không thể thay thế trong toàn bộ kế hoạch đề tài. Việc phân chia loại đề tài cần thiết cho việc nắm bắt và định hướng hướng xuất bản từ góc độ tổng thể. Để phát triển sách chính trị Việt Nam, *giải quyết vấn đề chênh lệch loại sách, phong phú nguồn sách* không chỉ phục vụ cho các nhiệm vụ chính trị mà còn phải phục vụ nhu cầu nghiên cứu, phổ biến tri thức chính trị ở nhiều cấp độ khác nhau trong xã hội. Từ thực trạng xuất bản của các ĐVXB cho thấy, đề tài được chia thành: đề tài do cơ quan nhà nước chỉ đạo, đề tài do ĐVXB đề xuất; đề tài do ĐVXB khai thác thông qua liên kết xuất bản.

Đối với đề tài trọng điểm phục vụ nhiệm vụ chính trị. Loại đề tài có tính định hướng chiến lược đối với xuất bản sách chính trị. Nhưng thời gian qua vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu chính trị khi “chưa có nhiều đầu sách hay, có giá trị cao về lý luận và thực tiễn” [9]. Vì vậy, cần phải thay đổi tư duy, đổi mới phương thức lựa chọn đề tài.

- Nguyên tắc thanh lọc. Trong xem xét đề tài xuất bản, ĐVXB cần phải lựa chọn đề tài nổi bật, bám sát chỉ đạo và thực tiễn chính trị đất nước. Đề tài này được bám sát các căn cứ chủ yếu sau: (1) Định hướng và chỉ đạo của Bộ Chính trị, Ban Bí thư Trung ương Đảng, chương trình xây dựng pháp luật của Quốc hội, chương trình làm việc của Ban Chấp hành Trung ương Đảng và Chính phủ, nhu cầu của các cấp, các ngành, các địa phương; (2) Nhiệm vụ

ngiên cứu chính trị nảy sinh từ yêu cầu của thực tiễn; (3) Hoạt động chính trị, công tác tư tưởng bám sát thực tiễn tình hình chính trị, xã hội; những vấn đề có tính lịch sử chính trị, vấn đề tranh chấp biên giới, lãnh thổ, vấn đề chủ quyền biển đảo; (4) Các phong trào chính trị sôi động trong nước, các sự kiện chính trị trọng đại, có ý nghĩa động viên tinh thần cách mạng của quần chúng; (5) Đề tài xuất phát từ thực tế, cập nhập công tác nghiên cứu giáo dục lý luận, chính trị, công tác tư tưởng; (6) Đề tài thời sự bám sát tình hình thực tế chính trị trong nước, khu vực và quốc tế [B2].

- Nguyên tắc chuyên biệt. Nguyên tắc này yêu cầu tính đổi mới, độc đáo trong lựa chọn đề tài, tránh sự lặp đi lặp lại, trùng lặp, có thể gây ra lãng phí về ngân sách và nguồn lực. Đề tài sách chính trị rất khó tự tổ chức bởi đòi hỏi cao về chuyên môn, thời gian và nguồn lực. Từ thực trạng khảo sát đề tài xuất bản những năm qua cho thấy, một số mảng đề tài các ĐVXB chưa được chú ý khai thác, như: quan hệ giữa Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước, tổ chức chính trị - xã hội, chính trị thế giới, ngoại giao và quan hệ quốc tế.

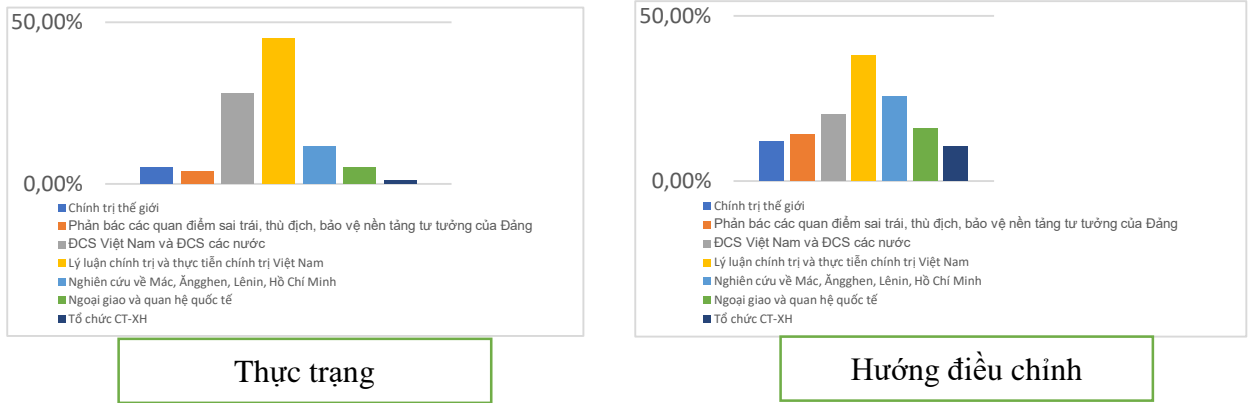
- Nguyên tắc tiện dụng. Nguyên tắc tiện dụng yêu cầu tính hiệu quả và sức sống lâu dài của đề tài. Các đề tài trọng điểm đã chứa đựng trong nó giá trị sâu sắc, do đó cần tính đến phương án gia tăng hiệu quả sử dụng sách. Ở góc độ thị trường, hiệu quả lâu dài của việc lựa chọn đề tài thể hiện ở tỷ lệ tái bản, số lần tái bản, khoảng cách giữa những lần tái bản... sau khi được chỉnh sửa, bổ sung. Sách tái bản tập trung vào sách giáo trình, tài liệu học tập nhưng vẫn còn mảng sách lớn có giá trị vẫn chưa được để ý đến. Thực trạng cho thấy sự tích cực của các ĐVXB trong tìm kiếm các đề tài mới, nhưng lại quên đi nguồn đề tài tái bản phong phú. Điều này đòi hỏi khâu đề tài cần phải cẩn thận, kỹ lưỡng và tối ưu cấu trúc lựa chọn đề tài, hạn chế lãng phí đề tài có sẵn.

Đối với đề tài do NXB tổ chức xuất bản hay liên kết xuất bản. Loại đề tài thể hiện sự thích ứng của ĐVXB trong điều kiện kinh tế thị trường, khắc phục sự chênh lệch tỷ trọng giữa các loại sách chính trị hiện nay. Ở một khía cạnh nào đó, loại đề tài này cần được coi là chiến lược lâu dài của ĐVXB. Nội dung của kế hoạch đề tài đều mang tính chủ động, là kết quả sàng lọc nhiều mặt của việc lựa chọn đề tài. Vì vậy, việc xác định đề tài cần tập trung vào các khía

cạnh sau: (1) Quán triệt các quy định của nhà nước, tôn chỉ, mục đích của ĐVXB để xác định chủ đề theo hướng xuất bản. Đồng thời, kế hoạch đề tài cần lưu ý đến những thay đổi về chính sách và kịp thời có những điều chỉnh cần thiết; (2) Phối hợp thông tin giữa các bộ phận chức năng trong ĐVXB, thông qua phản hồi thị trường, cộng tác viên để thiết kế đề tài phù hợp. Lựa chọn đề tài không chỉ là công việc của bộ phận biên tập, bộ phận bản quyền, bộ phận kinh doanh, phát hành đều cần thiết tham gia vào việc xây dựng hoàn chỉnh kế hoạch đề tài; (3) Chú trọng tính liên tục và kế thừa của cơ cấu đề tài. Điều này giúp ĐVXB tạo dựng được nét riêng về thương hiệu trong xã hội, từ đó củng cố sức mạnh và khả năng cạnh tranh của ĐVXB; (4) Chú trọng cân đối giữa đề tài sách chính trị hàn lâm và đề tài sách chính trị phổ thông; giữa sách giáo dục chính trị và sách hướng dẫn công tác, nghiệp vụ chính trị; (5) Gia tăng đầu sách sách dịch chính trị hay, hấp dẫn.

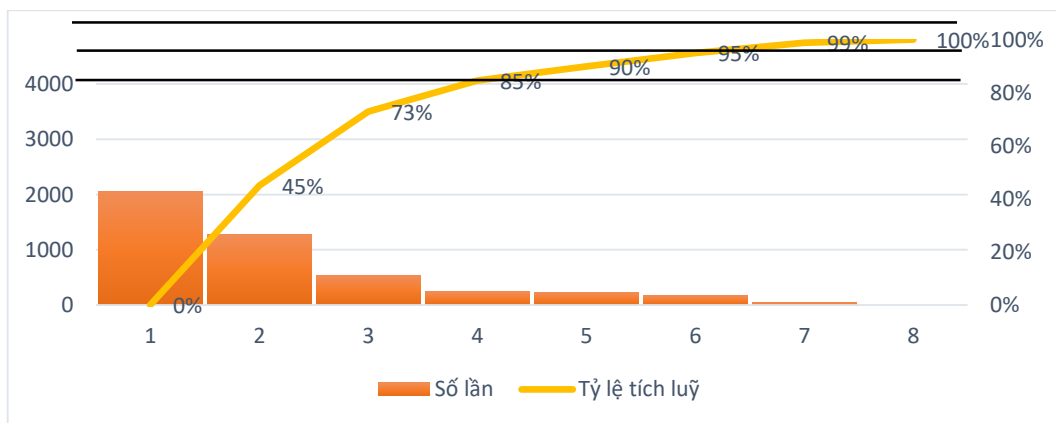
Hai, ứng dụng phương pháp quản lý đề tài xuất bản. Các phương pháp quản lý đề tài theo thống kê là công cụ để ĐVXB theo dõi phân bổ đề tài tương ứng cơ cấu sách xuất bản để nhận diện các biến đổi theo ngắn hạn hoặc dài hạn. Từ đó, ĐVXB sắp xếp, cân đối các loại đề tài và nguồn lực tương ứng khoa học, hiệu quả. Có nhiều phương pháp thống kê được sử dụng để theo dõi biến đổi, như: Biểu đồ tần suất, Sắp xếp sơ đồ (Pareto), Phân tầng (AHP)... Mỗi phương pháp cách thức ứng dụng trong những trường hợp khác nhau.

- *Phương pháp biểu đồ tần suất* là phương pháp dựa trên kết quả thống kê theo nhóm để đo lường sự biến đổi. Đây là công cụ thống kê phổ biến, hình dạng biểu đồ lý tưởng là tập hợp các cột biểu đồ tần suất (hoặc tỷ lệ) có hình tam giác cân. Sự dị biệt mô hình cho thấy sự chênh lệch giữa mô hình lý tưởng và thực trạng. Từ đó, đặt ra vấn đề thay đổi hành động để điều chỉnh thực trạng đạt tới mô hình cân bằng. Phương pháp biểu đồ tần suất cho kết quả thống kê trên cơ sở xác định mức độ ưu tiên của từng chủ đề, nhưng hướng tới mục tiêu cân bằng, hạn chế sai lệch quá lớn giữa các chủ đề đó. Mô hình có thể ứng dụng quản lý yếu tố nhỏ hơn trong nhóm. Ví dụ quản trị bằng phương pháp biểu đồ tần suất.



Biểu đồ 4.1: Mô hình biểu đồ tần suất về cơ cấu sách chính trị

- Phương pháp sắp xếp sơ đồ Pareto được nhà kinh tế học người Ý Pareto đề xuất và sơ đồ hóa theo quy tắc thứ cấp theo mức độ từ cao xuống thấp theo tỷ lệ tích lũy. Phương pháp này có thể ứng dụng đánh giá mức độ các yếu tố. Trục tung bên trái phản ánh số lượng/tần xuất của nhóm nội dung/vấn đề, trục tung bên phải phản ánh mức độ tác động theo tỷ lệ % đóng góp. Trục hoành là đại diện các nhân tố. Cột hình chữ nhật đại diện cho số lượng, đường cong đại diện cho tỷ lệ tích lũy. Các yếu tố nằm trong khoảng 0-80% được coi là quan trọng. Các nhân tố nằm trong khoảng 80%-90% là thứ yếu, 90%-100% là bình thường. Nếu biểu đồ tần suất hướng tới quản trị cân bằng, thì biểu đồ Pareto hướng quản trị thứ bậc theo mức độ ưu tiên.



Biểu đồ 4.2: Mô hình biểu đồ sắp xếp sơ đồ Pareto

(Biểu đồ được tính toán dựa trên số liệu khảo sát của tác giả)

1. Sách lý luận và thực tiễn chính trị Việt Nam
2. Sách ĐCS Việt Nam và ĐCS các nước
3. Sách nghiên cứu về Mác, Ăngghen, Lênin, Hồ Chí Minh
4. Sách ngoại giao và quan hệ quốc tế
5. Sách chính trị thế giới
6. Sách phân bác quan điểm sai trái thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng
7. Sách các tổ chức chính trị-xã hội

4.3.2.2. Quản trị nguồn bản thảo theo định hướng xuất bản

Nguồn bản thảo là kết quả của công việc thu nhập, tối ưu lựa chọn đề tài, chọn tác giả/dịch giả, giúp cho ĐVXB chủ động trong kế hoạch xuất bản. Từ thực trạng khảo sát cho thấy, nguồn bản thảo sách chính trị của các ĐVXB đến từ nhiều nguồn khác nhau: Bản thảo tự đầu tư (tự phát hành), bản thảo đơn đặt hàng Trung ương, bản thảo công vụ, bản thảo liên kết. Để đạt hiệu quả tốt, các ĐVXB cần quản trị tốt nguồn bản thảo.

Một là, đảm bảo thực hiện nhiệm vụ chính trị, hoàn thiện đúng tiến độ bản thảo sách Trung ương đặt hàng. Đây là sách phục vụ cho nhiệm vụ chính trị hàng năm hoặc đột xuất do Trung ương giao hoặc NXB chủ động đề xuất và được Trung ương phê duyệt, cấp kinh phí thực hiện. Bản thảo sách khá đa dạng về thể loại như: Kinh điển C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh, sách văn kiện nhà nước, cơ quan ban ngành, sách của các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, sách nghiên cứu tổng kết đường lối, chính sách, sách lý luận và lịch sử chính trị, sách phản bác các quan điểm sai trái, luận điệu xuyên tạc của các thế lực thù địch, sách công cụ, sách nghiệp vụ, tài liệu hội nghị... Loại bản thảo này có độ khó cao, thời gian ngắn, đòi hỏi phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận ĐVXB và ĐVXB với cơ quan chủ quản và kế hoạch triển khai đồng bộ, chặt chẽ. Đồng thời, cần có kế hoạch hoàn thành bản thảo công vụ.

Hai là, bảo đảm công việc, thu nhập thường xuyên cho ĐVXB. ĐVXB cần phát hiện và đầu tư bản thảo có giá trị thị trường. Loại bản thảo này do NXB tự đầu tư kinh phí xuất bản, thường có nội dung phổ thông, gần gũi với người đọc, tạo nguồn doanh cho ĐVXB. Mở rộng quan hệ, tìm kiếm các nguồn bản thảo liên kết từ tổ chức, cá nhân ký hợp đồng xuất bản với NXB theo quy định của Luật Xuất bản. ĐVXB cần có sự kiểm soát chặt chẽ về chất lượng sách xuất bản, tránh soi sót, vi phạm.

Ba là, quản trị tốt nguồn bản thảo mới và nguồn bản thảo tái bản. Sách tái bản thường có thể dự đoán được doanh số và doanh thu, tiết kiệm nhiều hạng mục chi phí từ nguồn bản thảo có sẵn. Việc tổ chức đồng thời quản trị tốt nguồn bản thảo giúp cho ĐVXB đạt hiệu quả xuất bản. Từ thực trạng khảo sát cho thấy,

các ĐVXB mỗi năm xuất bản hàng trăm đầu sách nhưng tỷ lệ sách tái bản lại chủ yếu tập trung vào mảng sách giáo trình, tài liệu học tập. Giải pháp để khắc phục tình trạng này như sau: (1) ĐVXB cần xây dựng kho dữ liệu sách tái bản; (2) Cần quản trị, cập nhật thường xuyên đầu về đầu sách, số lượng phát hành, chu kỳ sách; (3) Đưa dự kiến tái bản vào kế hoạch thường niên của ĐVXB; (4) Điều chỉnh nội dung, hình thức phù hợp từng phân lớp độc giả. Các dạng sách độc giả có nhu cầu sử dụng cao: sách phổ biến quan điểm, chủ trương của Đảng, pháp luật của Nhà nước; sách tham khảo, chuyên khảo; sách kiến thức, công cụ được biên soạn ngắn gọn, trọng tâm.

4.3.2.3. Xây dựng đội ngũ cộng tác viên

Cộng tác viên đóng vai trò quan trọng, góp phần vào sự thành công của hoạt động xuất bản. ĐVXB cần coi trọng công tác cộng tác viên, xác định cộng tác viên là lực lượng sản xuất của ĐVXB.

Một, ĐVXB cần phải xây dựng kho dữ liệu cộng tác viên. Tại ĐVXB hiện nay, Ban biên tập, biên tập viên trực tiếp tổ chức và liên hệ với cộng tác viên của mình, thay mặt ĐVXB trao đổi các công việc có liên quan. Điều này khiến sự hợp tác không thường xuyên, thậm chí gián đoạn trong thời gian dài. Kho dữ liệu cộng tác viên cũng giống như dữ liệu nhân sự ĐVXB cần được quản lý thống nhất, bảo mật, cập nhật thường xuyên.

Hai, ĐVXB cần phải xây dựng đội ngũ cộng tác viên đông đảo, đa dạng. Mỗi khâu biên tập sách cần có đội ngũ cộng tác viên tương ứng, sẵn sàng phối hợp công việc. Cộng tác viên có nhiều loại, đa phần ĐVXB chú trọng nhiều đến các cộng tác viên tác giả mà lơ là các cộng tác viên khác. Mỗi cộng tác viên có ưu thế riêng của mình, hỗ trợ một khâu của hoạt động biên tập, xuất bản. ĐVXB cần tổ chức, phân loại, thông qua quá trình hợp tác thường xuyên, cộng tác viên “nghịệp dư” sẽ trở thành “cộng tác viên chuyên nghiệp”. ĐVXB cần xây dựng đội ngũ gồm các loại cộng tác viên sau: (1) Cộng tác viên tác giả. Tác giả là người trực tiếp làm ra bản thảo, cần khai thác tác giả ở các điểm mạnh của họ, cụ thể cộng tác viên sáng tác, cộng tác viên biên soạn, cộng tác viên dịch thuật...; (2) Cộng tác viên biên tập viên. Họ là những người hỗ trợ BTV phát hiện, đề

xuất đề tài, tham gia nhận xét, đánh giá, duyệt bản thảo...; (3) Cộng tác viên là những bạn đọc, chuyên gia phê bình, giới thiệu sách. Cộng tác viên này thường là những KOLs có sức ảnh hưởng nhất định trong xã hội, giúp truyền thông tốt cho ĐVXB; (4) Cộng tác viên kỹ mỹ thuật, công nghệ. Yêu cầu đổi mới nội dung, hình thức sách (sách giấy, sách điện tử) không thể thiếu sự hỗ trợ từ đội ngũ này. Khi ĐVXB thiếu, yếu nguồn lực cơ hữu thì tìm kiếm nguồn lực bên ngoài là cần thiết. BTV cần kết hợp với cộng tác viên tác giả, cộng tác viên kỹ mỹ thuật, công nghệ nhằm sáng tạo nội dung, đổi mới hình thức sách.

