

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

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ XUẤT BẢN

HÀ NỘI - 2024

Luận án được hoàn thành tại:
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Người hướng dẫn khoa học: PSG,TS. Trần Hải Minh
PGS,TS. Lê Văn Yên

Chủ tịch Hội đồng: PGS,TS. Nguyễn Thị Trường Giang

Phản biện 1: GS,TS. Đinh Xuân Dũng

Phản biện 2: PGS,TS. Hà Huy Phụng

Phản biện 3: PGS,TS. Nguyễn Đức Luận

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện
hợp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
vào hồi 14 giờ 00 ngày 02 tháng 05 năm 2024

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia, Hà Nội
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

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 sách. Mục tiêu và hiệu quả của 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 có ảnh hưởng sâu rộng; xây dựng thế giới quan, nhân sinh quan khoa học chính trị, tích cực, giáo dục đạo đức, lập trường cách mạng vững vàng. 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:

Từ góc độ chính trị. Xuất bản sách chính trị 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 luôn đặt ra cấp thiết. 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. Theo đó, việc nghiên cứu đề 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.

Từ góc độ lý luận. Cùng với sự phát triển của ngành xuất bản, xuất bản sách chính trị đã bước vào giai đoạn chuyển 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 - chính trị, kinh tế, 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 tồn tại vấn đề cần giải quyết. 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.

Từ góc độ thực tiễn. Xuất bản sách chính trị đã 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, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước 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 và Nhà nước. Bên cạnh đó, xuất bản sách chính trị vẫn còn tồn tại những khuyết điểm, yếu kém cần được khắc phục trên các mặt về 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 phù hợp với cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Mâu thuẫn giữa mục tiêu xuất bản và thực trạng xuất bản nhằm nâng cao hiệu quả, chất lượng xuất bản sách chính trị cần được nghiên cứu, đánh giá một cách hệ thống, cụ thể.

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 chuyên đề 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; *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 ở Việt Nam hiện nay; *Bốn là*, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của Luận án là hiệu quả xuất bản sách chính trị.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về giới hạn nội dung nghiên cứu

Luận án nghiên cứu thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế, từ đó, đánh giá hiệu quả và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới.

- Giới hạn không gian nghiên cứu. Trong phạm vi luận án, tác giả lựa chọn khảo sát 05 NXB có chức năng, nhiệm vụ xuất bản các loại sách chính trị, 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 thời gian tới?

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, có vai trò quan trọng đối với sự truyền tải quan điểm chính sách nhà nước, có vai trò tích cực đối với sự hình thành, tích lũy tri thức, niềm tin 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, 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.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện luận án, tác giả đã sử dụng các phương pháp như sau:

- Phương pháp phân tích định tính: Phương pháp nghiên cứu tư liệu thứ cấp trên cơ sở các nguồn tài liệu trong và ngoài nước; Phương pháp phỏng vấn sâu các đối tượng là quản lý, biên tập viên, chuyên gia.

- Phương pháp phân tích định lượng: Phương pháp thống kê; Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi; Phương pháp kiểm định (phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phương pháp thống kê tần số, phương pháp thống kê trung bình theo thước đo Likert, phương pháp tương quan tuyến tính Pearson).

6. Đóng góp mới của luận án

Luận án đã có những đóng góp mới về lý luận và thực tiễn sau đây:

- 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 hiệu quả chính trị, hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế bằng sơ đồ hoá; 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 làm cơ sở đánh giá hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam hiện nay.

- 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, từ đó khái quát những kết quả, hạn chế, chỉ ra nguyên nhân và những vấn đề đặt ra về hiệu quả xuất bản sách chính trị.

- Phân tích yêu cầu đặt ra, quan điểm và đề xuất ba nhóm giải pháp đứng 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

Luận án hệ thống một cách khoa học vấn đề lý luận cơ bản về hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị góp phần bổ khuyết khoảng trống lý luận về hiệu quả xuất bản làm căn cứ khoa học nghiên cứu, đánh giá thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị. Đồng thời, luận án đã 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

Qua nghiên cứu thực tiễn, luận án đã góp phần làm rõ thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị ở các ĐVXB, qua đó phân tích tình hình xuất bản sách chính trị ở Việt Nam hiện nay. 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 (về thành tựu, hạn chế, nguyên nhân, những vấn đề đặt ra) qua đó có định hướng, giải pháp phù hợp. Luận án có ý nghĩa tham khảo trong việc xây dựng các tiêu chí đánh giá hiệu quả xuất bản nói chung, hiệu quả xuất bản một loại sách nói riêng; 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 phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án gồm có 4 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 và những vấn đề đặt ra; *Chương 4:* Yêu cầu đặt ra, quan điểm và giải pháp nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

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 thống 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. Tác giả cho rằng, xuất bản là hoạt động có ý nghĩa văn hoá và xã hội, cũng là hoạt động thương mại; xuất bản phải tạo ra lợi nhuận nhưng đó không phải là mục đích duy nhất. Bản chất của doanh nghiệp xuất bản vẫn là doanh nghiệp văn hoá.