Ba, xây dựng tiêu chuẩn đối với cộng tác viên, đặc biệt là cộng tác viên tác giả. Đối với cộng tác viên sách chính trị, cần đảm bảo các tiêu chuẩn sau: (1) Cộng tác viên phải đảm bảo phẩm chất chính trị, có lập trường chính trị, tư tưởng vững vàng, nhất trí với đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước; (2) Cộng tác viên có chuyên môn, học thuật, đặc biệt có khả năng thể hiện nội dung theo yêu cầu của ĐVXB. Cộng tác viên không có học hàm, học vị nhưng lối viết thu hút độc giả cũng được ĐVXB lưu ý.

Bốn, ĐVXB cần có chế độ, quyền lợi dành cho cộng tác viên. Chế độ nhuận bút hiện tại chưa tương xứng với trí tuệ, công sức của tác giả, vì vậy ĐVXB cân đối gia tăng phần chi phí này trong dự toán nhằm thu hút cộng tác viên tác giả chuyên nghiệp. Ngoài ra, ĐVXB cũng có thể phối hợp với tác giả cùng góp vốn xuất bản, phát hành cùng chia lợi nhuận.

Năm, xây dựng quan hệ gắn bó thân thiết với cộng tác viên. Bên cạnh “hợp đồng công việc”, ĐVXB cần có thái độ trân trọng, quan tâm đối với cộng tác viên, tạo mối quan hệ gắn bó, bền chặt. Một số hoạt động thường niên như hội nghị, hội thảo, tổng kết, cùng chế độ thăm hỏi, tri ân trong các dịp lễ, tết.

4.3.2.4. Có cơ chế đảm bảo chất lượng biên tập bản thảo

Công tác biên tập nội dung, biên tập kỹ, mỹ thuật nhằm đảm bảo chất lượng sách về nội dung, tránh sai sót, sai phạm, làm mới hình thức sách chính trị. Chất lượng biên tập bản thảo phải được bảo đảm bằng cơ chế quản lý chặt chẽ, thống nhất trong ĐVXB.

Một là, ĐVXB cần ban hành văn bản quy định và thực hiện nghiêm túc

quy trình thẩm định bản thảo. Thẩm định bản thảo là khâu quyết định trước khi bản thảo được biên tập. Một quy trình thẩm định chặt chẽ gồm ba bước: (1) Thẩm định sơ bộ trước khi biên tập. Bước này đòi hỏi phải đọc kỹ bản thảo, xem xét cẩn thận tư tưởng chính trị, giá trị học thuật hoặc nghệ thuật, cấu trúc chương, lối hành văn, trình độ hành văn, phong cách hành văn, v.v. BTV cần đánh giá thực tế chất lượng của bản thảo, giá trị xuất bản của bản thảo từ hai khía cạnh hiệu quả xã hội và kinh tế dự kiến; (2) Duyệt bản thảo cấp ban. Rà soát lại tập trung nhiều hơn vào việc rà soát vĩ mô bản thảo, tập trung vào việc rà soát, kiểm tra nội dung bản thảo, trả lời các ý kiến xử lý, đề xuất của người rà soát lần đầu và giải quyết các vướng mắc (nếu có); (3) Duyệt bản thảo cấp NXB. Bước này sẽ rà soát lại để đưa ra câu trả lời rõ ràng và ý kiến xử lý cụ thể. Mục tiêu của công đoạn này nhằm quyết định bản thảo được xuất bản hay không. Đối với những bản thảo bị từ chối cần giải thích cụ thể lý do từ chối.

Hai là, ĐVXB cần ban hành văn bản quy định và thực hiện nghiêm túc quy trình biên tập, xuất bản sách chính trị. Văn bản này là căn cứ pháp quy bảo đảm vận hành quy trình xuất bản thông suốt, nhanh chóng, đồng thời phân công, làm rõ vị trí, trách nhiệm của cán bộ, biên tập viên.

Ba là, ĐVXB cần ban hành văn bản quy định quy trình biên tập, quy định thống nhất biên tập hình thức bản thảo. BTB căn cứ vào văn bản này thực hiện công việc của mình. Sau thẩm định, được tác giả chỉnh sửa, bản thảo đã đảm bảo các tiêu chuẩn xuất bản. BTV tiến hành gia công biên tập bản thảo hoàn chỉnh, thống nhất nội dung và hình thức trình bày. Mọi gia công sửa chữa cần đảm bảo các nguyên tắc cơ bản [B3]: đảm bảo loại bỏ các sai sót về từ ngữ, câu, trích dẫn; tôn trọng tác giả về quan điểm học thuật, trao đổi tham vấn tác giả cách sáng tạo, thể hiện và văn phong... phù hợp với đối tượng độc giả; đảm bảo nhất quán về hình thức, thống nhất theo quy định chung.

4.3.2.5. Đổi mới thiết kế, trình bày hình thức sách phù hợp với sự tiếp nhận của độc giả

Tốc độ thị trường hóa của ngành xuất bản cũng bộc lộ một số vấn đề trong thiết kế sách chính trị. Độc giả luôn có yêu cầu sự mới mẻ về nội dung, hình

thức. So với các dòng sách khác, sách chính trị trình bày, minh họa còn đơn điệu, kém hấp dẫn độc giả. Để thoả mãn yêu cầu của độc giả, đổi mới thiết kế trình bày, hình thức sách là hoàn toàn cần thiết.

Bảng 4.2: Ý kiến của độc giả về cải thiện hình thức, nội dung sách

Các tiêu chí	Không Đồng ý	Đồng ý	Ý kiến khác
1. Hình thức phù hợp nội dung, dễ tìm kiếm tri thức	36,2%	51,1%	12,7%
2. Trình bày trang nhã, thiết kế mới mẻ, có minh họa	6,4%	83,5%	10,1%
3. Diễn đạt đơn giản, gần gũi	4,9%	82,3%	12,8%
4. Đa dạng hình thức, loại sách	3,1%	81,2%	15,7%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Khảo sát tổng thể về độc giả cho thấy những điểm nổi bật trong tâm lý tiêu dùng của độc giả là tính tiện lợi và tính thẩm mỹ trong tiêu dùng xuất bản phẩm. Vì vậy nội dung giải pháp tập trung vào hai vấn đề này.

Một là, nâng cao tính thẩm mỹ cho sách chính trị. Độc giả cũng rất chú ý đến tính thẩm mỹ mặc dù sách chính trị không có thể mạnh ở điểm này. Đổi mới ở đây là tìm kiếm cách thức để thay đổi, thổi hồn sắc vào sách. Tổng thể thiết kế sách bao gồm thiết kế bìa, thiết kế định dạng, minh họa cho nội dung... cần được xem xét theo các yếu tố khác nhau như tính chất, nội dung, đối tượng mục tiêu, độ dài, chức năng và các đặc điểm định dạng của xuất bản phẩm.

Hai là, nâng cao tính tiện dụng cho sách chính trị. Sự tiện lợi thể hiện ở các điểm: nhỏ, nhẹ, dễ di chuyển, thuận lợi trong tìm kiếm thông tin cần thiết. Căn cứ đặc điểm tâm lý độc giả, ĐVXB cần tìm kiếm thiết kế bố cục, định dạng khổ sách, đồng thời có kế hoạch xuất bản loại sách tra cứu, bỏ túi.

Ba là, tính thẩm mỹ, tiện dụng cần được nâng cao ở sách điện tử. Hiện nay, sách chính trị điện tử vẫn là dạng số của sách truyền thống. Ứng dụng công nghệ để thay đổi nội dung, hình thức sách xu thế của sách chính trị tương lai. Đặc điểm của ấn phẩm đa phương tiện là sự gia tăng các yếu tố thị giác và thính giác khác nhau trong thiết kế bố cục. Đồng thời, thiết kế bố cục cũng được đưa vào nhiều yếu tố nghệ thuật hơn.

4.3.2.6. Đẩy mạnh truyền thông phát hành sách kết hợp xây dựng thương hiệu của ĐVXB

So với các công ty xuất bản, phát hành, truyền thông phát hành sách và xây dựng thương hiệu vốn là điểm yếu của ĐVXB sách chính trị. Vì vậy, thời gian tới, cần đẩy mạnh truyền thông, phát hành hướng tới định vị thương hiệu NXB trên thị trường. Sách chính trị tương đối đặc thù, bởi một bộ phận không nhỏ sách được chuyển nhượng dưới hình thức phi hàng hóa như bản lưu chiểu, hàng biếu, quà biếu... Đổi mới ngành xuất bản yêu cầu NXB xuất bản chủ động trong sản xuất và phân phối sách dưới hình thức hàng hóa ngày càng bức thiết. Vì vậy, chiến lược phát hành tập trung vào các điểm chính sau đây.

Thứ nhất, tận dụng các kênh phân phối truyền thông theo kênh dài, kênh ngắn với mạng lưới phân phối diện rộng. Trong bối cảnh hiện nay, ĐVXB có cơ hội tận dụng các kênh phân phối có sẵn để phát hành sản phẩm của mình. Việc tận dụng các kênh phân phối xuất bản phẩm hiện có trên thị trường có thể giải quyết bài toán hạn chế về nguồn lực tài chính. Việc thiết lập nhiều vào kênh phân phối xuất bản phẩm là phương tiện quan trọng để các cơ sở xuất bản mở rộng thị phần xuất bản phẩm. ĐVXB cần có kế hoạch thiết lập đồng bộ hệ thống phân phối, như: (1) Nâng cao hiệu quả kênh phát hành trực thuộc ĐVXB; (2) Liên hệ thường xuyên thư viện tỉnh, thành phố, trường học, Văn phòng cấp uỷ, Ban Tuyên giáo cấp các cấp uỷ đảng; (3) Kết nối với các công ty, nhà sách.

Thứ hai, phát triển kênh phân phối thương mại điện tử. Kênh phân phối TMĐT tương đối đa dạng mà các ĐVXB có thể khai thác như: (1) Khai thác tài nguyên của sàn TMĐT trực tuyến. Loại hình này hỗ trợ ĐVXB mở gian hàng giới thiệu, bán hàng, thanh toán đến vận chuyển, đưa sản phẩm đến người dùng cuối. Đây là phương thức đơn giản nhất, tiết kiệm chi phí quản lý, vận hành, giúp các nhà xuất bản tham gia vào các nền tảng thương mại điện tử. Hiện nay, sàn Book365.vn do Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức vẫn là sàn thương mại điện tử chuyên biệt duy nhất tại Việt Nam và chỉ có 2/5 ĐVKS tham gia. Định hướng phát triển sàn book365 trở thành sàn thương mại điện tử mạnh sẽ hỗ trợ rất lớn cho ĐVXB. Bên cạnh đó, các ĐVXB khai thác nguồn lực sẵn có

tại các sàn thương mại điện tử Tiki, Lazada hoặc Amazon để mở rộng phạm vi phân phối sách trong và ngoài nước; (2) Khai thác các cửa hàng sách trực tuyến. So với các sàn thương mại điện tử trực tuyến, website này ra đời sớm và hoạt động hiệu quả hơn bởi cơ cấu tinh giản. Một số website tiêu biểu như Vinabook.com, Fahasha.com, phuongnam.com cộng tác với nhiều nhà xuất bản trên cả nước; (3) Phát triển website giới thiệu và phân phối sản phẩm của ĐVXB theo tiêu chuẩn hiện đại, an toàn. Hầu hết các nhà xuất bản hiện nay đều có website nhưng không phát triển tính năng kinh doanh như NXB Công an nhân dân - nxbcand.vn; NXB Quân đội nhân dân - nxbqndd.com.vn, NXB Lý luận chính trị không có website riêng. Vì vậy, cần mở rộng và hoàn thiện tính năng thương mại cho website điện tử; (4) Nâng cao hiệu quả và chất lượng phục vụ của website đọc sách miễn phí và thư viện số, kho dữ liệu số. ĐVXB phối hợp thường xuyên với thư viện bổ sung thường xuyên các nguồn tài liệu, xây dựng danh mục tủ sách chính trị theo chủ đề, chủ đề thường xuyên giới thiệu với học sinh, sinh viên và bạn đọc nói chung.

Thứ ba, đẩy mạnh truyền thông (truyền hình, báo, tạp chí, website, mạng xã hội,...) nhằm quảng bá và gia tăng tương tác bằng các công cụ quảng cáo.

Bảng 4.3: Mức độ truyền thông tại ĐVKS

	NXB CTQGST	NXB LLCT	NXB QĐND	NXB CAND	NXB TTTT
Sách	X	X	X	X	X
Truyền hình/Phát thanh	0	0	0	0	0
Mạng xã hội	X	0	0	0	X
Hội sách/Triển lãm	X	X	X	X	X
Hộp báo	X	0	X	0	0

X: Thường xuyên

0: Không thường xuyên

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

- Sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, phát thanh, truyền hình, mạng xã hội đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá cho sản phẩm và hình ảnh của ĐVXB.

- Triển lãm bán xuất bản phẩm là một hình thức quan trọng, đặc biệt vào các ngày nghỉ, lễ tết, hoạt động xã hội lớn, ngày kỷ niệm... Thông qua các

phương pháp trưng bày khác nhau như hội chợ sách, phố sách, ấn phẩm đến với độc giả. Độc giả nhìn thấy thực tế, thông qua trưng bày, mọi người có thể hiểu ấn phẩm một cách sinh động và trực quan hơn, một mặt có thể thu hút sự chú ý của độc giả và người tiêu dùng, mặt khác có thể cũng thu hút sự chú ý của các tổ chức và nhóm, để mở rộng doanh số bán các ấn phẩm. Hội chợ sách thường niên, phố sách đi bộ tổ thường xuyên hoặc không thường xuyên, không chỉ có thể làm phong phú thêm thị trường xuất bản mà còn cho phép các ĐVXB và nhà sách thu được lợi ích kinh tế và xã hội tốt.

- Tổ chức cuộc họp báo xuất bản, các buổi đánh giá xuất bản, v.v. để mời chuyên gia ngành xuất bản, giới báo chí, độc giả và chuyên gia tham gia, đồng thời hợp tác với các bản tin kịp thời để quảng bá xuất bản nhằm đạt được mục đích tuyên truyền.

4.3.2.7. Bồi dưỡng nguồn nhân lực xuất bản sách chính trị đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế

Trong cuốn sách “Bản chất thực sự của xuất bản” (1926), Stanley Unwin nói: Nếu xuất bản không phải là một nghề, thì đó là một môn nghệ thuật, một nghề thủ công và một công việc kinh doanh, bởi vì nó đòi hỏi sự kết hợp của nhiều kỹ năng lành nghề và trình độ chuyên môn khác thường [111, 78]. Bồi dưỡng nguồn nhân lực là cơ sở để phát triển ngành xuất bản. Trên quan điểm kinh tế, tăng trưởng kinh tế là một xu hướng dài hạn phụ thuộc vào tổng khả năng cung ứng cho hoạt động đó. Trong đó, chất lượng nguồn lao động là nguồn gốc của sự tăng trưởng. Đại hội XIII (2021) của Đảng cũng đặt yêu cầu đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và hội nhập quốc tế. Theo đó, Đại hội nêu phương châm “đào tạo con người theo hướng có đạo đức, kỷ luật, kỷ cương, ý thức trách nhiệm công dân, xã hội; có kỹ năng sống, kỹ năng làm việc, ngoại ngữ, công nghệ thông tin, công nghệ số, tư duy sáng tạo và hội nhập quốc tế” [29, 232-233]. Thiết nghĩ, đó cũng là định hướng bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực làm công tác xuất bản sách chính trị.

Thứ nhất, nâng cao trình độ lý luận chính trị, pháp luật và trách nhiệm xã

hội của đội ngũ cán bộ làm công tác xuất bản sách chính trị. Trình độ lý luận chính trị, pháp luật của đội ngũ cán bộ, biên tập viên sách chính trị ảnh hưởng trực tiếp đến việc thực hiện đường lối, chính sách, định hướng của Đảng, đồng thời ảnh hưởng tới chất lượng sách. Trình độ, phẩm chất của đội ngũ cán bộ, biên tập viên là một trong tiêu chí đo lường trình độ xuất bản của một quốc gia, có ý nghĩa hiện thực và lâu dài đối với việc nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản. Hơn ai hết, người làm công tác xuất bản cần hiểu biết về quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, đồng thời nắm vững quy định bảo đảm xuất bản đúng định hướng. Xuất bản là ngành mang tính tổng hợp, kinh tế thị trường đòi hỏi vòng quay xuất bản càng nhanh, càng mạnh để tạo ra nhiều xuất bản phẩm. Xuất bản sách chính trị cũng không ngoại lệ. Thực trạng sách xuất bản ngày một nhiều hơn nhưng thiếu đi sách hay, sách nổi bật. Đội ngũ cán bộ xuất bản là những người kiên định nhất, gắn bó chặt chẽ, tìm kiếm, phát hiện vấn đề tồn tại trong công tác xuất bản sách chính trị, từ đó từng bước đổi mới.

Vì vậy, đối với cán bộ làm việc tại ĐVXB sách chính trị, cần đưa tiêu chuẩn bắt buộc về trình độ lý luận chính trị, pháp luật, đặc biệt là cán bộ quản lý, biên tập viên. Đồng thời, ĐVXB cũng thường xuyên tổ chức các khóa học ngắn hạn, thường xuyên cập nhật kiến thức lý luận chính trị, pháp luật.

Thứ hai, đào tạo, bồi dưỡng hướng tới chuẩn hóa trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ xuất bản. Sự thay đổi không ngừng của phương tiện và công nghệ xuất bản đã đặt ra yêu cầu ngày càng cao đối với tri thức và trình độ của đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý, biên tập, hiệu đính, phát hành... Việc xây dựng đội ngũ xuất bản cần được đổi mới từ các khía cạnh sau:

- Nhà nước tiếp tục xây dựng các quy định chuẩn hóa và cơ chế đánh giá định kỳ dành cho chức danh nhân lực ngành xuất bản, xuất bản sách chính trị nói riêng về các tiêu chuẩn chuyên môn, trình độ lý luận chính trị, trình độ nghiệp vụ xuất bản.

- Thực hiện bồi dưỡng đối với đội ngũ cán bộ ĐVXB. Xuất phát từ thực tế đội ngũ cán bộ xuất bản nước ta đào tạo từ những chuyên ngành khác nhau nhưng đều tham gia vào công tác xuất bản. Vì vậy, bồi dưỡng, đào tạo lại cần

cần thiết, với các hình thức như: (1) Tập huấn đối với cán bộ, biên tập mới; (2) Bồi dưỡng kiến thức chuyên môn về nghiệp vụ xuất bản định kỳ; (3) Hội thảo, tọa đàm trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ kiến thức với đối tác trong và ngoài nước; (4) Cử cán bộ học tập ngắn hạn ở nước ngoài; (4) Bồi dưỡng ngoại ngữ, tin học cho BTV. Sách dịch chính trị đòi yêu cầu cao hơn đối với cán bộ, biên tập viên, tạo nguồn lực khai thác nguồn sách dịch.