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 quản, Bắc Kinh, Trung Quốc. Tác giả cũng cho rằng, cần đứng trên phương diện văn hóa để làm xuất bản mặc dù xuất bản là một ngành kinh doanh, xuất bản theo đuổi mục tiêu chất lượng, nghệ thuật, tư tưởng và chính trị.

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 là cần thiết để giải quyết vấn đề doanh số và tương lai của ngành xuất bản. Vấn đề hiệu quả xuất bản vẫn là giá trị kinh tế của ngành xuất bản.

Đối với các học giả phương Đông, đặc biệt là học giả Trung Quốc, quan điểm của họ bắt nguồn từ việc giải quyết vấn đề lý luận xuất phát từ thực trạng ngành xuất bản Trung Quốc trong nền kinh tế thị trường. Hiện nay, chưa có quan điểm thống nhất về hiệu quả của xuất bản, nhưng đã có nhiều công trình nghiên cứu đặt ra vấn đề cần làm rõ hiệu quả xã hội, hiệu quả kinh tế và mối quan hệ giữa chúng ở các khía cạnh khác nhau.

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 ngoài ba mục tiêu: mục tiêu xã hội, mục tiêu kinh tế và mục tiêu quản lý.

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, thống nhất hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế là vấn đề đặt ra ở cả phương diện lý luận và thực tiễn. Từ đó, 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 bắt nguồn từ sản xuất có tính văn hóa của xuất bản.

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.

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. Tác giả nhấn mạnh, trên phương diện xã hội, hiệu quả xuất bản đề cập đến hành vi xuất bản có thể phản ánh đúng giá trị tư tưởng xã hội chủ nghĩa, xây dựng nhận thức tốt đẹp và làm phong phú đời sống tinh thần của nhân dân. Xuất bản là ngành công nghiệp văn hoá, đặt lợi ích văn hoá lên hàng đầu, thích ứng với sự phát triển của cơ sở kinh tế trong thời đại mới.

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. Tác giả cho rằng, 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. Về bản chất, đó là mâu thuẫn giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội. Hiệu quả xã hội phản ánh cả trách nhiệm xã hội của xuất bản, bao hàm cả 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.

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, hiệu quả xã hội phản ánh khả năng toàn diện của một đơn vị xuất bản trong việc phục vụ sự nghiệp xây dựng văn hóa tư tưởng của xã hội. 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; hỉ 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.

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. 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.

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

Theo thống kê chưa đầy đủ, những công trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản của các học giả trong nước gồm sách, đề tài khoa học, tạp chí... đề cập đến vấn đề hiệu quả, hiệu quả xuất bản.

Thứ nhất, những công trình nghiên cứu về vấn đề hiệu quả. Hiệu quả được bàn đến trong các ngành khoa học khác nhau: Kinh tế học bàn về hiệu quả kinh tế, hiệu quả kinh doanh; Truyền thông học bàn đến hiệu quả truyền thông, Chính trị học bàn đến hiệu quả công tác tư tưởng.

Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội. Về hiệu quả truyền thông, tác giả cho rằng, 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 ứng xã hội và dư luận xã hội.

Dương Xuân Sơn (2015), *Lý luận báo chí truyền thông*, NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội. 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.

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. 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.

Thứ hai, những công trình nghiên cứu về hiệu quả xuất bản. Đối với hiệu quả xuất bản, công trình nghiên cứu về lý luận xuất bản chưa đề cập một cách rõ ràng. 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.

Ngô Sĩ Liên (1998), *Nguyên lý hoạt động biên tập xuất bản sách*, NXB Giáo dục, Hà Nội. Tác giả bàn về đặc tính chính trị, đặc tính kinh tế, đặc tính văn hoá của hoạt động xuất bản. Trong đó, đặc tính chính trị, đặc tính văn hoá là đặc trưng cơ bản.

Trần Văn Hải (2007), *Lý luận nghiệp vụ xuất bản (tập 1)*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội. Tác giả cũng không đưa ra khái niệm về hiệu quả nhưng đề cập đến bản chất truyền thông của hoạt động xuất bản, các tính chất quan trọng và mối quan hệ biện chứng giữa các tính chất đó với các lĩnh vực đời sống chính trị, đời sống kinh tế và đời sống văn hóa.

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. 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.

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 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. Tác giả cho rằng, 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.

Nhìn chung, quan điểm các tác giả tương đối thống nhất khi cho rằng hoạt động xuất bản không phải là hoạt động mang tính kinh tế đơn thuần, mà là hoạt động truyền bá văn hoá, hoạt động mang tính xã hội rộng rãi. Đặc tính của hoạt động xuất bản quyết định mục đích xuất bản, hiệu quả xuất bản.

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. Tình hình xuất bản các quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập và số hóa đang trở thành xu hướng chủ đạo chi phối toàn ngành xuất bản. Là một bộ phận của xuất bản sách, xuất bản sách chính trị chịu sự chi phối của diễn tiến xuất bản chung của quốc gia, khu vực. Các công trình nghiên cứu về xuất bản các quốc gia có giá trị lý luận và thực tiễn để tác giả tham khảo trong quá trình triển khai luận án.

Robert E. Baensch (2003), *The Publishing in China (Ngành công nghiệp xuất bản ở Trung Quốc)*, Routledge Publishers, New York. Nhóm tác giả nghiên cứu về xu hướng ngành xuất bản nước này khi Trung Quốc gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO với 3 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 cơ hội phát triển của giáo dục và đào tạo chuyên nghiệp ngành xuất bản.

Trần Hân (2013), *Luận đàm về ngành xuất bản Trung Quốc*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. Tác giả tập trung nghiên cứu những vấn đề cốt yếu của ngành xuất bản Trung Quốc trong bối cảnh mới, như 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; 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.

Emma House (2013), *Challenges Facing the UK Book Industry (Đối mặt 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 ở Vương quốc Anh đang đối mặt, cũng như những cơ hội mới trước sự phát triển công nghệ kỹ thuật số, đó là sự cạnh tranh với trò chơi tiêu khiển, sự đe dọa của vi phạm bản quyền, cạnh tranh với nguồn thông tin miễn phí. Tác giả cho rằng, động lực phát triển của xuất bản là giá trị xã hội của xuất bản.

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. Tác giả thực hiện 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 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.

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

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. Đề 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 và đánh giá thực trạng trên quan điểm trên.

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. 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.

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 phân tích làm rõ đặc điểm của xuất bản sách lý luận, chính trị trong cơ chế thị trường. Cái khó của xuất bản tìm ra cách thức kết hợp hài hoà 3 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.

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. Dựa trên kết quả khảo cứu về nhu cầu và thực trạng phù hợp với cán bộ cơ sở, đề tài xác định các nhóm sách chính cần xuất bản 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”, sinh hoạt chính trị của Đảng và Nhà nước.

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.

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. 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.

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. Tác giả cho rằng, tác động của cách mạng 4.0 đối xuất bản sách 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 tương mới mới. Bên cạnh những 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 trên cả phương diện và thực tiễn.

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. 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 mạnh 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.

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 nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách lý luận, chính trị như chất lượng sách phải đi liền với hiệu quả, nội dung sách lý luận, sách chính trị không chỉ bó hẹp trong phạm vi chính trị thuần túy, quan tâm đến người tiếp nhận. Xu hướng vận động xuất bản có cả tiêu cực và tích cực, nhưng xuất bản sách lý luận, chính trị luôn tự đặt hai nhiệm vụ kép, vừa định hướng tư tưởng lý luận, chính trị vừa có khả năng đáp ứng nhu cầu của độc giả.

Nguyễn Viết 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. Trên cơ sở khẳng định ý nghĩa đặc biệt quan trọng của cuộc đấu tranh phê phán các quan điểm sai trái, thù địch, tác giả đã chỉ ra các điểm hạn chế. 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 cần đa dạng gồm sách giấy và sách điện tử.

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, như 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. 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.

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. Tác giả cho rằng, 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 mà nội dung từng cuốn sách đem lại, phục vụ hiệu quả cho công tác tư tưởng.

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.

1.3. Đánh giá chung về vấn đề đã được nghiên cứu và những vấn đề tiếp tục được nghiên cứu, làm rõ

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

Thứ nhất, về vấn đề lý luận về hiệu quả xuất bản. Các công trình nghiên cứu lý luận xuất bản, lý luận nghiệp vụ xuất bản của các học giả trong nước và ngoài nước đã giải quyết được những vấn đề cốt lõi của lý luận hiệu quả xuất bản. Các công trình góp phần làm rõ 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 vốn có của xuất bản. Đối với nghiên cứu làm rõ khái niệm, đặc trưng và tiêu chí về hiệu quả xuất bản, quan điểm các học giả khá đồng nhất khi cho rằng hiệu quả xã hội và hiệu quả là hai mặt của hoạt động xuất bản nhưng không thể tách rời. Bên cạnh đó, một số công trình nghiên cứu của học giả Trung Quốc đề xuất tiêu chí định lượng về hiệu quả xuất bản của xuất bản sách gắn với yêu cầu của môi trường xuất bản. Các công trình nghiên cứu trên là cơ sở để NCS kế thừa nghiên cứu hiệu quả xuất bản sách chính trị phù hợp điều kiện Việt Nam.

Thứ hai, về lý luận và thực tiễn xuất bản sách chính trị, 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 của 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 sự thay đổi bối cảnh quốc tế; (3) Nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất bản sách chính trị trong điều kiện kinh tế thị trường.

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, cơ sở chính trị, pháp lý và thực tiễn của xuất bản sách chính trị trong bối cảnh hội nhập quốc tế; *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, hệ thống tiêu chí và thang đo lường hiệu quả xuất bản sách chính trị; *Thứ ba*, phân tích tác động của bối cảnh hội nhập quốc tế đến hiệu quả xuất bản sách chính trị; *Thứ tư*, phân tích 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. NCS nhận thấy, **“Hiệu quả Xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế”** là đề tài cấp thiết, đóng góp đối với lý luận và thực tiễn xuất bản sách chính trị. Luận án đã xác định một hướng đi riêng, không trùng lặp với các công trình được nghiên cứu trước đây.