- Đổi mới chương trình đào tạo chính quy, kết hợp thực tiễn ngành để bổ sung thêm nguồn lực cho xuất bản sách chính trị. Đổi mới nội dung, phương pháp đào tạo chính quy và tổ chức các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên sâu. Nội dung đào tạo tập trung vào các khía cạnh: *Một*, đào tạo kiến thức và kỹ năng nghiệp vụ xuất bản hiện đại phù hợp với báo chí đa phương tiện và xuất bản điện tử; *Hai*, đào tạo về sử dụng công nghệ xuất bản điện tử; *Ba*, bổ sung nội dung kiến thức và kỹ năng về công nghệ internet, để giúp người học hiểu, làm chủ internet để khai thác dữ liệu và kết nối toàn cầu. Sự phát triển của xuất bản điện tử đòi hỏi nguồn nhân lực phải có khả năng tương ứng, như khả năng khám phá thông tin khổng lồ (big data), khả năng quản lý nội dung số, khả năng ứng dụng toàn diện các công nghệ đa phương tiện. Do đó, trường đại học cần được đầu tư cơ sở vật chất, đặc biệt là cơ sở vật chất phục cho xuất bản điện tử. Một số trường đại học trên thế giới xây dựng mô hình trường đại học kết hợp cơ quan báo chí, cơ quan xuất bản, các viện nghiên cứu trong và ngoài trường, thực hiện các dự án tạo cơ sở lý thuyết và thực hành.

Thứ ba, nâng cao trách nhiệm cán bộ, biên tập viên sách chính trị. Trách nhiệm của cán bộ, biên tập viên suy cho đến cùng là có thể tạo ra những sản phẩm tinh thần có giá trị cho xã hội. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng từng nhắc tới việc xây dựng đội ngũ cán bộ sao cho chính trị vững vàng, đạo đức trong sáng, chuyên môn nghiệp vụ giỏi, đáp ứng yêu cầu của thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển và hội nhập quốc tế sâu rộng [73]. Với vai trò là đội ngũ tiên phong, đội ngũ này cần nâng cao ý thức được trách nhiệm của mình trên các mặt chính trị, xã hội, định hướng văn hóa đọc, góp phần hình thành ý thức chính trị của độc giả.

4.3.3. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả

Độc giả sách chính trị chịu sự tác động bởi các nhân tố trình độ văn hóa, nghề nghiệp, trình độ lý luận và môi trường sống... Phân tích tương quan Pearson về mối quan hệ tuyến tính giữa các nhân tố với trạng thái độc giả: mức độ quan tâm, mức độ thường xuyên, mức độ sự hình thành sự hiểu biết, niềm tin đều có quan hệ tuyến tính. Các chỉ số giá trị tương quan chạy trong khoảng 0,02 - 0,3 cho thấy mối tương quan trung bình và tương quan yếu. Nghề nghiệp có mối tương quan âm (-) với mức độ quan tâm, mức độ thường xuyên và mức độ hình thành sự hiểu biết của của độc giả. Nghĩa là nghề nghiệp không liên quan thì độc giả không tìm đọc sách chính trị. Các tương quan còn lại đều là tương quan dương (+) nghĩa là giá trị x (trình độ học vấn, trình độ lý luận, môi trường sống) tăng, thì giá trị y (mức độ quan tâm, mức độ thường xuyên, mức độ sự hình thành sự hiểu biết) tăng và ngược lại.

Bảng 4.4: Quan hệ tương quan giữa các nhân tố với trạng thái độc giả

	Mức độ quan tâm	Mức độ thường xuyên	Mức độ hình thành sự hiểu biết
Nghề nghiệp	-1,71	-0,212	-0.253
Trình độ học vấn	0,18	0,328	0.338
Trình độ lý luận	0,065	0,106	0.108
Môi trường sống	0,24	0,192	0,203

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Từ kết quả phân tích cho thấy, việc nâng cao hiệu quả tiếp nhận từ độc giả cần thực hiện các giải pháp toàn diện trên cơ sở nâng cao ý thức về vai trò sách chính trị, tầm quan trọng của đọc sách chính trị, nâng cao trình độ lý luận, tạo môi trường sinh hoạt chính trị thường xuyên tại các cơ quan, trường học.

4.3.3.1. Nâng cao ý thức của độc giả về vai trò của sách chính trị và tầm quan trọng của việc đọc sách chính trị

Thực dụng là động cơ đọc sách của độc giả sách chính trị, khi đa phần sách chính trị phục vụ chủ yếu để học tập và nghiên cứu chính trị. Những năm qua, xuất bản sách chính trị từng bước thay đổi, nhưng để sách có thể thâm

nhập vào độc giả thì chính bản thân người đọc cũng phải thay đổi nhận thức về sách và hình thành thói quen đọc sách. Cần làm cho độc giả hiểu rằng, so với thông tin nhanh, sách chính trị cung cấp những thông tin chính xác, đầy đủ, có tác động tích cực đối với sự hình thành thế giới quan chính trị của độc giả. Độc giả có thể hiểu sâu và chính xác về tình hình chính trị trong nước, bối cảnh quốc tế cùng quan hệ phức tạp, những thời cơ cũng như thách thức cần nắm bắt. Từ đó, tri thức dần dần thấm thấu và thay đổi chính bản thân độc giả. Sự hiểu biết về chính trị là chìa khoá để độc giả tham gia một cách hiệu quả vào đời sống xã hội, phát huy vai trò giám sát, phản biện của công dân đối với Nhà nước. Hiệu quả xuất bản sách chính trị không thể trọn vẹn khi mỗi độc giả chưa tích cực trong nhận thức và hành động. Mỗi độc giả là một thành viên của xã hội, vì vậy cần không ngừng học tập, tích lũy để nâng cao trình độ, hiểu biết về chính trị, từ đó mỗi độc giả có thêm tự tin tham gia chính trị và hướng dẫn người khác tham gia chính trị.

Vì vậy, cần thiết nâng cao nhận thức và thói quen đọc sách của độc giả thông qua hành động cụ thể: (1) Cơ quan chức năng, ĐVXB, thư viện phối hợp tổ chức định kỳ các buổi tọa đàm, bình luận cùng độc giả về chủ đề chính trị và sách chính trị; (2) Phối hợp cùng đài truyền hình, đài phát thanh thiết kế chương trình dành giới thiệu, bình luận về sách chính trị, gặp gỡ tác giả, nhà nghiên cứu, viết sách chính trị; (3) Phối hợp cùng công ty xuất bản, phát hành tổ chức gian hàng sách chính trị tại cửa hàng sách, trung tâm thương mại; (4) Phối hợp với các đơn vị phân phối sách điện tử, sách nói xây dựng đọc sách chính trị trên website sách điện tử, sách nói miễn phí hoặc thu phí thấp; (5) Xây dựng và phát triển cộng đồng đọc sách chính trị trên nền tảng mạng xã hội; (6) Hội Xuất bản phối hợp ĐVXB xây dựng chuyên mục giới thiệu, bình chọn sách hay, nổi bật trên nền tảng của Hội.

4.3.3.2. Nâng cao trình độ lý luận chính trị của độc giả

Nâng cao trình độ lý luận chính trị không chỉ thực hiện thông qua giáo dục chính quy mà cần phải thực hiện bằng giáo dục phi chính quy. Việc nâng cao trình độ lý luận chính trị của độc giả đến từ giáo dục nhà trường và giáo

dục xã hội. Đối với giáo dục nhà trường, đó là hệ thống giáo dục chính trị với các trường chính trị, giáo dục chính trị trong nhà trường phổ thông. Đối với giáo dục xã hội, đó là kênh giáo dục bằng phương tiện và hình thức khác nhau.

Trước hết, cần tiếp tục nâng cao chất lượng giáo dục lý luận chính trị các cấp trong hệ thống giáo dục chính trị theo định hướng của Đảng. Đối tượng khảo sát chủ yếu của luận án là sinh viên, học viên, giảng viên, nghiên cứu đang học tập trường chính trị và làm việc tại các cơ quan chính trị. Quá trình giáo dục lý luận chính trị đã trang bị cho họ tri thức, nền tảng lý luận cơ bản. Phục vụ công tác giáo dục lý luận chính trị là một trong các nhiệm vụ của xuất bản sách chính trị. Theo đó, sách giáo trình, sách tham khảo tài liệu học tập lý luận chính trị... được biên soạn cẩn thận kết hợp với đổi mới về phương thức giáo dục. Nội dung sách còn nặng tính lý luận, nhẹ thực tiễn, hình thức thiếu hấp dẫn. Việc nâng cao chất lượng giáo dục chính trị đến từ nhiều phía, trong đó việc nâng cao chất lượng sách chính trị cũng là nội dung cơ bản.

Thứ hai, giáo dục lý luận chính trị bằng phương tiện và hình thức đa dạng như cuộc thi, tọa đàm, bình luận qua báo chí, phát thanh, truyền hình, mạng xã hội. Một số đối tượng khảo sát (chiếm tỷ lệ khoảng 10%) làm việc tại khu vực ngoài nhà nước cho biết rằng, họ không thường xuyên đọc sách chính trị, không được giáo dục lý luận chính trị bởi vì công việc ít liên quan đến chính trị. Đây là đối tượng mà giáo dục chính trị hướng tới, cũng là đối tượng độc giả mà xuất bản sách chính trị cần quan tâm. Bởi vì, thị trường mục tiêu của xuất bản sách không chỉ là khách hàng hiện tại, mà rộng hơn là khách hàng tiềm năng. Hiệu quả xã hội của xuất bản sách chính trị thật sự đạt được khi sách được sự tiếp nhận của số đông độc giả.

Thứ ba, giáo dục lý luận chính trị cần đặc biệt chú ý đối với thế hệ trẻ. Phát biểu tại Đại hội Đoàn toàn quốc lần thứ XII, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng từng nói rằng: Cần phải tăng cường và làm tốt hơn nữa giáo dục chính trị, lý tưởng cách mạng, đạo đức và lối sống cho thế hệ trẻ [75], để thế hệ trẻ “vừa hồng, vừa chuyên”. Giáo dục lý luận chính trị cần được nghiên cứu để xây dựng nội dung chương trình tinh gọn, hấp dẫn, bổ ích đưa vào giảng dạy

trong nhà trường. Giáo dục lý luận chính trị chính là giáo dục nhân cách, giáo dục giá trị chân, thiện, mỹ, phong cách và nhân cách con người dân chủ xã hội chủ nghĩa, sống và làm việc vì lý tưởng tốt đẹp.

4.3.3.3. Kiến tạo môi trường sinh hoạt chính trị tích cực

Thực trạng lười đọc, lười học tập, nghiên cứu lý luận lâu nay vẫn là vấn đề của xã hội. Nếu đọc chỉ là ép buộc chứ chưa trở thành thói quen thì hiệu quả xuất bản khó đạt được. Vì vậy, kiến tạo môi trường sinh hoạt là môi trường văn hoá tại cơ quan và môi trường văn hoá - xã hội là điều cần thiết. Chỉ thị 44-CT/TW của Ban Bí thư chỉ rõ tầm quan trọng của việc nghiên cứu, học tập sách lý luận chính trị trong đơn vị, cơ quan nhà nước, phải là một hoạt động thường xuyên, quán triệt trong cán bộ, đảng viên. Khuyến khích phát triển phong trào đọc, nghiên cứu, học tập sách, trong đó có sách lý luận, chính trị nhằm giáo dục, nâng cao trình độ lý luận cho cán bộ, đảng viên, đáp ứng yêu cầu của công cuộc đổi mới; đấu tranh phòng, chống suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống và các biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ [9].

Tạo môi trường sinh hoạt chính trị tích cực, thường xuyên, nâng cao sức hấp dẫn của sinh hoạt chính trị tại cơ quan, tổ chức như: (1) Sinh hoạt chuyên đề định kỳ gắn với nội dung chính trị, giới thiệu nội dung nghiên cứu mới gắn với những đầu sách hay về lý luận và thực tiễn chính trị; (2) Tổ chức các cuộc thi về tìm hiểu sách, giới thiệu sách nhằm tạo hiệu ứng đám đông thu hút đông đảo học sinh, sinh viên tham gia; (3) Nghiên cứu giải thưởng dành riêng cho sách chính trị, quảng bá, lan toả giá trị của sách chính trị trong xã hội. Trong đó, Ban Tổ chức cần có cơ chế cho phép độc giả tham gia bình chọn; (4) ĐVXB cần phối hợp với thư viện tỉnh, thành phố, trường học để xây dựng các tủ sách chính trị theo từng nội dung, phù hợp với từng đối tượng độc giả. Môi trường văn hoá - xã hội lành mạnh là dung môi lan toả sách chính trị. Trong xã hội số hoá, sự đa dạng của nhiều hình thức giải trí phân tán sự chú ý của độc giả thì việc thu hút độc giả không chỉ là trách nhiệm của ĐVXB, mà còn là trách nhiệm cơ quan, tổ chức giáo dục và gia đình.

Tiểu kết Chương 4

Từ phân tích thực trạng với những kết quả, hạn chế, nguyên nhân và vấn đề đặt ra đối với xuất bản sách chính trị hiện nay, chương 4 của luận án đã tập trung làm rõ ba nội dung sau:

Thứ nhất, phân tích yêu cầu đặt ra đối với xuất bản sách chính trị. Yêu cầu này gắn với việc nâng cao các mặt hiệu quả của xuất bản trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Nâng cao hiệu quả chính trị là yêu cầu đầu tiên để xuất bản sách chính trị nhằm thực hiện nhiệm vụ định hướng chính trị, tư tưởng. Đồng thời, nâng hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội là yêu cầu cần được chú trọng thúc đẩy nhằm hướng tới mục tiêu chung.

Thứ hai, quan điểm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị được đề xuất dựa trên quan điểm, chính sách của Đảng, Nhà nước, thực trạng và yêu cầu đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở khẳng định tầm quan trọng của xuất bản sách chính trị trong việc xây dựng nền tảng tư tưởng, bảo vệ chế độ xã hội chủ nghĩa, phát triển chủ nghĩa Mác - Lênin, nâng cao nhận thức chính trị cho nhân dân. Từ đó, cần xác định, xuất bản sách chính trị là nhiệm vụ trung tâm của hệ thống xuất bản, huy động mọi lực lượng từ cơ quan quản lý đến đơn vị, cơ sở xuất bản và xã hội tham gia vào quy trình xuất bản. Ngoài ra, trong điều kiện kinh tế thị trường, hiệu quả chính trị không thể tách rời khỏi hiệu quả kinh tế, vì vậy, cần giải quyết hài hoà mối quan hệ giữa hiệu quả chính trị và hiệu quả kinh tế.

Thứ ba, phân tích ba nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị. Nhóm giải pháp được đề xuất từ ba nhóm chủ thể - Đảng, Nhà nước, ĐVXB và độc giả, đó là: (1) Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước; (2) Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản; (3) Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả. Trong các nhóm giải pháp trên, luận án đã tiến hành khảo sát lấy ý kiến về mức độ cần thiết của các giải pháp và đề xuất những giải pháp cụ thể, khả thi.

KẾT LUẬN

Hiệu quả xuất bản sách chính trị là kết quả quá trình hiện thực hóa đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước vào thực tiễn xuất bản sách. Với những nội dung đã phân tích ở trên, luận án đã tập trung giải quyết những vấn đề cơ bản như sau:

Thứ nhất, luận án đã tổng quan công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài với hai nội dung chính. Đó là, tổng quan các công trình nghiên cứu của các học giả ngoài nước và trong nước về hiệu quả xuất bản và hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Trên cơ sở phân tích những điểm mới, nội dung đã được nghiên cứu, qua đó, luận án xác định khoảng trống nghiên cứu, xác định những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu, làm rõ.

Thứ hai, luận án đã phân tích, làm rõ cơ sở lý luận của hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam gắn với bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay. Để xây dựng khung lý luận nghiên cứu, luận án không chỉ hệ thống lại những vấn đề lý luận cơ bản mà còn bổ sung, hoàn thiện lý luận hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Cụ thể, các khái niệm công cụ như sách chính trị, xuất bản sách chính trị, hiệu quả xuất bản sách chính trị được làm rõ về nội hàm; phân tích tính chất đặc trưng và cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị; đề xuất mô hình lý thuyết nghiên cứu, tiêu chí và thang đo hiệu quả xuất bản sách chính trị; phân tích những tác động tích cực, tiêu cực của bối cảnh hội nhập quốc tế đối với hiệu quả xuất bản sách chính trị; tìm hiểu kinh nghiệm xuất bản một số quốc gia trên thế giới và gợi mở cho Việt Nam

Thứ ba, bằng các phương pháp định tính, định lượng, luận án đã phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị trên 3 tiêu chí cấp 1 với 13 tiêu chí cấp 2. Mức độ định hướng chính trị, tư tưởng của sách chính trị thể hiện ở cơ cấu sách chính trị, cơ cấu sách chính trị trọng điểm và cơ cấu sách dịch. Sách chính trị có nhiệm vụ truyền bá, giáo dục chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, đưa quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp

luật của Nhà nước đến với cán bộ, người dân. Sự gia tăng về số lượng, đa dạng cơ cấu sách chính trị cũng nhằm hướng đến mục tiêu chính trị trọng tâm này. Xuất bản thực hiện mục tiêu chính trị, vận động trong nền kinh tế thị trường. Nghiên cứu các tiêu chí về mức độ ảnh hưởng thị trường cho biết vị thế của sách chính trị trên thị trường. Số lượng đầu sách, số bản, chủng loại sách, sách tái bản, chi phí và doanh thu là kết quả của quá trình chuyển biến của xuất bản sách chính trị trong điều kiện kinh tế thị trường. Thông qua thị trường, sách chính trị có khả năng tiếp cận với đa dạng độc giả, cung cấp tri thức chính trị, từ đó góp phần hình thành niềm tin chính trị. Từ thực trạng khảo sát, luận án đánh giá chung, phân tích những vấn đề đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị ở cả phương diện vĩ mô và vi mô, đó là: vấn đề tiếp tục nâng cao hiệu quả chính trị; giải quyết mâu thuẫn giữa một bên là mục tiêu kinh tế với một bên là mục tiêu chính trị; khả năng thâm nhập tạo hiệu quả xã hội.

Thứ tư, từ phân tích thực trạng hiệu quả, luận án khái quát yêu cầu đặt ra, quan điểm và đề xuất các nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế thời gian tới. Bối cảnh hội nhập quốc tế đặt ra những yêu cầu đối với hiệu quả xuất bản. Nâng cao hiệu quả chính trị vẫn là mục tiêu cơ bản của xuất bản sách chính trị nhằm tối ưu hoá năng lực định hướng chính trị, góp phần vào công tác chính trị, tư tưởng của Đảng. Từng bước thích nghi với kinh tế thị trường, nâng cao hiệu quả kinh tế nhằm tạo cơ sở thay đổi toàn diện phương thức xuất bản. Thâm nhập công chúng, nâng cao hiệu quả xã hội là mục tiêu quan trọng, bởi nếu sách không thể đến được với công chúng thì các loại hiệu quả đều không thực hiện được.