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

- 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 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”. 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. 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.

- *Khái niệm sách chính trị*: Sách chính trị, tiếng Anh - Politics Book, tiếng Trung - 政治书 là loại sách phản ánh tập trung các tri thức chính trị, khác biệt so với các loại sách khác. 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... 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, 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 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: (1) 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; (2) 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; (3) Sách chính trị phản ánh hiện thực chính trị bằng tư duy khoa học, logic; (4) 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 thể đến độc giả phổ thông ở mọi lứa tuổi, trình độ, nghề nghiệp.

Là sản phẩm hàng hoá, sách chính trị mang đặc điểm sau: (1) Sách chính trị là hàng hóa đặc biệt, 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; (2) Sách chính trị có tính cá biệt cao. 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; (3) Cầu sách chính trị ít phụ thuộc vào yếu tố giá cả. 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 chính trị, trình độ dân trí, ý thức chính trị,...

2.1.1.3. Phân loại sách chính trị

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 phân lớp chính và chi tiết phân lớp. Sách chính trị gồm các phân lớp chính sau đây: (1) Kinh điển về chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh; (2) Lý luận chính trị; (3) Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước; (4) Các tổ chức chính trị xã hội (Thanh niên, Phụ nữ, Nông dân...), (5) Chính trị Việt Nam, (6) Chính trị thế giới, (7) Ngoại giao và quan hệ quốc tế; (8) 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 tương đồng với các loại sách lý luận, chính trị được đề cập đến trong Chỉ thị, Nghị quyết, Quy hoạch phát triển ngành Xuất bản-In-Phát hành của Đảng và Nhà nước. Đây là cơ sở để NCS tiến hành 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

Khái niệm xuất bản sách chính trị: Xuất bản 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 hoạt động của các chủ thể tham gia vào quá trình từ biên soạn đến biên tập, in và phát hành đến với công chúng. 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 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

Nghiên cứu về tính chất của xuất bản sách chính trị nhằm làm nổi bật tính chất đặc trưng chủ đạo, coi đó là cơ sở, định hướng thực hiện xuất bản sách chính trị theo đúng quy luật của nó trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. 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. 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 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. 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. Tính văn hóa là thuộc tính cơ bản, phân biệt hoạt động xuất bản với hoạt động kinh tế nói chung.

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. Quá trình phổ biến sách chính trị vừa là quá trình truyền bá tư tưởng cũng là quá trình phổ biến văn hóa. Quá trình tiêu dùng sách chính trị là một quá trình tiêu dùng văn hóa.

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. 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. Tính kinh tế thể hiện mục đích sản xuất, trong hạch toán chi phí quá trình xuất bản, trong quá trình lưu thông, phân phối.

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

2.1.3.1. Cơ sở chính trị

Trong bối cảnh hội nhập, quan điểm chỉ đạo đối với xuất bản tác động toàn diện hoạt động xuất bản, là thước đo để đánh giá hiệu quả xuất bản. Quan điểm của Đảng đối với xuất bản thể hiện tập trung ở các điểm sau: (1) 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; (2) 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; (3) 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; (4) Xuất bản sách chính trị coi trọng nhiệm vụ văn hóa, tư tưởng, đồng thời thực hiện nhiệm vụ kinh doanh. Nhìn chung, quan điểm chỉ đạo của Đảng xuyên suốt qua các văn kiện thể hiện định hướng chiến lược phát triển hoạt động xuất bản trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. Xuất bản được nhìn nhận toàn diện trên các phương diện chính trị, văn hóa và kinh tế.

2.1.3.2. Cơ sở pháp lý

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. *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, huy động lực lượng tham gia xuất bản. 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”, 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” quy định cụ thể về xuất bản sách chính trị từ nguồn ngân sách nhà nước. *Thứ ba*, quy định mô hình hoạt động NXB như 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”, 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. *Thứ tư*, quy định liên quan đến biên tập, xuất bản sách chính trị, như quy định về nội dung bị cấm trong xuất bản, những vấn đề nhạy cảm, phức tạp, vấn đề bảo vệ bí mật nhà nước; vấn đề trả thù lao, nhuận bút cho tác giả, dịch giả...

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, hiệu quả xuất bản, hiệu quả xuất bản sách chính trị

- *Khái niệm hiệu quả*: Trong tiếng La tinh, thuật ngữ hiệu quả là effectus nghĩa là chỉ kết quả của hành động. 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.

- *Khái niệm hiệu quả xuất bản*: Nội hàm khái niệm hiệu quả thường đề cập mối tương quan giữa mục đích, mục tiêu, kết quả, lợi ích và chi phí. 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.

- *Khái niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị*: Từ tính đặc thù của xuất bản sách chính trị, có thể hiểu quan niệm hiệu quả xuất bản sách chính trị như sau: Hiệu quả xuất bản sách chính trị 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 nhằm góp phần truyền bá hệ tư tưởng, giáo dục các tri thức 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.

2.2.2.2. Phân loại hiệu quả xuất bản sách chính trị

Căn cứ trên 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. (1) Hiệu quả chính trị là kết quả đạt được của mục tiêu chính trị, mức độ hay khả năng định hướng chính trị, tư tưởng của công chúng. 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. Hiệu quả chính trị là loại hiệu quả trực tiếp nhất của xuất bản sách chính trị gắn với mục tiêu của xuất bản sách (2) 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. 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. (3) Hiệu quả kinh tế phản ánh tổng quát sự tương quan giữa vốn đầu tư hoặc chi phí với kết quả sản xuất, mang lại lợi nhuận cho đơn vị xuất bản, đóng góp vào ngân sách Nhà nước.

Mối quan hệ giữa hiệu quả chính trị, xã hội và hiệu quả kinh tế của xuất bản nói chung, xuất bản sách chính trị nói riêng rất phức tạp. 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 có 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. *Thứ hai*, hiệu quả xã hội hỗ trợ, thúc đẩy hiệu quả chính trị. *Thứ ba*, hiệu quả kinh tế phương tiện thực hiện hiệu quả chính trị, hiệu quả 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

Mô hình truyền thông B. Westley và M. McLean được tham khảo để 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 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 và chủ thể độc giả, chủ thể nhà xuất bản có các vị trí và vai trò khác nhau trong hệ thống, trong đó một bên luôn đóng vai trò chủ đạo, các bên còn lại bị hạn chế. 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 NCS thực hiện đánh giá hiệu quả xuất bản sách chính trị.

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

Trên cơ sở lý luận và quan điểm đã phân tích ở trên, kết hợp định tính và định lượng và quan điểm định hướng về xuất bản nói chung, xuất bản sách chính trị nói riêng, có tham khảo về tiêu chí đánh giá hiệu quả xuất bản của học giả trong và ngoài nước, NCS xây dựng lựa chọn 3 tiêu chí cấp một, 15 tiêu chí cấp hai đánh giá về hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam với thang đo tương ứng.

Tiêu chí 1 - Mức độ định hướng tư tưởng chính trị gồm các chỉ số: (1) Cơ cấu sách chính trị xuất bản, (2) Cơ cấu sách chính trị trọng điểm; (3) Cơ cấu sách dịch chính trị. Tiêu chí 2 - Mức độ ảnh hưởng thị trường gồm các chỉ số: (1) Tổng lượng sách chính trị được xuất bản, (2) Chủng loại sách chính trị được xuất bản; (3) Tỷ lệ sách tái bản; (4) Kênh phát hành; (5) Chi phí, giá sách và doanh thu, (6) Sách chính trị đạt giải thưởng. Tiêu chí 3 - Mức độ phản hồi của độc giả gồm các chỉ số: (1) Mức độ tiếp cận với

sách chính trị; (2) Mức độ hài lòng đối với sách chính trị; (3) Mức độ đáp ứng nhu cầu của độc giả; (4) Mức độ nhận thức của độc giả; (5) Mức độ giới thiệu, lan toả thông tin; (6) Mức độ phản hồi thông tin đối với đơn vị xuất bản.

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.

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

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. 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 hợp tác, thực hiện dự án chung; (3) Xây dựng luật lệ, chuẩn mực chung. 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 bối cảnh hội nhập quốc tế đến hiệu quả xuất bản sách chính trị

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 gìn, bảo vệ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của quốc gia, dân tộc, cũng như đặt yêu cầu đối với bảo vệ Tổ quốc, bảo vệ nền tảng tư tưởng, giữ vững định hướng. Về tác động tích cực: (1) Bối cảnh chính trị rõ nét định hướng mục tiêu, nội dung của xuất bản sách chính trị; (2) Kinh tế thị trường tạo sự chuyên biến tích cực của xuất bản sách chính trị; (3) Cách mạng khoa học, công nghệ thúc đẩy thay đổi về chất phương thức xuất bản sách chính trị; (4) Môi trường quốc tế thân thiện, thúc đẩy các quan hệ hợp tác xuất bản. Về tác động tiêu cực: (1) Cuộc đấu tranh ý thức hệ tiếp tục diễn biến phức tạp, các thế lực thù địch chống phá, gây tiêu cực trên lĩnh vực chính trị, tư tưởng, văn hoá, văn nghệ là thách thức lớn với cuộc đấu tranh tư tưởng và nhiệm vụ cần kíp của xuất bản sách; (2) Sự thay đổi nhu cầu đọc làm suy giảm khả năng tiếp cận độc giả của sách chính trị tạo nên nguy cơ đe dọa đến sự ảnh hưởng của sách chính trị trong công chúng; (3) Sự xuất hiện nhiều xuất bản phẩm có khả năng thay thế khiến sách chính trị ở vào vị thế “yếu”; (4) Vi phạm quyền tác giả ngày càng tinh vi, nghiêm trọng.