Luận án nêu ra ba quan điểm và đề xuất ba nhóm giải pháp từ phương diện quản lý nhà nước, phương diện nghiệp vụ xuất bản và phương diện độc giả. Trong đó, nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản gồm các giải pháp như: Tăng cường chỉ đạo, định hướng của Đảng, quản lý của Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị, Xây dựng quy hoạch xuất bản sách chính trị, trọng tâm giải quyết các vấn đề

xuất bản; Cải tiến chế độ, chính sách đầu tư, ưu đãi cho sách chính trị, đặc biệt riêng cho từng loại sách chính trị. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản gồm các giải pháp được xây dựng trên cơ sở thực tiễn nghiệp vụ xuất bản sách chính trị, từ khâu kế hoạch đề tài đến gia công biên tập hoàn chỉnh tác phẩm và phát hành đến với độc giả. Đối với nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả, trên cơ sở đánh giá sự tác động các nhân tố trình độ văn hóa, nghề nghiệp, trình độ lý luận và môi trường sống, luận án tập trung vào ba giải pháp cụ thể nhằm nâng cao ý thức của độc giả về sách chính trị. Nhìn chung, các nhóm giải pháp hướng tới nâng cao hiệu quả chính trị, hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội của xuất bản sách chính trị.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Trần Thị Mai Dung (2019), “*Tìm hiểu mô hình quản lý vĩ mô ngành xuất bản ở Trung Quốc*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 12/2019.
2. Trần Thị Mai Dung (2021), “*Hoạt động thương mại điện tử ở các nhà xuất bản Việt Nam hiện nay*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 12/2021.
3. Trần Thị Mai Dung (2021), “*Xây dựng thương hiệu – một hướng đi cho xuất bản sách chính trị trong thời đại kinh tế truyền thông*”, Hội thảo khoa học quốc gia “*Kinh tế truyền thông – Lý luận, thực tiễn và kinh nghiệm*”, Học viện Báo chí và Tuyên truyền & NXB Chính trị quốc gia Sự thật.
4. Trần Thị Mai Dung (2021), “*Ứng dụng mô hình SECI đào tạo nhân lực xuất bản trong bối cảnh cách mạng 4.0*”, Hội thảo khoa học quốc gia “*Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực lý luận chính trị và báo chí truyền thông trong tình hình mới*”, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
5. Trần Thị Mai Dung (2021), “*Vận dụng quan điểm Nghị quyết Đại hội Đảng XIII trong biên tập, xuất bản sách lý luận chính trị hiện nay*”, Hội thảo khoa học “*Vận dụng Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng vào nghiên cứu, giảng dạy lý luận chính trị và báo chí – truyền thông ở Việt Nam hiện nay*”, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
6. Trần Thị Mai Dung (2022), “*Xuất bản sách chính trị-pháp luật dưới góc nhìn kinh tế học*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 5/2022.
7. Trần Thị Mai Dung (2022), “*Phát huy vai trò xuất bản sách lý luận chính trị đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 10/2022.
8. Trần Thị Mai Dung (2023), “*Luận bàn về tính chất và vai trò của xuất bản sách chính trị*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 3/2023.
9. Trần Thị Mai Dung (2023), “*Xuất bản sách lý luận chính trị góp phần bảo vệ tư tưởng của Đảng trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”, Tạp chí điện tử Chính trị và phát triển, tháng 8/2023.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Mortimer J.Adler, Charles Van Dorren (2014), *Phương pháp đọc sách hiệu quả*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
2. Ban Tuyên giáo Trung ương (2017): *Hội nhập quốc tế (Chương trình bồi dưỡng chuyên đề dành cho cán bộ, đảng viên và nhân dân)*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
3. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (1990), *Chỉ thị 63-CT/TW của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác xuất bản*, Hà Nội.
4. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (1992), *Chỉ thị 08-CT/TW của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo và quản lý nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác báo chí, xuất bản*, Hà Nội.
5. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (1997), *Chỉ thị 22-CT/TW của Ban Bí thư về tiếp tục đổi mới và tăng cường sự lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản*, Hà Nội.
6. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2003), *Chỉ thị số 20-CT/TW của Ban Bí thư về nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới*, Hà Nội.
7. Ban Bí thư Trung ương Đảng (2003), *Chỉ thị số 23-CT/TW, ngày 27-3-2003 về việc đẩy mạnh nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục tư tưởng Hồ Chí Minh trong giai đoạn mới*, Hà Nội.
8. Ban Bí thư Trung ương Đảng (2004), *Chỉ thị số 42-CT/TW của Ban Bí thư về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản*, Hà Nội.
9. Ban Bí thư Trung ương Đảng (2020), *Chỉ thị số 44-CT/TW của Ban Bí thư về đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành và nghiên cứu, học tập sách lý luận chính trị*, Hà Nội.
10. Ban Bí thư Trung ương Đảng (2010), *Quyết định số 281-QĐ/TW ngày 26-10-2010 của về việc chỉ đạo định hướng chính trị, tư tưởng đối với các vấn đề quan trọng, phức tạp, nhạy cảm trong nội dung xuất bản phẩm*, Hà Nội.
11. Bộ Thông tin và Truyền thông (2020), *Thông tư số 42/2020/TT-BTTTT*

ngày 31 tháng 12 năm 2020 về Định mức kinh tế - kỹ thuật hoạt động xuất bản, Hà Nội.

12. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Quyết định về việc ban hành Chiến lược thúc đẩy phát triển lĩnh vực xuất bản, in và phát hành xuất bản phẩm giai đoạn 2021-2025*, Hà Nội.

13. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Thông tư số 32/2021/TT-BTTTT hướng dẫn thực hiện xuất bản phẩm sử dụng ngân sách từ nguồn kinh phí chi thường xuyên*, Hà Nội

14. Bộ Văn hóa - Thông tin, Cục Xuất bản - Thư viện quốc gia (1994), *Bảng phân loại (dùng cho các nhà xuất bản và phát hành sách)*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

15. Nguyễn Ngọc Bảo (2020), “Một số vấn đề đặt ra đối với việc nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

16. Hoàng Vĩnh Bảo (2020), “Đổi mới và nâng cao hiệu quả xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

17. Chính phủ (2014), *Nghị định số 18/NĐ-CP quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí*, xuất bản, Hà Nội.

18. Cục Xuất bản - In - Phát hành (2018), *Báo cáo Tổng kết hoạt động Xuất bản, In, Phát hành năm 2020 và triển khai nhiệm vụ 2023*, Huế.

19. Cục Xuất bản - In - Phát hành (2019), *Báo cáo Tổng kết hoạt động Xuất bản, In, Phát hành năm 2019 và triển khai nhiệm vụ 2020*, Tp Hồ Chí Minh.

20. Cục Xuất bản - In - Phát hành (2020), *Báo cáo Tổng kết hoạt động Xuất bản, In, Phát hành năm 2020 và triển khai nhiệm vụ 2021*, Tp Hồ Chí Minh.

21. Cục Xuất bản - In - Phát hành (2021), *Báo cáo Tổng kết hoạt động Xuất bản, In, Phát hành năm 2021 và triển khai nhiệm vụ 2022*, Tp Hồ Chí Minh.

22. Cục Xuất bản - In - Phát hành (2022), *Báo cáo Tổng kết hoạt động Xuất bản,*

In, Phát hành năm 2022 và triển khai nhiệm vụ 2023, Tp Hồ Chí Minh

23. Chính phủ (2016), *Quyết định 1755/QĐ-Ttg ngày 08/09/2016 về Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186367>, Hà Nội, truy cập ngày 20-9-2021.

24. Đinh Xuân Dũng (2020), “Vài suy nghĩ về nâng cao chất lượng, hiệu quả sách lý luận, chính trị đáp ứng yêu cầu công tác tư tưởng trong tình hình mới”, Kỷ yếu hội thảo quốc gia “Xuất bản sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

25. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đảng toàn tập, tập 47*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

26. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

27. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011): *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

28. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016): *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

29. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021): *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

30. Trần Chí Đạt (2019), “Xuất bản sách trên lĩnh vực văn hóa – tư tưởng trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia Vai trò của báo chí, xuất bản trên lĩnh vực tư tưởng – văn hóa ở Việt Nam hiện nay, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

31. Phạm Văn Đức (chủ biên) (2021), *Giáo trình Triết học Mác-Lênin (Dành cho bậc Đại học, hệ chuyên Lý luận chính trị)*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

32. Trần Văn Hải (2013), *Biên tập sách lý luận, chính trị*, Đề tài khoa học cấp cơ sở, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.

33. PGS.TS Trần Văn Hải (2007), *Lý luận nghiệp vụ xuất bản (tập 1)*, Nhà xuất bản Văn hóa thông tin, Hà Nội.

34. Trần Văn Hải (2000), *Biên tập các loại sách chuyên ngành tập 1*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
35. Trần Văn Hải (2005), *Xuất bản sách lý luận, chính trị với việc nâng cao chất lượng công tác tư tưởng, lý luận của Đảng ta trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hiện nay*, Đề tài khoa học cấp bộ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
36. Trần Văn Hải (2013), *Xuất bản sách lý luận, chính trị trong cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, Đề tài giáo trình Cao học Xuất bản, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
37. Khuất Duy Kim Hải (2012), *Xuất bản sách lý luận chính trị, pháp luật, tư tưởng Hồ Chí Minh phục vụ hệ thống chính trị xã, phường, thị trấn*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.
38. Hoàng Phong Hà (2009): *Xuất bản sách lý luận chính trị và pháp luật góp phần giữ vững ổn định chính trị, phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh miền núi phía Bắc*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.
39. Harrigan Jane T., Karean Brown Dunlap (2011), *Con mắt biên tập (The editor eye)*, NXB Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
40. Trần Hân (2013), *Luận đàm về ngành xuất bản Trung Quốc*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
41. Lương Khắc Hiếu (2017), *Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam*, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
42. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam (2007), *Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 1*, Tái bản lần thứ nhất, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
43. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam (2007), *Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 2*, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
44. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam (2003), *Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 3*, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
45. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam (2005),

Từ điển Bách khoa Việt Nam, tập 4, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.

46. Nguyễn Quốc Hùng (1971), *Hán Việt tân từ điển*, NXB Khai trí, Sài Gòn, ấn bản điện tử, <https://hvdic.thivien.net/whv/%E6%95%88%E6%9E%9C>, truy cập ngày 19-6-2021.

47. Nguyễn Ngọc Huyền (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

48. Trịnh Thúc Huỳnh (2003), *Nâng cao chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị phổ thông trong cơ chế thị trường phục vụ nhiệm vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.

49. Nguyễn Duy Hùng (2009), *Giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận chính trị*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.

50. Vũ Trọng Lâm, Vũ Uyên Linh (2021): “Nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động xuất bản sách lý luận chính trị trong điều kiện hội nhập quốc tế”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Pháp luật kinh doanh trong điều kiện hội nhập”, Đại học Luật Hà Nội, Hà Nội.

51. Ngô Xuân Lịch (2020), “Sách lý luận, chính trị đối với công tác đảng, công tác chính trị trong quân đội”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc”, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

52. Ngô Sĩ Liên (Chủ biên) (1998): *Nguyên lý hoạt động biên tập xuất bản sách*, NXB Giáo dục, Hà Nội

53. Hồ Chí Minh (2002): *Toàn tập*, tập 8, NXB. Chính trị quốc gia, Hà Nội.

54. Bình Minh (2015), *Xây dựng thương hiệu sách Việt Nam trên thị trường xuất bản thế giới*, <https://mic.gov.vn/Pages/TinTuc/tinchitiet.aspx?tintucid=101402>, Hà Nội, truy cập ngày 15-9-2022

55. Nguyễn Hoa Mai (2021), “Sách lý luận chính trị với bảo vệ tư tưởng của Đảng”, *Tạp chí Lý luận chính trị điện tử*, đăng ngày 8-9-2021, <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/dien-dan/item/3671-sach-ly-luan-chinh-tri->

voi-bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang.html, truy cập ngày 20-10-2022.

56. Ian Montagnes (1998), *Biên tập và xuất bản - Giáo trình thực hành (sách dịch)*, Cục xuất bản, Hà Nội.

57. Vũ Dương Thuý Ngà (2004), *Phân loại tài liệu*, Tài liệu lưu hành nội bộ, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.

58. Lê Minh Nghĩa (2009), *Xuất bản sách lý luận chính trị phục vụ hiệu quả cuộc đấu tranh bảo vệ chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay*, Đề tài khoa học cấp Bộ của Hội đồng Khoa học các cơ quan Đảng Trung ương, Hà Nội.

59. Nguyễn Nguyên (2020), “Nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị”, Kỷ yếu Hội nghị toàn quốc về công tác báo chí xuất bản, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

60. Hoàng Phê (Chủ biên) (2021), *Từ điển tiếng Việt*, NXB Hồng Đức, Hà Nội.

61. Quốc hội Việt Nam Dân chủ Cộng hòa (1957, *Nghị quyết ngày 14 tháng 9 năm 1957 chuẩn y Sắc lệnh 003/SLT về quyền tự do xuất bản*, <https://vanbanphapluat.co/ngghi-quyet-chuan-y-sac-luat-003-slt-ngay-18-thang-6-nam-1957-quy-dinh-che-do-xuat-ban>, truy cập ngày 20-9-2021.

62. Quốc hội Việt Nam (2012): *Luật Xuất bản 2012*, <https://vbpl.vn/TW/Pages/vbpq-van-ban-goc.aspx?ItemID=113345>, truy cập ngày 18-9-2021.

63. Dương Xuân Sơn (2015), *Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*, NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.

64. Đường Vinh Sừng (2013), *Công tác xuất bản - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

65. Đường Vinh Sừng (2008), “Một số vấn đề về công tác xuất bản sách lý luận chính trị ở nước ta những năm qua”, *Tạp chí Xuất bản Việt Nam*, số 4-2008.

66. Đường Vinh Sừng, Nguyễn Lan Phương (2011): *Quản trị kinh doanh xuất bản*, NXB Chính trị hành chính, Hà Nội.

67. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

68. Nguyễn Văn Thành (2020), “Xuất bản sách lý luận, chính trị trong cuộc cách

mạng công nghiệp 4.0”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

69. Giang Diệu Thanh (Chủ biên) (2007), *Từ điển Xuất bản*, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.

70. Nguyễn Vĩnh Thắng (2020), “Nâng cao chất lượng nghiên cứu, biên soạn, biên tập sách lý luận, chính trị trong tình hình mới”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

71. Nguyễn Việt Thông (2020), “Xuất bản sách phục vụ trực tiếp cuộc đấu tranh phê phán các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong tình hình mới”, *Trang thông tin điện tử Hội đồng Lý luận Trung ương*, <http://hdll.vn/vi/nghien-cuu---trao-doi/xuat-ban-sach-phuc-vu-truc-tiep-cuoc-dau-tranh-phe-phan-cac-quan-diem-sai-trai-thu-dich-bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang-trong-tinh-hinh-moi--%E2%80%8B.html>, truy cập ngày 22-10-2022.

72. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, *Thư chúc mừng gửi Ngành Xuất bản*, In, *Phát hành sách Việt Nam nhân dịp kỷ niệm 70 năm ngày truyền thống của ngành (10/10/1952-10/10/2022)*, <https://special.nhandan.vn/thu-chuc-mung-70-nam-nganh-xuat-ban/index.html>, Hà Nội, truy cập ngày 5-11-2022.

73. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (2016), “Báo cáo Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng trình bày tại phiên khai mạc Đại hội XII của Đảng sáng 21-1-2016”, *Trang tư liệu văn kiện Đảng*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xii/bao-cao-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-xi-ve-cac-van-kien-dai-hoi-xii-cua-dang-1601>, truy cập ngày 15-9-2021.

74. Tổng Bí Thư Nguyễn Phú Trọng, “Bài viết nhân kỷ niệm 131 năm Ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh (19/5/1890 - 19/5/1890), bầu cử đại biểu Quốc hội khóa XV và đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp nhiệm kỳ 2021 - 2026”, *Trang thông tin điện tử Bộ Nội vụ*, ngày 15/5/2021, <https://moha.gov.vn/tin-noi-bat/bai-viet-cua-tong-bi-thu-nguyen-phu-trong-ve-con-duong-di-len-cnxh->

46173.html, truy cập ngày 15-9-2021.

75. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng (2022), “Toàn văn phát biểu của Tổng Bí thư tại Đại hội Đoàn toàn quốc lần thứ XII”, *Báo điện tử Chính phủ*, ngày 15-12-2022, <https://baochinhphu.vn/toan-van-phat-bieu-cua-tong-bi-thu-tai-dai-hoi-doan-toan-quoc-lan-thu-xii-102221215163712032.htm>, truy cập ngày 15-2-2023.

76. Trịnh Quốc Tuấn (2015), “Những điểm mới và nội dung quan trọng trong Văn kiện Đại hội XI, Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam”, *Trang tư liệu văn kiện Đảng*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/gioi-thieu-van-kien-dang/diem-noi-bat-trong-nghi-quyet-dai-hoi-lan-thu-xi-cua-dang-ta-ve-tiep-tuc-xay-dung-va-phat-trien-dan-chu-xa-957>, truy cập ngày 16-6-2022.

77. Thời sự VOV: “Đẩy mạnh số hóa sách lý luận chính trị”, bản tin phát thanh, *Trang thông tin thời sự VOV*, <https://vov.gov.vn/day-manh-so-hoa-sach-ly-luan-chinh-tri-2712023-dtnew-463785>, truy cập 28-1-2023.

78. Nguyễn Vĩnh Thắng (2020), “Nâng cao chất lượng nghiên cứu, biên soạn, biên tập sách lý luận, chính trị trong tình hình mới”, Kỷ yếu Hội nghị toàn quốc về công tác báo chí xuất bản, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

79. Nguyễn Hồng Vinh (Chủ biên) (2011), *Xuất bản Việt Nam trong những đổi mới đất nước*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.

80. Nguyễn Hồng Vinh (Chủ biên) (2012): *Xuất bản Việt nam trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế*, Nhà xuất bản Thời đại, Hà Nội.

81. V.I. Lênin (2005): *Toàn tập*, tập 4, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

82. V.I.Lênin (2005), *Lênin toàn*, tập 7, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

83. V.I.Lênin (2005), *Lênin toàn*, tập 51, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

84. Ngô Đình Xây (2020), “Vai trò của sách lý luận, chính trị ở Việt Nam hiện nay”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

85. Dương Trung Ý (chủ biên) (2019): *Nâng cao chất lượng xuất bản sách lý luận chính trị phục vụ công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, quản lý ở Việt Nam*

hiện nay, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.

86. Lê Văn Yên (2020), “Vai trò của sách lý luận, chính trị với công tác giáo dục lý luận chính trị của Đảng”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp quốc gia “Sách lý luận, chính trị với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc”, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

Tiếng Anh

87. Association of publisher (2022): *Data & Statustcis report*, America.

88. Robert E. Baensch (2003): *The Publishing in China*, Transaction Publishers, America.

89. Herbert Smith Bailey (1990), *The Art and Science of Book Publishing*, Ohio University Press, America.

90. Chin-Chao Lin, Wen-Chih Chiou, Shih-Sin Huang (2013): “The Challenges Facing E-book Publishing Industry in Taiwan”, *Procedia Computer Science*, 17 (2013) 282-289.

91. Emma House (2013), “Challenges Facing the UK Book Industry”, *Springer Science+Business Media New York*, Pub Res Q (2013) 29:211–219 DOI 10.1007/s12109-013-9320-9.

92. Marta Magadán-Díaz, Jesús Rivas-García (2018), “The Impact of Digitization on the Spanish Publishing”, *The International Journal of the Book*, November 2018 DOI: 10.18848/1447-9516/CGP/v16i02/1-18.