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. Hiện nay, Hoa Kỳ có khoảng 60.000 cơ sở xuất bản. 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. Theo thống kê của Thư viện Quốc hội Mỹ, sách chính trị có 12 lớp và 180 phân lớp, nội dung đa dạng về chính trị, lịch sử, ngoại giao, quan hệ quốc tế. Sách chính trị phổ biến ở dạng sách giấy truyền thống và sách điện tử phổ biến trên Amazon Kindle và kênh điện tử khác. Về chế độ quản lý xuất bản, Chính phủ Hoa Kỳ không trực tiếp can dự vào hoạt động xuất bản. Quản lý xuất bản bằng pháp luật là công cụ hiệu quả, với 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. Chính

phủ hỗ trợ xuất bản vì mục tiêu chính trị. Cơ quan Thông tin Hoa Kỳ có vai trò trong thúc đẩy truyền thông xuất bản, đồng thời đại diện Chính phủ liên hệ hỗ trợ các nhà xuất bản tham gia vào “Lực lượng đặc nhiệm xúc tiến sách ở nước ngoài”.

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. Sự tăng trưởng kinh tế, tiêu dùng của Trung Quốc đã thúc đẩy sự mở rộng thị trường sách. Tính đến năm 2022, toàn 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 chính là xuất bản nhà nước và xuất bản tư nhân. 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. 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 - sách kinh điển chủ nghĩa Mác, Lênin; sách lãnh tụ Đảng, Nhà nước; sách nghiên cứu về chủ nghĩa Mác-Lênin, hệ thống lý luận về chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc; sách văn kiện đảng, xây dựng Đảng, tổ chức Đảng, lịch sử đảng, tư tưởng chính trị; sách chính trị đại chúng; sách chính trị học thuật. Phân phối sách tại kênh phát hành sách chuyên biệt và kênh điện tử có tác động tích cực.

Quan điểm, chính sách và thực tiễn quản lý đối với công tác xuất bản, chế độ quản lý xuất bản Trung Quốc nổi bật ở các điểm sau: (1) Một, công tác xuất bản vì nhân dân phục vụ, vì xã hội chủ nghĩa phục vụ; (2) Hai, đặt lợi ích xã hội lên hàng đầu, kết hợp lợi ích xã hội với lợi ích kinh tế. (3) Ba, chất lượng đặt lên hàng đầu. Kinh tế thị trường là nền kinh tế pháp trị, chỉ có dựa trên các quy định của pháp luật; (4) Bốn, kiên trì đi trên con đường cải cách đổi mới, thúc đẩy xuất bản hướng ngoại. 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 của ngành xuất bản Trung Quốc 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: (1) Thứ nhất, đảm bảo hài hòa hiệu quả văn hóa, xã hội và hiệu quả chính trị trong xuất bản; (2) 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. (3) Thứ ba, luôn đề cao chính sách xuất bản “hướng ngoại”.

Chương 3. HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM - THỰC TRẠNG, NGUYÊN NHÂN VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

3.1. KHÁI QUÁT VỀ CÁC ĐƠN VỊ ĐƯỢC KHẢO SÁT

NXB Chính trị Quốc gia Sự thật là đơn vị sự nghiệp cấp trung ương, có chức năng là cơ quan xuất bản chính trị của Đảng và Nhà nước, hoạt động theo Luật Xuất bản. Nhằm đáp ứng nhu cầu, nhiệm vụ thời kỳ mới, tăng cường công tác chính trị, tư tưởng của Đảng và Nhà nước.

- *NXB Lý luận chính trị* trực thuộc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, 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.

- *NXB Quân đội nhân dân* là nhà xuất bản xuất bản tổng hợp, chuyên ngành về quân sự của Đảng ủy Quân sự Trung ương và Bộ Quốc phòng. NXB tập trung xuất bản các loại sách kinh điển và lý luận quân sự; khoa học kỹ thuật quân sự; lịch sử, hồi ký quân sự, điều lệ, điều lệnh và chính sách quân đội; sách hướng dẫn nghiệp vụ các lực lượng vũ trang; sách giáo khoa, giáo trình, tài liệu giảng dạy, bồi dưỡng quân sự trong nhà trường, tài liệu giáo dục nhân dân về an ninh quốc phòng; các thể loại văn học nghệ thuật, lịch sử, tôn giáo, các sách nghiên cứu tham khảo về chống diễn biến hòa bình, phản bác các

thể lực phản động, thù địch.

NXB Công an nhân dân là nhà xuất bản 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; xuất bản các loại sách phục vụ công tác công an, sách hướng dẫn nghiệp vụ, thi hành pháp luật; sách giáo trình, tham khảo phục vụ công tác giảng dạy, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ chiến sĩ công an.

NXB Thông tin và Truyền thông là nhà xuất bản trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông. NXB xuất bản nhiều đầu sách ở nhiều lĩnh vực sách chính trị-pháp luật, sách thông tin đối ngoại của Đảng và Nhà nước; sách khoa học-công nghệ, kinh tế; sách giới thiệu các công trình khoa học trong và ngoài nước về thông tin và truyền thông; sách giáo trình, sách tra cứu, sách tham khảo dùng cho các bậc học phổ thông;... Năm 2016, NXB chính thức hoạt động xuất bản điện tử.