93. Offord University (2005), *Offord Dictionary*, Offord University press, United Kingdom.

94. John B. Thompson (2012), *Merchant of Culture - The Publishing Business in the Twenty First*, Kindle, America.

95. John B. Thompson (2021), *Book war - Digital Revolution in Publishing*, Policy, America.

96. David Throsby, Jan Zwar and Callum Morgan (2018): *Australian Book Publishers in the Global Industry: Survey and Method*, Published by the Department of Economics, Macquarie University, ISSN 1833-5020 (print) 1834-2469 (online), Australia.

97. Thomas Woll (2014), *Publishing for profit, 5nd Edition*, Chicago Review Press., Unites States.

98. Fred Yager, Jan Yager (2009), *Oppotunities in publishing industry (dịch Những cơ hội trong ngành công nghiệp xuất bản)*, Checkmark books, 2nd Edition, Kindle, Unites States.

99. Zhao Yuting, Kumesh Prabhashini (2019): *Applications of Artificial Intelligence in Digital Publishing Industry in China*, Conference Paper, May 2019, <https://www.researchgate.net/publication/333507250>, truy cập ngày 25-9-2022.

Tiếng Trung

100. 巢峰 (Chao-Feng) (2004), “论出版效益中的矛盾”, *中国编辑*, 2004(04), p.4-8.

101. 储安全(Chu-an Quan) (2017), “图书出版的社会效益评价体系探析”, *现代管理*, 2017(05), p.59.

102. 范琳 (Fan-Lin) (1998), “图书出版效益的目标动力机制分析”, *出版大学*, 1998(5), p.10.

103. 国家图书馆 (Guojia Tushuguan) (2010), *中国图书管分类方法*, 第五版, 国家图书馆出版社, 北京, 中国.

104. 汉斯-赫尔穆特. 勒林 (Hans Helmut Lehring) (2000), *现代图书出版导论-Einführung in den modernen buchverlag*, 王若海, 孟海东 (译), 商务印书馆出版, 北京, 中国.

105. 侯欣洁 (Houhen Jie) (2022), *外国数字出版 全球化发展战略研究*, 知识产权出版社, 北京, 中国.

106. 刘贺其 (Lu-He Qi) (2015): *出版专业基础*, 商务印书馆出版, 北京, 中国.

107. 罗贵权 (Luo-Gui Quan)(2008), “把社会效益放在文化产业的首位”, *人民论坛*, 2008(09), p.18-19.

108. 罗紫初 (Luo-Zi Chu) (2014): *出版学导论*, 武汉出版社, 武汉, 中国.

109. 李万鹏 (Li-wan Peng) (2012), “对我国思想政治类图书出版的考” *出版广角*, 9-2012, p.78-79.

110. 深华 (Shen Hua) (2004),“国际视野中的中国出版教育”, *中国图书商报*, 2004, 9月2日.

111. 师曾志 (Shi-Zheng Chi) (2010), *现代出版*, 北京出版社, 北京.
112. 孙寿山 (Sun-Shou Shan) (2018): *出版专业基础*, 商务印书馆出版, 北京, 中国.
113. 堂姆。斯丹迪奇 (Tom Standage) (2015): *从莎纸到互联网*, 林华 (译), 中信出版社, 北京, 中国.
114. 万安伦 (Wanan Lun), 庞明慧 (Pangming Hui) (2020), “比较视域下的中国特色出版学科体系建设”, *科技与出版*, 2020 (6):5-14.
115. 魏玉山(Wei-Yu Shan) (2015), “关于开展出版单位社会效益考核评估的思考”, *现代出版*, 2015 (3), p.10-12.
116. 徐同亮 (Xu-Tong Liang) (2017), “出版单位社会效益论析”, *出版发行研究*, 2017(01), p.9-12.
117. 新闻出版总署出版管理司选题分析小组 (2022), “年度全国图书选题分析报告”, *中国新闻出版报*, 2022-03-09.
118. 易图强 (Yi Tuqiang) (2010), “出版的社会效益与经济效益的关系新释”, *中国出版*, 2010 (12), p.3-6.
119. 郑 重 (Zheng-Zhong) (2000), “建立综合的出版效益 评估体系”, *出版发行研究*, 2000(4), p.14-15.
120. 周蔚华 (Zhou-Wei Hua) (2009), “出版物的价值和效益评价辨析- 兼评“两个效益”重大命题”, *中国人民大学学报*, 23(04), p.142-147.
121. 周蔚华 (Zhou-Wei Hua) (2009), “对 在坚持社会效益第一的前提下, 实现社会效益和经济效益的统一重大命题的 一点看法”, *中国出版*, 2009(1), p.11-12.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

Bảng phân loại sách chính trị

STT	Phân lớp	Chi tiết phân lớp
1	✓ Kinh điển về chủ nghĩa Mác-Lênin và Tư tưởng Hồ Chí Minh	1. Kinh điển C.Mác, Ph.Ăngghen 2. Kinh điển Lênin 3. Kinh điển Hồ Chí Minh
2	✓ Lý luận chính trị	4. Lý luận về chủ nghĩa xã hội khoa học 5. Lý luận về giai cấp, dân tộc và đấu tranh giai cấp, dân tộc 6. Lý luận về cách mạng vô sản và chuyên chính của giai cấp vô sản 7. Lý luận về chính đảng vô sản 8. Lý luận về nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa 9. Lý luận về đấu tranh và hòa bình 10. Các vấn đề lý luận khác 11. Trường phái chính trị 12. Lịch sử tư tưởng 13. Lịch sử chính trị học
3	✓ Đảng Cộng sản Việt Nam và các Đảng Cộng sản các nước	14. Văn kiện lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng 15. Vấn đề xây dựng Đảng (Đảng, Đảng viên, vận động Đảng) 16. Đường lối lãnh đạo chung của Đảng 17. Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam, Lịch sử Đảng bộ địa phương 18. Quan hệ giữa Đảng Cộng sản Việt Nam với các Đảng Cộng sản thế giới (Đảng Cộng sản các nước châu Á, châu Âu, châu Phi, châu Úc, châu Mỹ)
4	✓ Các tổ chức chính trị nông dân, thanh niên, phụ nữ	19. Văn kiện lãnh đạo, chỉ đạo 20. Tổ chức và vận động của hội nông dân, hội phụ nữ, đoàn thanh niên trong nước 21. Tổ chức và vận động của hội nông dân, hội phụ nữ, đoàn thanh niên quốc tế
5	✓ Chính trị Việt Nam	22. Lý thuyết và thực tiễn chính trị

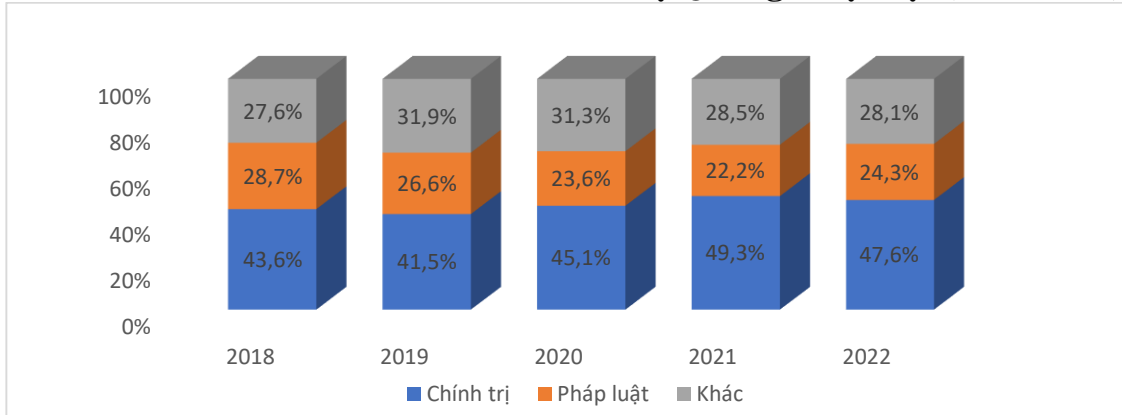
		<p>23.Hệ thống chính trị và thể chế nhà nước</p> <p>24.Quản lý nhà chính nhà nước</p> <p>25.Giáo dục tư tưởng chính trị (giáo dục truyền thống cách mạng, giáo dục chủ nghĩa yêu nước, chủ nghĩa quốc tế, giáo dục chủ nghĩa cộng sản)</p> <p>26.Sự kiện chính trị - xã hội Việt Nam</p> <p>27.Kết cấu xã hội và kết cấu giai tầng</p> <p>28. Chính trị địa phương</p> <p>29.Chính trị sử Việt Nam</p>
6	✓ Chính trị thế giới	<p>30.Tổng quan về chính trị thế giới</p> <p>31.Đấu tranh cách mạng của nhân dân thế giới</p> <p>32.Các thể chế chính trị và tổ chức nhà nước thế giới</p> <p>33. Sự kiện chính trị thế giới</p> <p>34. Cơ cấu xã hội các nước</p> <p>35.Các vấn đề xã hội</p> <p>36.Lịch sử các thể chế chính trị</p>
7	✓ Ngoại giao và quan hệ quốc tế	<p>37.Các vấn đề lý luận ngoại giao, quan hệ quốc tế</p> <p>38. Hoạt động ngoại giao, quan hệ quốc tế</p> <p>38.1. Ngoại giao Việt Nam</p> <p>38.2. Ngoại giao châu Á</p> <p>38.3. Ngoại giao châu Phi</p> <p>38.4. Ngoại giao châu Mỹ</p>
8	✓ Phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng	

(Nguồn: Tác giả nghiên cứu, tổng hợp)

PHỤ LỤC 2

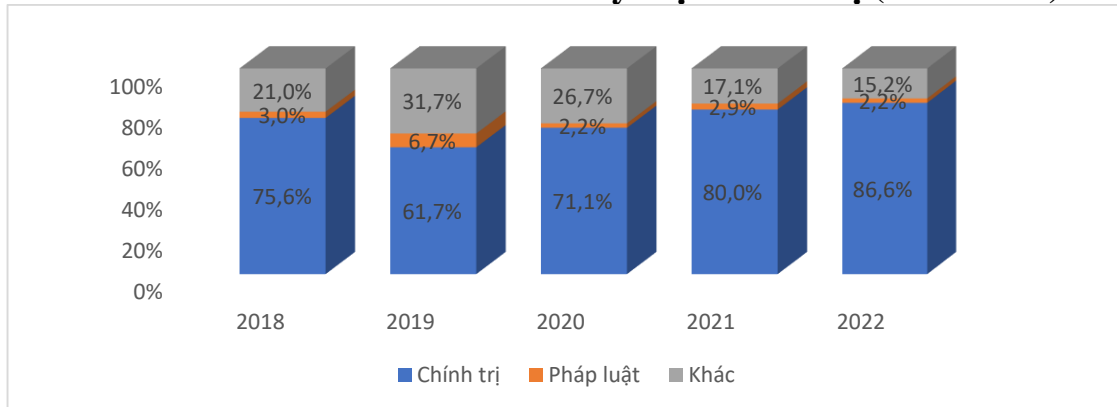
Cơ cấu sách của 5 ĐVKs

Biểu đồ 1: Cơ cấu sách của NXB Chính trị Quốc gia Sự thật (2018-2022)



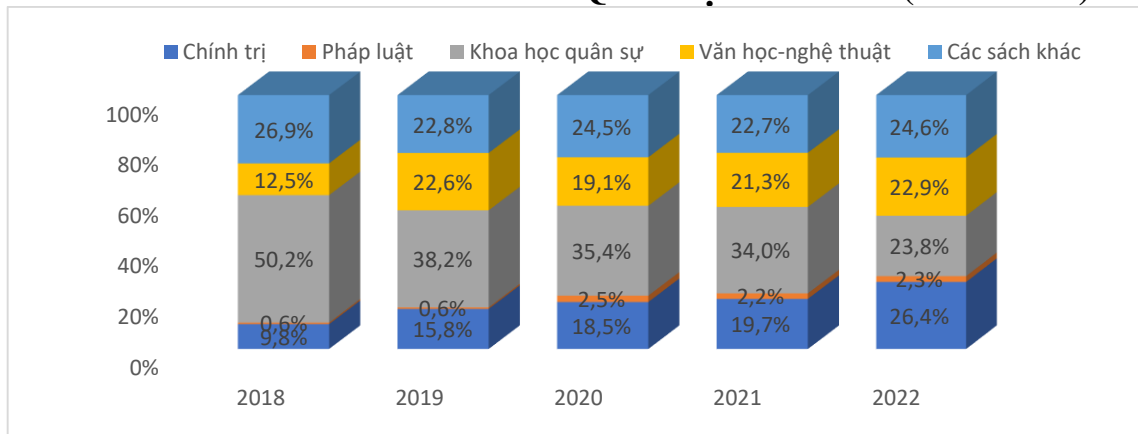
(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Biểu đồ 2: Cơ cấu sách của NXB Lý luận chính trị (2018-2022)



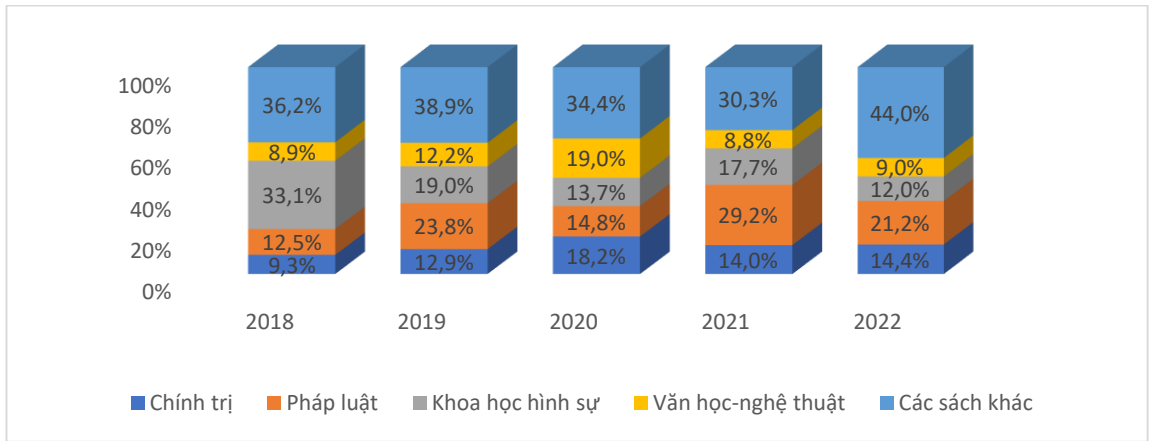
(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Biểu đồ 3: Cơ cấu sách của NXB Quân đội nhân dân (2018-2022)



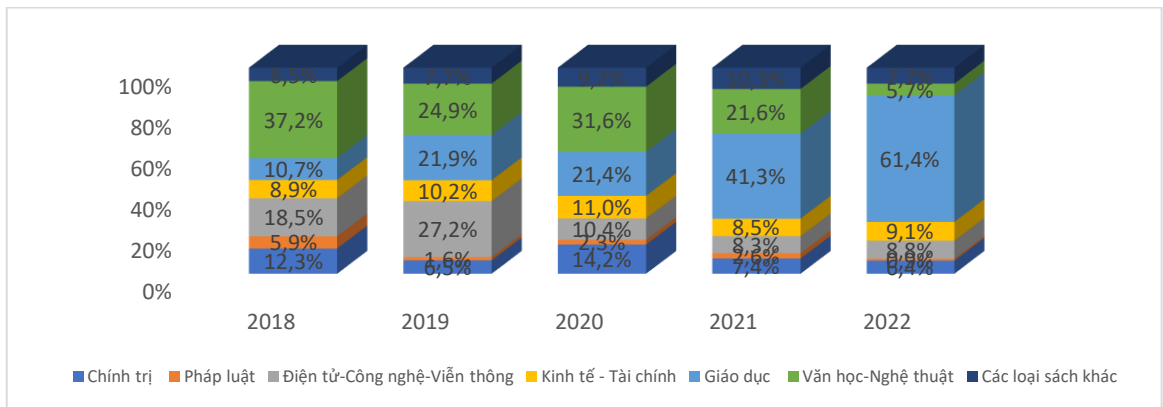
(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Biểu đồ 4: Cơ cấu sách của NXB Công an nhân dân (2018-2022)



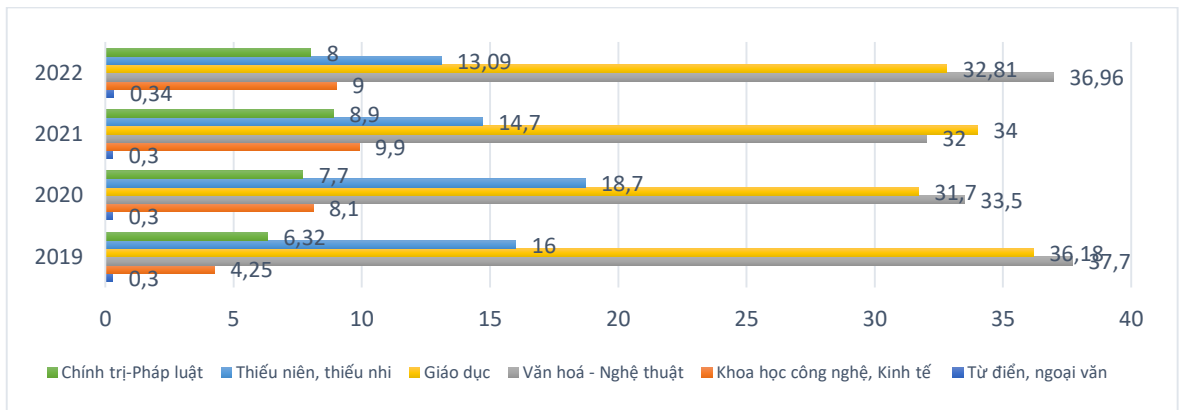
(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản - In - Phát hành)

Biểu đồ 5: Cơ cấu sách của NXB Thông tin và Truyền thông (2018-2022)



(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

Biểu đồ 6: Tỷ trọng sách chính trị -pháp luật ở Việt Nam (2019-2022)⁵



(Nguồn: Tác giả khảo sát từ dữ liệu lưu chiều của Cục Xuất bản-In-Phát hành)

⁵ Năm 2018, Cục Xuất bản - In - Phát hành không có số liệu thống kê về sách chính trị-pháp luật

PHỤ LỤC 3**Cơ cấu sách chính trị trọng điểm (2018-2022) tại 5 ĐVKs**

STT	Thể loại	Nội dung	Hình thức	Tỷ lệ
1	Kinh điển, nghiên cứu về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh	<ul style="list-style-type: none"> - Tác phẩm của C.Mác, Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh - Nghiên cứu về tư tưởng, cuộc đời, sự nghiệp của C.Mác, Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh 	<ul style="list-style-type: none"> - Toàn tập - Tuyển tập - Tác phẩm đơn lẻ - Tiểu sử - Biên niên tiểu sử, sự kiện 	12%
2	Nghiên cứu về Đảng Cộng sản Việt Nam	<ul style="list-style-type: none"> - Văn kiện Đảng, Nhà nước - Xây dựng Đảng - Đường lối, chủ trương, lãnh đạo của Đảng - Lịch sử ĐCS Việt Nam, Đảng bộ địa phương - Quan hệ giữa ĐCS Việt Nam và ĐCS các nước - Tác phẩm của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước - Tiểu sử các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước - Học tập Nghị quyết - Nghiệp vụ công tác đảng 	<ul style="list-style-type: none"> - Toàn tập - Tuyển tập - Tuyển chọn - Văn kiện Đại hội, Hội nghị Trung ương, các cấp - Biên niên sự kiện 	28%
3	Lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam	<ul style="list-style-type: none"> - Lý luận, thực tiễn chính trị (về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội; về giai cấp, dân tộc; về cách mạng vô sản; về chính đảng vô sản; về lý luận nhà nước pháp 	<ul style="list-style-type: none"> - Chuyên khảo - Tham khảo - Giáo trình - Tài liệu bồi dưỡng, học tập - Phổ thông - Hỏi đáp 	45%

		quyền) - Chế độ chính trị, tổ chức bộ máy chính trị - Quản lý hành chính nhà nước - Giáo dục, bồi dưỡng tư tưởng, lý luận chính trị - Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh - Sách phổ thông xã, phường, thị trấn - Nhân vật, sự kiện chính trị-xã hội Việt Nam - Quân sự, an ninh quốc phòng, đối ngoại - Chính trị địa phương		
4	Phản bác quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng		- Sách đơn lẻ - Sách nhiều tập	4%

(Nguồn: Tác giả khảo sát và phân loại)

PHỤ LỤC 4**Thống kê đầu sách, bản in, sách điện tử (2018-2022)**

Năm	2018	2019	2020	2021	2022
Đầu sách	31.569	35.300	34.208	31.574	35.995
Chỉ số phát triển so với năm trước	12,7%	12,3%	-3,10%	-9%	15,42%
Bản in (triệu bản)	404,6	403,8	363,1	350,0	539,90
Chỉ số phát triển so với năm trước	14,8%	14,8%	-8,70%	-3,60%	54,3%
Sách điện tử	86	2.400	2.050	2.300	3.350

(Nguồn: Báo cáo tổng kết Cục Xuất bản-In-Phát hành)

PHỤ LỤC 5
DANH SÁCH, CAU HỎI PHÒNG VẤN SÂU
Đối tượng: Nhà quản lý, biên tập viên, chuyên gia

STT	Họ và tên	Ghi chú
1	Phó Giám đốc, ĐVXB, Nữ, 47	Q1
2	Giám đốc, ĐVXB, Nam, 55 tuổi	Q2
3	Phó Giám đốc trung tâm, ĐVXB, Nữ, 42 tuổi	Q3
4	Trưởng ban, ĐVXB, Nam, 50 tuổi	Q4
5	Phó trưởng ban, ĐVXB, Nữ, 37 tuổi	Q5
6	Biên tập viên, Nữ, ĐVXB, 37 tuổi	B1
7	Biên tập viên, Nữ, ĐVXB, 35 tuổi	B2
8	Biên tập viên, Nam, ĐVXB, 39 tuổi	B3
9	Chuyên gia, Nam, 70 tuổi	C1
10	Chuyên gia, Nữ, 58 tuổi	C2

CÂU HỎI PHÒNG VẤN SÂU

Thưa Anh/Chị!