3.2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TẠI CÁC ĐƠN VỊ KHẢO SÁT

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

- *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, Chính phủ Trung ương, 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. Khảo sát về số lượng và chủng loại sách chính trị xuất bản tại Việt Nam cho thấy, cơ cấu sách chính trị gồm 8 loại chính: Nghiên cứu về C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh, Lý luận chính trị và thực tiễn chính trị Việt Nam, 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; Phán bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

- *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 Căn cứ kết quả khảo sát, cơ cấu sách trọng điểm tập trung tại 5 ĐVKS trong 5 năm (2018-2022) tập trung vào 4 thể loại chính với tỷ lệ khác nhau. Chiếm 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 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.

- *Cơ cấu xuất bản sách dịch chính trị*: Khảo sát tại các ĐVKS cho kết quả như sau: số đầu sách dịch xuôi và dịch ngược chiếm tỷ lệ 4% trên tổng đầu sách chính trị. Sách dịch xuôi chính trị chiếm tỷ lệ 1,4% 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, Trung,... Công tác xuất bản tập trung vào các nhiệm vụ trọng điểm.

3.2.2. Về tiêu chí mức độ ảnh hưởng thị trường

- *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.

Về số lượng đầu sách xuất bản: Tính đến năm 2022, cả nước có 57 NXB, hơn 2/3 các nhà xuất bản tham gia xuất bản sách chính trị và sách pháp luật. 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 là NXB Chính trị quốc gia Sự thật chiếm tỷ trọng 48%, NXB Lý luận chính trị chiếm tỷ trọng 16%, NXB Quân đội nhân dân chiếm tỷ trọng 20%. Bên cạnh đó, các nhà NXB Công an nhân dân, NXB Thông tin và Truyền thông đóng góp tỷ trọng thường xuyên khoảng 8% số lượng sách chính trị xuất bản.

Về số lượng sách phát hành: Số lượng phát hành là số lượng sách lưu thông trên thị trường, sẵn sàng đưa đến tay độc giả thể hiện qua số lượng bản in. 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 và 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. Số lượng xuất bản phản ánh năng lực xuất bản của mỗi ĐVXB cũng như nhu cầu xã hội đối với sách chính trị.

- *Chủng loại sách chính trị xuất bản:* Chỉ số này phản ánh tính *tính cá biệt của sách chính trị*. 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 8 loại sách chính với các phân lớp nhỏ gắn với nhiệm vụ chính trị, xã hội của công tác xuất bản. Sách nghiên cứu về C.Mác, Ph.Ăngghen, V.I.Lênin, Hồ Chí Minh chiếm 11,7%. (2) Sách lý luận chính trị chiếm 2% (3) Sách về Đảng Cộng sản Việt Nam và Đảng Cộng sản các nước chiếm 27,9% (4) Sách về các tổ chức chính trị-xã hội (Mặt trận Tổ quốc, Hội Nông dân, Hội Phụ Nữ, Đoàn Thanh niên) chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong loại sách chính trị, chỉ khoảng 1,2% sách xuất bản. (5) Sách Chính trị Việt Nam chiếm 4,3; (6) Sách Chính trị thế giới chiếm 5,1 (7) Sách ngoại giao và quan hệ quốc tế: Dòng sách chiếm 5,3 (8) Sách bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng: Sách chuyên khảo về bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, chiếm tỷ trọng 2,8%.

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. Số nhà xuất bản tham gia vào xuất bản điện tử từ năm 2018 chỉ có 2 nhà xuất bản, đến năm 2022 đã có 19/54 NXB - chiếm tỷ lệ 33,4% NXB được xác nhận đăng ký xuất bản điện tử. Các NXB đi tiên phong trong xuất bản sản phẩm điện tử là các nhà xuất bản chính trị, như NXB Thông tin và Truyền thông (2016), NXB Quân đội nhân dân (2019), NXB Chính trị quốc gia Sự thật (2020). 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, xbdnd.vn... Các từ sách điện tử trọng tâm như: Từ sách bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; Từ sách Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh; Từ sách thanh niên học và làm theo lời Bác; Từ sách chỉ bộ điện tử...

- *Tỷ lệ sách tái bản:* 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 mảng sách giáo trình, tài liệu học tập, tham khảo sách về học tập đạo đức và tư tưởng Hồ Chí Minh. Đây là mảng sách chính trị trọng điểm, phục vụ mục tiêu giáo dục chính trị, tư tưởng

- *Kênh phát hành:* 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 xuất bản 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. Chỉ số này phản ánh số lượng kênh phát hành thường xuyên để tổ chức lưu thông, phân phối sách trên thị trường. Kết quả khảo sát của tác giả tại 5 ĐVXB cho thấy, các đơn vị tổ chức kênh phân phối nội bộ (kênh ngắn) và kênh phân phối thương mại trên thị trường (website điện tử, sàn TMĐT).

- *Chi phí và doanh thu:* Chi phí xuất bản bao gồm tổng thể các hao phí vật chất và tinh thần, được lượng hoá, bao gồm: Chi phí chung cho toàn bộ hoạt động sản xuất (chi phí quản lý, chi phí khấu hao tài sản cố định) và chi phí cho từng tit sách (chi phí nhuận bút, nhuận 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, phát hành). Trên thị trường, chi phí biểu hiện thông qua giá cả. Xét về giá trị, giá cả sách chính trị không tương xứng với giá trị. Tuy nhiên, sách chính trị có định giá tương thấp so với các loại sách khác. 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.