Để thực hiện nghiên cứu về đề tài “Hiệu quả xuất bản sách lý luận chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế, để có thêm tư liệu triển khai nội dung đề tài, chúng tôi thực hiện phỏng vấn sâu đối với đối tượng quản lý, biên tập viên, chuyên gia đang làm công tác xuất bản sách chính trị. Kính mong quý Anh/Chị chia sẻ thông tin liên quan theo các câu hỏi dưới đây.

Xin trân trọng cảm ơn!

I. Câu hỏi liên quan về ĐVXB

1. Chức năng, nhiệm vụ xuất bản của đơn vị?
2. Số lượng, trình độ BTV tại đơn vị?

II. Câu hỏi liên quan về hiệu quả xuất bản sách chính trị

1. Quan điểm của Anh/Chị về hiệu quả xuất bản sách chính trị?
2. Anh/Chị đánh giá về thực trạng hoạt động xuất bản sách tại đơn vị như thế nào?
3. Anh/Chị đánh giá về quy trình xuất bản sách chính trị như thế nào? (Cụ thể từng khâu nghiệp vụ, biên tập, phát hành)
4. Anh/Chị đánh giá về chất lượng sách chính trị hiện nay như thế nào?
5. Anh/Chị đánh giá về xu thế phát triển sách chính trị như thế nào?
6. Anh/chị đánh giá công tác liên kết xuất bản sách chính trị như thế nào?
7. Anh/Chị đánh giá như nào về sách dịch chính trị (dịch xuôi, dịch ngược) hiện nay? Xu hướng trong tương lai?
8. Anh/Chị đánh giá về chất lượng nguồn nhân lực làm công tác xuất bản sách chính trị như thế nào?
9. Anh/Chị cho biết những khó khăn của xuất bản sách chính trị hiện nay?
10. Anh/Chị có đề xuất ý kiến về giải pháp giải quyết vấn đề tồn tại, nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị?

Xin trân trọng cảm ơn ý kiến đóng góp của anh/chị!

PHỤ LỤC 6
Phiếu khảo sát, lấy ý kiến

Số phiếu:

PHIẾU KHẢO SÁT, LẤY Ý KIẾN

Chào Anh/Chị,

Hiện tại, tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về *Hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay*. Để có được số liệu nghiên cứu về về vấn đề này, tôi mong nhận được ý kiến đóng góp của Anh/Chị bằng cách điền vào form khảo sát này. Ý kiến của Anh/Chị đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có ý nghĩa quyết định đối với sự thành công của đề tài.

Cảm ơn Anh/Chị đã nhận lời tham gia khảo sát và chia sẻ những ý kiến của mình cho nghiên cứu. Thông tin cá nhân và câu trả lời của Anh/Chị trong phiếu khảo sát đảm bảo bí mật tuyệt đối và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu đề tài.

Xin trân trọng cảm ơn!

A. THÔNG TIN NHÂN KHẨU HỌC**A1. Giới tính của Anh/Chị**

1. Nam
2. Nữ

A2. Dân tộc

1. Kinh
2. Khác (ghi rõ)

A3. Độ tuổi của Anh/Chị?

1. Từ 18 đến 30 tuổi
2. Từ 31 đến 40 tuổi
3. Từ 41 đến 60 tuổi
4. Trên 60 tuổi

A4. Hiện nay, Anh/Chị sống/làm việc ở khu vực nào?

1. Thành thị
2. Nông thôn
3. Trung du, miền núi

A5. Trình độ học vấn cao nhất của Anh/Chị?

1. Đại học
2. Thạc sĩ
3. Tiến sĩ
4. Khác (ghi cụ thể):.....

A6. Trình độ lý luận cao nhất của Anh/Chị?

1. Không
2. Sơ cấp lý luận chính trị
3. Trung cấp lý luận chính trị
4. Cao cấp lý luận chính trị

A7. Anh/Chị đã/đang làm việc ở khối cơ quan nào dưới đây?

1. Chưa đi làm

2. Cơ quan của Đảng
3. Cơ quan hành chính nhà nước
4. Tổ chức chính trị-xã hội
5. Quân đội/Công an
6. Doanh nghiệp
7. Trường học/Học viện
8. Khác (ghi rõ):

A8. Nghề nghiệp của Anh/Chị là

1. Cán bộ lãnh đạo/quản lý cơ quan Đảng/Nhà nước/Tổ chức chính trị-xã hội
2. Cán bộ cơ quan Đảng/Nhà nước/Tổ chức chính trị-xã hội
3. Giảng viên
4. Nghiên cứu viên
5. Sinh viên
6. Sĩ quan quân đội/công an
7. Nhân viên văn phòng
8. Doanh nhân/Kinh doanh
9. Khác (ghi rõ):

A.9. Anh/Chị là Đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam hay không?

1. Có
2. Không

A10. Thu nhập trung bình 1 tháng của Anh/Chị trong khoảng nào dưới đây?

1. Chưa có thu nhập
2. Dưới 3 triệu
3. Từ 3 triệu đến 5 triệu
4. Từ 5 triệu đến 10 triệu
5. Trên 10 triệu

A11. Trung bình 1 năm Anh/Chị chi khoảng bao nhiêu tiền để mua sách chính trị?

1. 0 đồng
2. Dưới 500.000 đồng
3. Từ 500.000 đến 1.000.000 đồng
4. Từ 1.000.000 đến 3.000.000 đồng
5. Trên 3.000.000 đồng

B. THỰC TRẠNG PHẢN HỒI CỦA ĐỘC GIẢ

B1. Anh/Chị biết đến sách chính trị qua những kênh nào?(Có thể chọn nhiều phương án)

1. Tự tìm kiếm/mua trên mạng/nhà sách
2. Qua danh mục giới thiệu sách trực tiếp từ Nhà xuất bản, đơn vị phát hành
3. Qua người quen giới thiệu
4. Qua truyền hình
5. Qua báo in, tạp chí
6. Qua mạng xã hội
7. Toạ đàm, hội thảo

8. Khác (ghi rõ):

B2. Anh/Chị tiếp cận với sách chính trị bằng cách nào? (Có thể chọn nhiều phương án)

1. Mua trực tiếp tại Nhà xuất bản
2. Mua trực tiếp tại Cửa hàng sách
3. Mua tại website thương mại điện tử
4. Mua tại website bán hàng trực tuyến của Nhà xuất bản
5. Được biếu, được tặng, được phát theo chế độ
6. Đọc tại Thư viện trường học
7. Đọc tại tủ sách xã/phường/thị trấn

B3. Anh/Chị cho biết mức độ quan tâm đọc các loại sách chính trị? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Loại sách	Không quan tâm	Có chút quan tâm	Khá quan tâm	Quan tâm	Rất quan tâm
1. Sách tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	1	2	3	4	5
2. Sách giới thiệu về cuộc đời và sự nghiệp của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	1	2	3	4	5
3. Sách lý luận chính trị (cách mạng vô sản, đấu tranh giai cấp, nhà nước vô sản...)	1	2	3	4	5
4. Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam (Văn kiện, Lịch sử, Đường lối của Đảng, Xây dựng Đảng...)	1	2	3	4	5
5. Sách về các tổ chức chính trị - xã hội (Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Công đoàn, Hội Cựu chiến binh, Mặt trận TQVN...)	1	2	3	4	5
6. Sách về chính trị Việt Nam	1	2	3	4	5

7. Sách về chính trị thế giới	1	2	3	4	5
8. Sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế	1	2	3	4	5
9. Sách phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	1	2	3	4	5

B4. Anh/Chị thường đọc sách như thế nào?

1. Đọc lướt mở đầu, nội dung các chương mục chính, sau đó, nếu cần thiết sẽ đọc kỹ
2. Đọc kỹ toàn bộ cuốn sách
3. Đọc những nội dung có thông tin cần tìm kiếm

B5. Anh/Chị thường đọc sách vào lúc nào? (có thể chọn nhiều phương án)

1. Lúc học tập
2. Lúc nghiên cứu
3. Lúc làm việc
4. Lúc rảnh rỗi
5. Khác (ghi cụ thể):...

B6. Anh/Chị tự đánh giá mức độ thường xuyên đọc các loại sách chính trị?

(Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Thể loại	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sách tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	1	2	3	4	5
2. Sách giới thiệu về cuộc đời và sự nghiệp của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	1	2	3	4	5
3. Sách lý luận chính trị (cách mạng vô sản, đấu tranh giai cấp, nhà nước vô sản...)	1	2	3	4	5
4. Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam (Văn kiện, Lịch sử, Đường lối của Đảng, Xây dựng Đảng...)	1	2	3	4	5

5. Sách về các tổ chức chính trị - xã hội (Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân...)	1	2	3	4	5
6. Sách về chính trị Việt Nam	1	2	3	4	5
7. Sách về chính trị thế giới	1	2	3	4	5
8. Sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế	1	2	3	4	5
9. Sách phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	1	2	3	4	5

B7. Anh/Chị thường dành bao nhiêu thời gian đọc sách chính trị?

1. 0-2 giờ/tuần
2. 2-4 giờ/tuần
3. 4-6 giờ/tuần
4. 6-8 giờ/tuần
5. 8-10 giờ/tuần
6. Trên 10 giờ/tuần

B8. Anh/Chị thường đọc bao nhiêu cuốn sách chính trị mỗi năm?

1. 0 cuốn
2. 1-3 cuốn
3. 3-5 cuốn
4. 7 -10 cuốn
5. 10 cuốn trở lên

B9. Anh/Chị thường đọc thể loại sách chính trị nào sau đây? (Có thể chọn nhiều phương án)

1. Sách giáo trình
2. Sách tham khảo/chuyên khảo
3. Sách phổ biến tri thức chính trị phổ thông
4. Sách nghiệp vụ/kỹ năng chính trị
5. Sách tra cứu (toàn tập, tuyển tập, tuyển chọn tác phẩm)
6. Khác (ghi cụ thể):

B10. Anh/Chị cho biết đánh giá mức độ hài lòng đối với nội dung sách chính trị? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Nội dung kiến thức cơ	1	2	3	4	5

bản, có khả năng ứng dụng cao trong nghiên cứu, học tập, tìm hiểu					
2. Nội dung kiến thức mới mẻ, cập nhật, bám sát tình hình trong nước và thế giới	1	2	3	4	5
3. Nội dung kiến thức chính xác, khoa học, đáng tin cậy	1	2	3	4	5
4. Ngôn ngữ diễn đạt rõ ràng, mạch lạc, phù hợp với từng đối tượng độc giả	1	2	3	4	5
5. Bố cục chặt chẽ, logic, có tính thuyết phục, dễ đọc, dễ hiểu.	1	2	3	4	5
6. Sơ đồ, bảng biểu minh họa phong phú, dễ truyền tải	1	2	3	4	5

B11. Anh/Chị đánh giá mức độ hài lòng đối với hình thức sách chính trị?
(Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1.Thiết kế bìa phù hợp nội dung	1	2	3	4	5
2. Thiết kế bìa đẹp, đa dạng, tạo hiệu ứng thị giác đối với độc giả	1	2	3	4	5
3.Chế bản cân đối, chữ in rõ ràng, không có lỗi morat, chính tả	1	2	3	4	5
4.Khổ sách phù hợp, thuận lợi đọc, di chuyển	1	2	3	4	5

B12. Dựa vào khả năng tài chính của mình, Anh/Chị hãy đánh giá khả năng thanh toán và sẵn sàng thanh toán cho 1 cuốn/1bộ sách chính trị?

(Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không sẵn sàng	Không sẵn sàng	Phân vân	Sẵn sàng	Rất sẵn sàng
1. Dưới 50.000 đồng	1	2	3	4	5
2. Từ 50 đến 100.000 đồng	1	2	3	4	5
3. Từ 100.000 đến 200.000 đồng	1	2	3	4	5
4. Từ 200.000 đến 500.000 đồng	1	2	3	4	5
5. Từ 500.000 đến 1.000.000 đồng	1	2	3	4	5
6. Từ 1.000.000 đến 2.000.000 đồng	1	2	3	4	5
7. Từ 2.000.000 đồng trở lên	1	2	3	4	5

B13. Anh/Chị đánh giá mức độ hài lòng về dịch vụ khách hàng của các đơn vị xuất bản? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1.Được tư vấn, hỗ trợ tìm sách phù hợp	1	2	3	4	5
2. Đặt mua sách thuận lợi, nhanh chóng	1	2	3	4	5
3. Trưng bày, phân loại sách phù hợp để tìm kiếm	1	2	3	4	5
4. Hình thức thanh toán đa dạng (tiền mặt, thẻ, chuyển khoản...)	1	2	3	4	5
5. Vận chuyển nhanh nhanh	1	2	3	4	5

chóng, giao nhận thuận lợi					
6. Chiết khấu, khuyến mãi	1	2	3	4	5
7. Chế độ đổi trả	1	2	3	4	5

B.14. Anh/Chị đánh giá thị trường sách chính trị ở Việt Nam hiện nay như thế nào? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Cơ cấu sách phong phú về thể loại	1	2	3	4	5
2. Nội dung sách đa dạng	1	2	3	4	5
3. Cơ cấu sách dịch chính trị đa dạng, cập nhập nhiều đầu sách hay trên thế giới	1	2	3	4	5
4. Đáp ứng cơ bản nhu cầu các đối tượng độc giả	1	2	3	4	5
5. Hệ thống phân phối rộng, dễ dàng tiếp cận	1	2	3	4	5

B15. Từ nhu cầu thực tế của mình, Anh/Chị đánh giá mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả của xuất bản sách chính trị như thế nào? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm thời hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Nhu cầu học tập, tìm hiểu kiến thức	1	2	3	4	5
2. Nhu cầu nghiên cứu chuyên sâu	1	2	3	4	5
3. Nhu cầu ứng dụng trong thực tế công việc	1	2	3	4	5
4. Nhu cầu nắm bắt thông tin	1	2	3	4	5

tin mới, cập nhật					
5. Nhu cầu thẩm mỹ	1	2	3	4	5
6. Nhu cầu giải trí	1	2	3	4	5

B16. Anh/Chị thói quen sử dụng loại hình sách nào để phục vụ cho nhu cầu của mình? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tiêu chí	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sách giấy (Paper Book)	1	2	3	4	5
2. Sách điện tử (Ebook)	1	2	3	4	5
3. Sách nói (Audio Book)	1	2	3	4	5

B17. Anh/Chị có biết đến và truy cập vào các trang sách điện tử để tìm đọc sách không? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Các địa chỉ Website phổ biến	Không biết đến	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1.tulieuvankien.dangcongsan.vn (Tư liệu về đảng, văn kiện đảng, tác phẩm kinh điển Mác-Ăngghen, V.I.Lênin, sách chính trị, pháp luật...)	1	2	3	4	5
2. thuviencoso.vn (Thư viện điện tử sách xã, phường, thị trấn)	1	2	3	4	5
3. stbook.vn (Sách điện tử miễn phí và có phí của NXB Chính trị quốc gia Sự thật)	1	2	3	4	5
4. khosach.stbook.vn	1	2	3	4	5

<i>(Kho sách miễn phí của Nxb Chính trị quốc gia)</i>					
5. ebook365.vn (Sách điện tử có phí và miễn phí của NXB Thông tin và Truyền thông)	1	2	3	4	5
6. tusachthanhnien.vn (Tủ sách bồi dưỡng thanh niên về chính trị, hợp tác với Waka)	1	2	3	4	5
7. xbdnd.vn (Sách điện tử miễn phí và có phí của NXB Quân đội nhân dân)	1	2	3	4	5

B18. Anh/chị thường đọc sách chính trị của các tác giả nước ngoài không?

1. Chưa bao giờ
2. Hiếm khi
3. Thỉnh thoảng
4. Thường xuyên
5. Rất thường xuyên

B19. Anh/Chị thường đọc sách chính trị của các tác giả nước ngoài từ nguồn nào?

Quan hệ	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1.Sách chính trị được dịch và xuất bản trong nước	1	2	3	4	5
2. Sách chính trị ngoại văn được nhập khẩu về nước	1	2	3	4	5
3. Sách chính trị bằng tiếng nước ngoài, đặt mua từ người ngoài	1	2	3	4	5

B20. Anh/Chị thường chia sẻ, giới thiệu nội dung sách với bạn bè, đồng nghiệp, người thân, đối tượng khác? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Quan hệ	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Đồng nghiệp	1	2	3	4	5
2. Bạn bè	1	2	3	4	5
3. Người thân	1	2	3	4	5

B21. Anh/Chị đã dùng phương thức nào để giới thiệu, chia sẻ nội dung sách? (Có thể chọn nhiều đáp án)

1. Trao đổi, nói chuyện
2. Chia sẻ qua zalo
3. Chia sẻ, tương tác qua facebook cá nhân/facabook nhà xuất bản
4. Chia sẻ qua email
5. Khác (ghi rõ):.....

B22. Anh/Chị có thói quen phản hồi thông tin đối với đơn vị xuất bản không? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Tình huống	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Được trưng cầu ý kiến từ đơn vị xuất bản	1	2	3	4	5
2. Chủ động đóng góp ý kiến về nội dung, hình thức sách đã đọc	1	2	3	4	5
3. Đề xuất ý tưởng đề tài mới với đơn vị xuất bản	1	2	3	4	5

B23. Anh/Chị cho biết mức độ quan tâm thương hiệu của các nhà xuất bản sách chính trị ở Việt Nam hiện nay? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Nhà xuất bản	Không quan tâm	Có chút quan tâm	Khá quan tâm	Quan tâm	Rất quan tâm
1. NXB Chính trị quốc gia Sự thật	1	2	3	4	5

2. NXB Lý luận chính trị	1	2	3	4	5
3. NXB Thông tin và Truyền thông	1	2	3	4	5
4. NXB Công an nhân dân	1	2	3	4	5
5. NXB Quân đội nhân dân	1	2	3	4	5

B24. Anh/Chị cho biết đánh giá về mức độ trang bị kiến thức chính trị của sách đối với sự hình thành sự hiểu biết của Anh/Chị trên các khía cạnh dưới đây? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Các tiêu chí	Hoàn toàn Không ảnh hưởng	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
1. Sự hiểu biết về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh	1	2	3	4	5
2. Sự hiểu biết về về lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước	1	2	3	4	5
3. Sự hiểu biết về vấn đề chính trị trong nước và quốc tế	1	2	3	4	5
4. Sự hiểu biết về các quan điểm sai trái, thù địch và âm mưu diễn biến hoà bình.	1	2	3	4	5

B25. Anh/Chị cho biết đánh giá về mức độ ảnh hưởng của sách đối với sự hình thành niềm tin về các khía cạnh dưới đây? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Các tiêu chí	Hoàn toàn Không	Không	Ít ảnh hưởng	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
1. Sự tin tưởng vào hệ tư	1	2	3	4	5

tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh					
2. Sự tin tưởng vào sự lãnh đạo cùng với chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước	1	2	3	4	5
3. Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch, phản động chống Đảng, Nhà nước	1	2	3	4	5
4. Bản lĩnh chính trị vững vàng, kiên định mục tiêu	1	2	3	4	5

B26. Nếu Anh/Chị ít quan tâm/ ít chú ý/ít tìm đọc sách chính trị, thì lý do là gì? (Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Các tiêu chí	Không Đồng ý	Đồng ý	Ý kiến khác
1. Nội dung trừu tượng, khó hiểu	1	2	3
2. Hình thức đơn giản, không thu hút, ít minh họa	1	2	3
3. Diễn đạt khô khan, không hấp dẫn	1	2	3
4. Không mang lại hữu ích gì cho người đọc	1	2	3
5. Giá thành sách cao	1	2	3
6. Mua sách/mượn không thuận lợi, ít địa điểm bán/mượn sách	1	2	3
7. Không biết đến mảng sách này	1	2	3
8. Công việc ít liên quan đến lĩnh vực chính trị, nên không tiếp xúc với mảng sách này	1	2	3

B27. Theo Anh/Chị, giải pháp nào thu hút độc giả chú ý/mua sách chính trị?
(Anh/Chị cho ý kiến vào mỗi dòng, chỉ chọn 1 đáp án đúng nhất, khoanh tròn vào ô số)

Các tiêu chí	Không Đồng ý	Đồng ý	Ý kiến khác
1. Phong phú nội dung lý luận, thực tiễn ở các góc độ tiếp cận từ chuyên sâu đến phổ thông	1	2	3
2. Hình thức trang nhã, thiết kế tươi sáng, minh họa	1	2	3
3. Diễn đạt khoa học, gần gũi, phù hợp với đối tượng tiếp nhận	1	2	3
4. Đa dạng hình thức sách, nên xuất bản cả sách giấy và sách điện tử	1	2	3
5. Chiết khấu, khuyến mãi, có chính sách riêng cho khách hàng thân thiết	1	2	3
6. Đa dạng kênh phân phối: điểm bán cố định, online	1	2	3
7. Đẩy mạnh truyền thông sách trong nước và quốc tế	1	2	3

C. PHƯƠNG HƯỚNG, GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

C1. Đánh giá của Anh/Chị về quan điểm nâng cao hiệu quả của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở tăng cường sự quản lý của nhà nước	1	2	3
2. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở tôn trọng đặc trưng của hoạt động sản xuất văn hóa tư tưởng	1	2	3
3. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở thừa nhận mối tương quan giữ hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế	1	2	3
4. Nâng cao hiệu quả xuất bản trên nguyên tắc bảo đảm chất lượng	1	2	3

C2. Anh/chị cho biết ý kiến về các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản	1	2	3
2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản	1	2	3
3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả	1	2	3

C3. Anh/chị cho biết ý kiến về các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Tăng cường chỉ đạo, định hướng của Đảng, quản lý Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị	1	2	3
2. Cụ thể hoá định hướng xuất bản sách chính trị của Đảng, xây dựng quy hoạch xuất bản sách chính trị một cách toàn diện	1	2	3
3. Cải tiến chế độ, chính sách đầu tư, ưu đãi cho xuất bản sách chính trị, đặc biệt riêng cho từng loại sách chính trị	1	2	3
4. Có cơ chế bồi dưỡng, chuẩn hoá nguồn nhân lực làm công tác xuất bản sách chính trị	1	2	3

C4. Theo Anh/Chị, giải pháp nào để nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Kế hoạch đề tài trên cơ sở định hướng của Đảng, Nhà nước và bám sát nhu cầu thị trường sách chính trị trong nước và quốc tế hướng tới xây dựng cơ cấu sách phong phú.	1	2	3

2. Phát triển đội ngũ cộng tác viên tác giả, dịch giả có năng lực, phẩm chất, đổi mới sáng tạo trong biên soạn sách chính trị nhằm đa dạng hoá các thể loại, hình thức thể hiện sách chính trị.	1	2	3
3. Bảo đảm tiêu chuẩn thẩm định, gia công biên tập bản thảo nhằm nâng cao chất lượng biên tập, xuất bản sách chính trị	1	2	3
4. Đa dạng hoá hình thức xuất bản, kết hợp xuất bản truyền thống và xuất bản điện tử	1	2	3
5. Đổi mới phương thức tổ chức phát hành sách chính trị trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại nhằm tăng khả năng tiếp cận độc giả	1	2	3
6. Bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực cán bộ biên tập, phát hành nhà xuất bản phù hợp với yêu cầu và bối cảnh mới.	1	2	3

Trân trọng cảm ơn các Anh/Chị đã giúp tôi hoàn thành khảo sát!

KẾT QUẢ PHIẾU KHẢO SÁT, LẤY Ý KIẾN

Chào Anh/Chị,

Hiện tại, tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về *Hiệu quả xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay*. Để có được số liệu nghiên cứu về về vấn đề này, tôi mong nhận được ý kiến đóng góp của Anh/Chị bằng cách điền vào form khảo sát này. Ý kiến của Anh/Chị đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có ý nghĩa quyết định đối với sự thành công của đề tài.

Cảm ơn Anh/Chị đã nhận lời tham gia khảo sát và chia sẻ những ý kiến của mình cho nghiên cứu. Thông tin cá nhân và câu trả lời của Anh/Chị trong phiếu khảo sát đảm bảo bí mật tuyệt đối và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu đề tài.

Xin trân trọng cảm ơn!

A. THÔNG TIN NHÂN KHẨU HỌC

A1. Giới tính của Anh/Chị

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Nam	237	39,1	39,3
	Nữ	366	60,4	60,7
	Total	603	99,5	100
Missing	0	3	0,5	
Total		606	100,0	

A2. Dân tộc

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Kinh	589	97,2	97,2
	Dan toc khac	17	2,8	2,8
	Total	606	100,0	100,0

A3. Độ tuổi của Anh/Chị?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Tu 18 den 30 tuoi	259	42,7	42,9
	Tu 31 den 40 tuoi	212	35,0	35,1
	Tu 41 den 60 tuoi	102	16,8	16,9
	Tren 60 tuoi	31	5,1	5,1
	Total	604	99,7	100,0
Missing	Khong tra loi	2	,3	
Total		606	100,0	

A4. Hiện nay, Anh/Chị sống/làm việc ở khu vực nào?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Thanh thi	503	83,0	83,7
	Nong thon	77	12,7	12,8
	Trung du, mien nui	21	3,5	3,5

	Total	601	99,2	100,0
Missing	Khong tra loi	5	,8	
Total		606	100,0	

A5. Trình độ học vấn cao nhất của Anh/Chị?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dai hoc	361	59,6	60,3
	Thac si	162	26,7	27,0
	Tien si	40	6,6	6,7
	Khac	36	5,9	6,0
	Total	599	98,8	100,0
Missing	Khong tra loi	7	1,2	
Total		606	100,0	

A6. Trình độ lý luận cao nhất của Anh/Chị?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Khong	197	32,5	33,5
	So cap ly luan chinh tri	97	16,0	16,5
	Trung cap ly luan chinh tri	184	30,4	31,3
	Cao cap ly luan chinh tri	110	18,2	18,7
	Total	588	97,0	100,0
Missing	Khong tra loi	18	3,0	
Total		606	100,0	

A7. Anh/Chị đã/dang làm việc ở khối cơ quan nào dưới đây?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Chua di lam	128	21,1	21,2
	Co quan cua Dang	30	5,0	5,0
	Co quan hanh chinh Nha nuoc	107	17,7	17,7
	To chuc chinh tri-xa hoi	22	3,6	3,6
	Quan doi/Cong an	102	16,8	17
	Truong hoc	205	33,8	34,0
	Khac	9	1,5	1,5
	Total	603	99,5	100,0
Missing	Khong tra loi	3	,5	
Total		606	100,0	

A8. Nghề nghiệp của Anh/Chị?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Can bo lanh dao/quan ly co quan Dang/Nha nuoc/To chuc chinh tri-xa hoi	55	9,1	9,1
	Can bo co quan Dang/Nha nuoc/To chuc chinh tri-xa hoi	65	10,7	10,8
	Giang vien	120	19,8	19,9
	Nghien cuu vien	21	3,5	3,5
	Sinh vien	203	33,5	33,7
	Si quan quan doi/cong an	102	16,8	17
	Nhan vien van phong	19	3,1	3,1
	Doanh nhan/kinh doanh	5	,8	,8
	Khac	13	2,1	2,1
	Total	602	99,3	100,0
Missing	Khong tra loi	4	,7	
Total		606	100,0	

B. THỰC TRẠNG PHẢN HỒI CỦA ĐỘC GIẢ**B1. Anh/Chị biết đến sách chính trị qua những kênh nào?**

STT	Các kênh	Không biết đến		Biết đến	
		Frequency	Valid Percent	Frequency	Valid Percent
1	Tự tìm kiếm/mua trên mạng/nhà sách	279	46%	327	54%
2	Qua danh mục giới thiệu sách trực tiếp từ Nhà xuất bản, đơn vị phát hành	493	81,4%	112	18,5%
3	Qua người quen giới thiệu	482	79,5%	124	20,5%
4	Qua truyền hình	484	79,9%	122	20,1%
5	Qua báo in, tạp chí	494	20,1%	112	18,5%
6	Qua mạng xã hội	404	66,7%	202	33,3%
7	Toạ đàm, hội thảo	431	71,1%	175	28,9%

B2. Anh/Chị tiếp cận với sách chính trị bằng cách nào?

STT	Cách thức	Không		Có	
		Frequency	Valid Percent	Frequency	Valid Percent
1	Mua trực tiếp tại Nhà xuất bản	480	79,2%	126	20,8%

2	Mua trực tiếp tại Cửa hàng sách	361	59,6%	245	40,4%
3	Mua tại website thương mại điện tử	403	66,5%	203	33,5%
4	Mua tại website bán hàng trực tuyến của Nhà xuất bản	525	86,6%	81	13,4%
5	Được biếu, được tặng, được phát theo chế độ	369	65,3%	210	34,7%
6	Đọc tại Thư viện trường học/địa phương	315	52%	291	48%
7	Đọc tại tủ sách xã/phường/thị trấn	546	90,1%	60	9,9%

B3. Anh/Chị cho biết mức độ quan tâm đọc các loại sách chính trị?

Loại sách	Không quan tâm	Có chút quan tâm	Khá quan tâm	Quan tâm	Rất quan tâm
1. Sách tác phẩm kinh điển của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	6,7%	29,8%	23,8%	27,1%	12,6%
2. Sách giới thiệu về cuộc đời và sự nghiệp của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	4,5%	25,5%	31,7%	27,6%	10,7%
3. Sách lý luận chính trị (cách mạng vô sản, đấu tranh giai cấp, nhà nước vô sản...)	8,2%	29,9%	28,2%	25,6%	8,1%
4. Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam (Văn kiện, Lịch sử, Đường lối của Đảng, Xây dựng Đảng...)	3,8%	21,5%	31,%	29,5%	13,7%
5. Sách về các tổ chức chính trị - xã hội (Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Công đoàn, Hội Cựu chiến binh, Mặt trận TQVN...)	10,8%	30,9%	27,2%	24,4%	6,7%
6. Sách về chính trị Việt Nam	3,8%	24,3%	29,8%	31,4%	10,7%

7. Sách về chính trị thế giới	9,7%	26,8%	32%	23,5%	8,0%
8. Sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế	8,8%	26,1%	30,8%	24,6%	9,7%
9. Sách phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	7,4%	19,4%	31,5%	28,5%	13,2%

B4. Anh/Chị thường đọc sách như thế nào?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Do lượt phân môn đầu, nội dung các chương mục chính, sau đó nếu cần sẽ đọc kỹ	252	41,6	45,0
	Đọc kỹ toàn bộ cuốn sách	91	15,0	16,3
	Đọc nhưng nội dung có thông tin cần tìm kiếm	217	35,8	38,8
	Total	560	92,4	100,0
Missing	Không trả lời	46	7,6	
Total		606	100,0	

B5. Anh/Chị thường đọc sách vào lúc nào?

ST T	Cách thức	Không		Có	
		Frequency	Valid Percent	Frequency	Valid Percent
1	Thường đọc sách khi học tập	310	51,2	296	48,8
2	Thường đọc sách khi nghiên cứu	327	54	279	46
3	Thường đọc sách khi làm việc	463	76,5	143	23,6
4	Thường đọc sách khi giải rảnh rỗi	356	58,7	250	41,3

B6. Anh/Chị tự đánh giá mức độ thường xuyên đọc các loại sách chính trị?

Thể loại	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sách tác phẩm kinh điển	8,0%	19,1%	45,5	19,1%	8,4%

của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh			%		
2. Sách giới thiệu về cuộc đời và sự nghiệp của C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I. Lênin, Hồ Chí Minh	4,3%	18,6%	52,2%	19,2%	5,4%
3. Sách lý luận chính trị (cách mạng vô sản, đấu tranh giai cấp, nhà nước vô sản...)	7,4%	20,6%	45,1%	21,8%	5,2%
4. Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam (Văn kiện, Lịch sử, Đường lối của Đảng, Xây dựng Đảng...)	4,3%	14,9%	46,1%	27,4%	7,3%
5. Sách về các tổ chức chính trị - xã hội (Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân...)	9,3%	25%	46,6%	14,9%	4,2%
6. Sách về chính trị Việt Nam	5,0%	18,5%	45,2%	23,8%	7,5%
7. Sách về chính trị thế giới	9,8%	21,7%	44,8%	18,2%	5,5%
8. Sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế	10,3%	20,4%	49%	15%	5,4%
9. Sách phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	7,9%	17,1%	43,9%	22,1%	9,0%

B7. Anh/Chị thường dành bao nhiêu thời gian đọc sách chính trị?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Duoi 2 gio/tuan	282	46,5	46,8
	Tu 2 den 4 gio/tuan	163	26,9	27,1
	Tu 4 den 6 gio/tuan	87	14,4	14,5
	Tu 6 den 8 gio/tuan	36	5,9	6,0
	Tu 8 den 10 gio/tuan	15	2,5	2,5
	Tren 10 gio/tuan	19	3,1	3,2
	Total	602	99,3	100,0
Missing	Khong tra loi	4	,7	

Total			606	100,0
-------	--	--	-----	-------

B8. Anh/Chị thường đọc bao nhiêu cuốn sách chính trị mỗi năm?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0 cuon	33	5,4	5,5
	Tu 1 den 3 cuon	358	59,1	59,6
	Tu 3 den 5 cuon	124	20,5	20,6
	Tu 7 den 10 cuon	53	8,7	8,8
	10 cuon tro len	33	5,4	5,5
	Total	601	99,2	100,0
Missing	Khong tra loi	5	,8	
Total		606	100,0	

B9. Anh/Chị thường đọc thể loại sách chính trị nào sau đây?

STT	Loại sách	Frequency	Percent
1	Sách giáo trình	412	68%
2	Sách tham khảo/chuyên khảo/Nhân vật/Sự kiện	280	46,2%
3	Sách phổ biến tri thức chính trị phổ thông	145	23,9%
4	Sách nghiệp vụ/kỹ năng chính trị	170	28,1%
5	Sách tra cứu (toàn tập, tuyển tập, tuyển chọn tác phẩm)	176	29%

B10. Anh/Chị cho biết đánh giá mức độ hài lòng đối với nội dung sách chính trị?

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Nội dung kiến thức cơ bản, có khả năng ứng dụng cao trong nghiên cứu, học tập, tìm hiểu	0,5%	1%	27%	61,3%	10,2%
2. Nội dung kiến thức mới mẻ, cập nhật, bám sát tình hình trong nước và thế giới	0,2%	2,4%	39,%	49,9%	8,2%
3. Nội dung kiến thức chính xác, khoa học, đáng tin cậy	0,00%	2,0%	29,1%	56,2%	12,7%
4. Ngôn ngữ diễn đạt rõ ràng, mạch lạc, phù hợp với từng đối tượng đọc giả	0,8%	51,6%	34,5%	9,6%	3,5%

5. Bộ cục chặt chẽ, logic, có tính thuyết phục, dễ đọc, dễ hiểu.	0,5%	5,2%	28,2%	54,7%	11,4%
6. Sơ đồ, bảng biểu minh họa phong phú, dễ truyền tải	3,3%	40,9%	35,4%	10,9%	9,5%

B11. Anh/Chị đánh giá mức độ hài lòng đối với hình thức sách chính trị?

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1.Thiết kế bìa phù hợp nội dung	0,8%	2,5%	31,8%	56,6%	8,3%
2. Thiết kế bìa đẹp, đa dạng, tạo hiệu ứng thị giác đối với độc giả	0,7%	7,5%	39,1%	43,7%	9%
3.Chế bản cân đối, chữ in rõ ràng, không có lỗi morat, chính tả	0,3%	4,2%	31,4%	52,6%	11,5%
4.Khổ sách phù hợp, thuận lợi đọc, di chuyển	0,2%	5,8%	32,4%	50,7%	10,9%

B12. Dựa vào khả năng tài chính của mình, Anh/Chị hãy đánh giá khả năng thanh toán và sẵn sàng thanh toán cho 1 cuốn/1bộ sách chính trị?