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 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. Các nguồn thu chính của các NXB từ xuất bản và kinh doanh các loại sách. 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%. Điều đó cho thấy NXB đã từng bước chuyển đổi và thích nghi với kinh tế thị trường.

- 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. Trong những năm 2018-2022, trung bình mỗi năm 2-3 đầu sách chính trị đạt giải thưởng sách hay, sách đẹp.

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

- *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 đối tượng bạn đọc.

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.

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. Chỉ số khảo sát 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).

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 hành vi, 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.

- *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. Mức độ hài lòng về nội dung là một nội dung cơ bản để đánh giá mức độ hài lòng của độc 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. 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). Mức độ hài lòng về hình thức sách chính trị: ĐVXB trong quá trình xuất bản, tiêu thụ sách trên thị trường không chỉ phải chú trọng đến chất lượng bên trong mà còn phải chú trọng đến cả hình thức thể hiện của nó. Đánh giá 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.

- *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 học tập, tìm kiếm tri thức: 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. Nhu cầu nghiên cứu: 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. Nhu cầu ứng dụng trong thực tế: 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. Nhu cầu nắm bắt thông tin 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%. Trong đó, 23,9% độc giả lựa chọn thường đọc sách nghiệp vụ/kỹ năng. Nhu cầu thẩm mỹ: Đánh giá của độc giả về nhu cầu thẩm mỹ tương đối thấp với mức điểm dưới 3 với 43,7% Không hài lòng. Nhu cầu giải trí: đánh giá của độc giả ở nhu cầu này cũng không cao. Đánh giá của độc giả về nhu cầu thẩm mỹ tương đối thấp với mức điểm dưới 2 với 74% Không hài lòng.

- *Mức độ nhận thức của độc giả*: Nhận thức của độc giả được đánh giá trên hai bình diện cơ bản là kiến thức và niềm tin.

Về kiến thức: 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, vai trò, 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, cho biết sách chính trị có tác động đến sự hình thành kiến thức chính trị của độc giả.

Về niềm tin: 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, tác giả triển khai khảo sát ở các nội dung: (1) Sự tin tưởng vào hệ tư tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin, 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. 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 0,912 cho phép cho thấy mức độ tác động với sự hình thành niềm tin chính trị của độc giả.

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

- Kết quả đạt được: Từ kết quả khảo sát, phân tích thực trạng hiệu quả xuất bản sách chính trị qua các 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. Cơ cấu sách dịch hàng năm cho thấy mức độ truyền thông quốc tế của sách chính trị được chú trọng thúc đẩy, 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.

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. Số lượng sách chính trị 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. Chúng loại sách chính trị có sự phân lớp tương đối nhỏ, đa dạng. Mỗi dòng sách có 3 đến 10 phân lớp. 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 và là một trong các đơn vị dẫn đầu về xuất bản sách điện tử. Tỷ lệ sách tái bản chiếm một tỷ lệ nhất định và tập trung vào một số đầu sách nhất định, chủ yếu là các sách tham khảo, sách giáo trình, và tài liệu học tập. Kênh phát hành đã có cải thiện đáng kể khi bước đầu phát triển 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. Doanh thu có sự tăng trưởng tốt.

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.

- 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: (1) 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. (2) 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. (3) Ba là, trình độ học vấn của độc giả sách chính trị ngày càng cao.

3.3.1.1. Hạn chế và nguyên nhân

- 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. Sự giới hạn thị trường của xuất bản sách chính trị thể hiện ở điểm sau: (1) Sự giới hạn về nguồn lực tham gia xuất bản sách chính trị; (3) giới hạn về nguồn lực xuất bản tại chính các ĐVXB; giới hạn thị trường trong nước chỉ ở một số bộ phận độc giả, kết nối thị trường ngoài nước còn hạn chế. *Thứ hai, mức độ ảnh hưởng thị trường còn yếu*, thể hiện ở điểm sau: (1) 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; (2) Tỷ lệ sách tái bản còn thấp, chủ yếu là sách tham khảo, giáo trình và tài liệu học tập; (3) Kênh phát hành sách và năng lực phát hành sách còn có sự chênh lệch khá lớn giữa các ĐVXB; (4) Tồn tại vấn đề chi phí và doanh thu về sách chính trị. 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. Vì vậy, doanh thu và lợi nhuận của sách chính trị chưa cao. *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. Kết quả khảo sát cho thấy mức độ phản hồi của độc giả sách chính trị cho thấy: (1) Tỷ lệ độc giả tiếp cận sách chính trị không đồng nhất. Sự quan tâm của độc giả đối với sách chính trị không đồng nhất ở các đối tượng. (2) Hành vi đọc sách không thường xuyên, độc giả độc giả sách chính trị lựa chọn cách đọc nhanh, kiếm tìm thông tin cần thiết. (3) Đa phần độc giả chưa hài lòng với ngôn ngữ diễn đạt, trình bày.

- Nguyên nhân của hạn chế: Một là, nguyên nhân từ phương diện lãnh đạo, quản lý nhà nước về xuất bản