Tiêu chí	Rất không sẵn sàng	Không sẵn sàng	Phân vân	Sẵn sàng	Rất sẵn sàng
1. Dưới 50.000 đồng	2,1%	2,3%	6,5%	47,6%	41,4%
2. Từ 50 đến 100.000 đồng	1,8%	3,9%	14,0%	51,2%	29,2%
3. Từ 100.000 đến 200.000 đồng	2,9%	8,0%	30,3%	41,5%	17,3%
4. Từ 200.000 đến 500.000 đồng	8,4%	19,5%	40,7%	25,3%	6,1%
5. Từ 500.000 đến 1.000.000 đồng	16,2%	30,9%	37,1%	12,1%	3,7%
6. Từ 1.000.000 đến	25,2%	36,9%	29%	6,7%	2,1%

2.000.000 đồng					
7. Từ 2.000.000 đồng trở lên	32,6%	35,2%	23,5%	6,0%	2,7%

B13. Anh/Chị đánh giá mức độ hài lòng về dịch vụ khách hàng của các đơn vị xuất bản?

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1.Được tư vấn, hỗ trợ tìm sách phù hợp	1,7%	7%	33,6%	48,7%	9%
2. Đặt mua sách thuận lợi, nhanh chóng	1%	3,6%	32,4%	50,8%	12,2%
3. Trưng bày, phân loại sách phù hợp để tìm kiếm	1%	7,5%	32,2%	50,3%	9%
4. Hình thức thanh toán đa dạng (tiền mặt, thẻ, chuyển khoản...)	1%	4,8%	24,8%	53,1%	16,3%
5. Vận chuyển nhanh chóng, giao nhận thuận lợi	1%	2,6%	31,2%	52,2%	13%
6. Chiết khấu, khuyến mãi	3%	10,4%	36,2%	40,3%	10,1%
7. Chế độ đổi trả	6,5%	10,8%	33,8%	41,5%	7,4%

B.14. Anh/Chị đánh giá thị trường sách chính trị ở Việt Nam hiện nay như thế nào?

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Cơ cấu, số lượng sách phong phú	1,0%	2,7%	35,8%	50,8%	9,7%
2. Nội dung thiết thực, đáp ứng nhu cầu độc giả	0,5%	3,4%	36,%	49,2%	10,2%
3. Cập nhật nhiều đầu sách hay trên thế giới	0,8%	48,2%	38,9%	4,3%	7,8%
4. Hệ thống phân phối	0,8%	6,6%	36,2%	45,9%	10,5%

rộng, dễ dàng tiếp cận					
------------------------	--	--	--	--	--

B15. Từ nhu cầu thực tế của mình, Anh/Chị đánh giá mức độ đáp ứng nhu cầu độc giả của xuất bản sách chính trị như thế nào?

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Tạm thời hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng
1. Nhu cầu học tập, tìm hiểu kiến thức	0,3%	1,7%	27,4%	59,6%	11,00%
2. Nhu cầu nghiên cứu chuyên sâu	0,3%	2,2%	37,2%	49,8%	10,5%
3. Nhu cầu ứng dụng trong thực tế công việc	0,3%	2,2%	37,2%	49,8%	10,5%
4. Nhu cầu nắm bắt thông tin mới, cập nhật	1,0%	49,1%	37,5%	4,2%	8,2%
5. Nhu cầu thẩm mỹ	3,1%	40,8%	42,4%	7,30%	6,4%
6. Nhu cầu giải trí	36,8%	37,2%	13,9%	6,3%	5,8%

B16. Anh/Chị thói quen sử dụng loại hình sách nào để phục vụ cho nhu cầu của mình?

Tiêu chí	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sách giấy (Paper Book)	1,2%	3,9%	27,2%	49,9%	17,8%
2. Sách điện tử (Ebook)	3,6%	6,5%	33,1%	43%	13,8%
3. Sách nói (Audio Book)	20,9%	28,6%	31%	15,4%	3,9%

B17. Anh/Chị có biết đến và truy cập vào các trang sách điện tử để tìm đọc sách không?

Các địa chỉ Website phổ biến	Không biết đến	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1.tulieuvankien.dangcongsan.vn	9,6%	12,7%	37,2%	28,8%	11,7%

<i>(Tư liệu về đảng, văn kiện đảng, tác phẩm kinh điển Mác-Ăngghen, V.I.Lênin, sách chính trị, pháp luật...)</i>					
2. thuviencoso.vn <i>(Thư viện điện tử sách xã, phường, thị trấn)</i>	15%	19,5%	39,6%	21,7%	4,3%
3. stbook.vn <i>(Sách điện tử miễn phí và có phí của NXb Chính trị quốc gia Sự thật)</i>	15,2%	20,5%	39,9%	19,8%	4,6%
4. khosach.stbook.vn <i>(Kho sách miễn phí của Nxb Chính trị quốc gia)</i>	17,2%	20,7%	40,4%	17,4%	4,3%
5. ebook365.vn <i>(Sách điện tử có phí và miễn phí của NXB Thông tin và Truyền thông)</i>	14,9%	20,9%	42,6%	18,3%	3,4%
6. tusachthanhvien.vn <i>(Tủ sách bồi dưỡng thanh niên về chính trị, hợp tác với Waka)</i>	17,6%	21,5%	40,1%	17,9%	2,9%
7. xbdnd.vn <i>(Sách điện tử miễn phí và có phí của NXB Quân đội nhân dân)</i>	20,3%	25,8%	36,9%	13,8%	3,1%

B18. Anh/chị thường đọc sách chính trị của các tác giả nước ngoài không?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Chua bao gio	144	23,8	26,3
	Hiem khi	180	29,7	32,8
	Thinh thoang	167	27,6	30,5
	Thuong xuyen	44	7,3	8,0
	Rat thuong xuyen	13	2,1	2,4
	Total	548	90,4	100,0
Missing	Khong tra loi	58	9,6	
Total		606	100,0	

B19. Anh/Chị thường đọc sách chính trị của tác giả nước ngoài từ nguồn nào?

Quan hệ	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sách chính trị được dịch và xuất bản trong nước	15%	15,4%	40,5%	22,9%	6,2%
2. Sách chính trị ngoại văn được nhập khẩu về nước	36,8%	23%	28,5%	9,5%	2,2%
3. Sách chính trị bằng tiếng nước ngoài, đặt mua từ người ngoài	44,4%	20,8%	21,7%	9,8%	3,3%

B20. Anh/Chị thường chia sẻ, giới thiệu nội dung sách với bạn bè, đồng nghiệp, người thân, đối tượng khác?

Quan hệ	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Đồng nghiệp	16,2%	13,6%	43%	23,7%	3,6%
2. Bạn bè	13%	17,8%	46,1%	19,9%	3,3%
3. Người thân	23,7%	22,3%	36,6%	14,4%	2,9%

B21. Anh/Chị đã dùng phương thức nào để giới thiệu, chia sẻ nội dung sách?

STT	Loại sách	Frequency	Valid Percent
1	Trao đổi, nói chuyện	422	69,6%
2	Chia sẻ qua zalo	192	31,7%
3	Chia sẻ, tương tác qua facebook cá nhân/facabook nhà xuất bản	198	332,7%
4	Chia sẻ qua email	82	13,5%

B22. Anh/Chị có thói quen phản hồi thông tin đối với đơn vị xuất bản không?

Tình huống	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Được trưng cầu ý kiến từ đơn vị xuất bản	43,7%	22,3%	22,8%	7,9%	3,4%

2. Chủ động đóng góp ý kiến về nội dung, hình thức sách đã đọc	43,0%	23,6%	23,4%	6,7%	3,3%
3. Đề xuất ý tưởng đề tài mới với đơn vị xuất bản	47,2%	27,4%	19,5%	3,0%	3,0%

B23. Anh/Chị cho biết mức độ quan tâm thương hiệu của các nhà xuất bản sách chính trị ở Việt Nam hiện nay?

1	Không quan tâm	Có chút quan tâm	Khá quan tâm	Quan tâm	Rất quan tâm
1. NXB Chính trị quốc gia Sự thật	6,0%	15,1%	23,3%	40,2%	15,4%
2. NXB Lý luận chính trị	6,7%	17,6%	32,2%	32,2%	11,4%
3. NXB Thông tin và Truyền thông	8,3%	24,3%	35,3%	25,5%	6,6%
4. NXB Công an nhân dân	9,8%	26,7%	32,2%	24,3%	7,1%
5. NXB Quân đội nhân dân	10,7%	28,4%	31,2%	23,6%	6,2%

B24. Anh/Chị cho biết đánh giá về mức độ trang bị kiến thức chính trị của sách đối với sự hình thành sự hiểu biết của Anh/Chị trên các khía cạnh dưới đây?

Các tiêu chí	Hoàn toàn Không ảnh hưởng	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
1. Sự hiểu biết về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh	1,4%	2,7%	15,9%	59,8%	20,2%
2. Sự hiểu biết về lịch sử, vai trò, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước	1,9%	2,4%	11%	64,6%	20,1%
3. Sự hiểu biết về vấn đề chính trị trong nước và quốc tế	1,4%	2,4%	16,5%	60,1%	19,6%

4. Sự hiểu biết về các quan điểm sai trái, thù địch và âm mưu diễn biến hòa bình.	1,7%	1,9%	16,7%	59%	20,%
---	------	------	-------	-----	------

B25. Anh/Chị cho biết đánh giá về mức độ ảnh hưởng của sách đối với sự hình thành niềm tin về các khía cạnh dưới đây?

Các tiêu chí	Hoàn toàn Không	Không	Ít ảnh hưởng	Ảnh hưởng	Rất ảnh hưởng
1. Sự tin tưởng vào hệ tư tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh	0,9%	1,6%	15,2%	56,9%	25,5%
2. Sự tin tưởng vào sự lãnh đạo cùng với chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước	0,7%	1,7%	13%	60,6%	24%
3. Ý thức đấu tranh bác bỏ các quan điểm, sai trái của các lực lượng thù địch, phản động chống Đảng, Nhà nước	0,9%	14,7%	22,4%	60,0%	2,1%
4. Bản lĩnh chính trị vững vàng, kiên định mục tiêu	0,5%	2,1%	15,8%	60,9%	20,7%

B26. Nếu Anh/Chị ít quan tâm/ ít chú ý/ít tìm đọc sách chính trị, thì lý do là gì?

Các tiêu chí	Không Đồng ý	Đồng ý	Ý kiến khác
1. Nội dung trừu tượng, khó hiểu	14%	83%	3%
2. Hình thức đơn giản, ít minh họa	19,5%	77,5%	3%
3. Diễn đạt khô khan, không hấp dẫn	23%	73,3%	3,7%
4. Không mang lại hữu ích gì cho người đọc	61,0%	30,4%	8,5%
5. Mua sách/mượn không thuận lợi, ít địa điểm bán/mượn sách	40,7%	49,2%	10,1%

6. Công việc ít liên quan đến lĩnh vực chính trị, nên không tiếp xúc nhiều	36,2%	51,1%	12,7%
--	-------	-------	-------

B27. Theo Anh/Chị, giải pháp nào thu hút độc giả chú ý/mua sách chính trị?

Các tiêu chí	Không Đồng ý	Đồng ý	Ý kiến khác
1. Nội dung có tính phân cấp lý luận, thực tiễn, dễ tiếp cận độc giả	36,2%	51,1%	12,7%
2. Trình bày trang nhã, thiết kế mới mẻ, có minh họa	6,4%	83,5%	10,1%
3. Diễn đạt đơn giản, gần gũi, phù hợp với đối tượng tiếp nhận	4,9%	82,3%	12,8%
4. Đa dạng hình thức sách, nên xuất bản sách giấy và sách điện tử	3,1%	81,2%	15,7%
5. Chiết khấu, khuyến mãi, có chính sách riêng cho khách hàng thân thiết	8,0%	80,3%	11,7%
6. Đa dạng kênh phân phối: điểm bán cố định, online	4,7%	80,4%	14,9%
7. Đẩy mạnh truyền thông sách trong nước và quốc tế	4,7%	80,6%	14,8%

C. QUAN ĐIỂM, GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

C1. Đánh giá của Anh/Chị về quan điểm nâng cao hiệu quả của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở tăng cường sự quản lý của nhà nước	12%	80,5%	7,4%
2. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở tôn trọng đặc trưng của hoạt động sản xuất văn hóa tư tưởng	14%	78,7%	7,3%
3. Nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị trên cơ sở thừa nhận mối tương quan giữ hiệu	15,7%	77,2%	7,1%

quả xã hội và hiệu quả kinh tế			
4. Nâng cao hiệu quả xuất bản trên nguyên tắc bảo đảm chất lượng	15,3%	77,7%	6,9%

C2. Anh/chị cho biết ý kiến về các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản	12%	77,9%	10,1%
2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản	13,2%	75,4%	11,4%
3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện độc giả	14,2%	72,2%	13,6%

C3. Anh/chị cho biết ý kiến về các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Tăng cường chỉ đạo, định hướng của Đảng, quản lý Nhà nước đối với xuất bản sách chính trị	8,7%	62,5%	28,7%
2. Cụ thể hóa định hướng xuất bản sách chính trị của Đảng, xây dựng quy hoạch xuất bản sách chính trị một cách toàn diện	12%	66,8%	21,1%
3. Cải tiến chế độ, chính sách đầu tư, ưu đãi cho xuất bản sách chính trị, đặc biệt riêng cho từng loại sách chính trị	9,6%	64,7%	25,7%
4. Có cơ chế bồi dưỡng, chuẩn hóa nguồn nhân lực làm công tác xuất bản sách chính trị	2,82%	69,54%	27,64%

C4. Theo Anh/Chị, giải pháp nào để nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị từ phương diện nghiệp vụ xuất bản?

Nội dung	Không Đồng ý	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Kế hoạch đề tài trên cơ sở định hướng của Đảng, Nhà nước và bám sát nhu cầu thị trường	14,5%	65,7%	19,8%

sách chính trị trong nước và quốc tế hướng tới xây dựng cơ cấu sách phong phú.			
2. Phát triển đội ngũ cộng tác viên tác giả, dịch giả có năng lực, phẩm chất, đổi mới sáng tạo trong biên soạn sách chính trị nhằm đa dạng hóa các thể loại, hình thức thể hiện sách chính trị.	12,5%	62,0%	25,4%
3. Bảo đảm tiêu chuẩn thẩm định, gia công biên tập bản thảo nhằm nâng cao chất lượng biên tập, xuất bản sách chính trị	11,7%	65,0%	23,3%
4. Đa dạng hóa hình thức xuất bản, kết hợp xuất bản truyền thống và xuất bản điện tử	13,9%	60,7%	25,4%
5. Đổi mới phương thức tổ chức phát hành sách chính trị trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại nhằm tăng khả năng tiếp cận độc giả	11,9%	62,2%	25,9%
6. Bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực cán bộ biên tập, phát hành nhà xuất bản phù hợp với yêu cầu và bối cảnh mới.	12,5%	63,9%	23,6%

Trân trọng cảm ơn các Anh/Chị đã giúp tôi hoàn thành khảo sát!

PHỤ LỤC 7

Bảng 1: Thống kê trung bình về mức độ quan tâm đối với các loại sách chính trị

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Mức độ quan tâm đến sách tác phẩm kinh điển của C.Mac, Anghen, Lenin, Hồ Chí Minh	606	0	5	3,04	1,206
Mức độ quan tâm đến sách giới thiệu về cuộc đời và sự nghiệp của C.Mac, Anghen, Lenin, Hồ Chí Minh	606	0	5	3,08	1,135
Mức độ quan tâm đến sách lý luận chính trị	606	0	5	2,90	1,158
Mức độ quan tâm đến sách về Đảng Cộng sản Việt Nam	606	0	5	3,23	1,124
Mức độ quan tâm đến sách về các tổ chức chính trị - xã hội	606	0	5	2,82	1,146
Mức độ quan tâm đến sách về chính trị Việt Nam	606	0	5	3,17	1,089
Mức độ quan tâm đến sách chính trị thế giới	606	0	5	2,89	1,148
Mức độ quan tâm đến sách về ngoại giao và quan hệ quốc tế	606	0	5	2,96	1,163
Mức độ quan tâm đến sách phân tích các quan điểm sai trái, thù địch, bạo lực và nạn tang tấu tuông của Đảng	606	0	5	3,16	1,181

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Bảng 2: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha về mức độ hài lòng đối với nội dung sách chính trị

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,901	6			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Noi dung kien thuc co ban, co kha nang ung dung cao trong nghien cuu, hoc tap, tim hieu	18,20	9,921	,670	,893
Noi dung kien thuc moi me, cap nhat, bam sat tinh hình trong nuoc va the gioi	18,36	9,331	,793	,876
Noi dung kien thuc chinh xac, khoa hoc, dang tin cay	18,19	9,677	,693	,889
Ngon ngu dien dat ro rang, mach lac, phu hop voi tung doi tuong doc gia	18,33	9,028	,805	,873
Bo cuc chat che, logic, co tinh thuyet phuc, de doc, de hieu	18,32	8,865	,811	,871
So do, bang bieu minh hoa phong phu, de truyen tai	18,58	8,565	,670	,901

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Bảng 3: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha về mức độ hài lòng đối với hình thức sách chính trị

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,867	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Thiet ke bia phu hop noi dung	10,90	3,948	,684	,844
Thiet ke bia dep, da dang, tao hieu ung thi giac doi voi doc gia	11,06	3,563	,720	,830
Che ban can doi, chu in ro rang, khong co loi morat, chinh ta	10,88	3,653	,754	,815
Kho sach phu hop, thuan loi doc, di chuyen	10,93	3,677	,716	,831

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Bảng 4: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha về mức độ trang bị kiến thức đối với sự hình thành hiểu biết

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,907	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Su hieu biet ve chu nghĩa Mac-Lenin, tu tuong Ho Chi Minh	11,88	4,219	,787	,881
Su hieu biet ve lich su, vai tro, duong loi, chinh sach cua Dang va Nha nuoc	11,83	4,224	,814	,872
Su hieu biet ve van de chinh tri trong nuoc va quoc te	11,88	4,278	,776	,885
Su hieu biet ve cac quan diem sai trai, thu dich va am muu dien bien hoa binh	11,87	4,194	,784	,882

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Bảng 5: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha về mức độ trang bị kiến thức đối với sự hình thành niềm tin

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,912	4			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Su tin tuong vao he tu tuong cua chu nghi Mac-Lenin va tu tuong Ho Chi Minh	12,05	3,796	,772	,896
Su tin tuong vao su lanh dao cung voi chu truong, duong loi, chinh sach cua Dang va Nha nuoc	12,05	3,739	,844	,871
Y thuc dau tranh bac bo cac quan diem sai trai cua cac luc luong thu dich, phan dong chong Dang, Nha nuoc	12,09	3,748	,802	,885
Ban linh chinh tri vung vang, kien dinh muc tieu	12,11	3,878	,783	,892

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)

Bảng 6: Tần suất phản hồi của độc giả

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Được trưng cầu ý kiến	1	5	2,05	1,129
Chủ động đóng góp ý kiến	1	5	2,04	1,108
Đề xuất ý tưởng đề tài	1	5	1,95	1,125

(Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả)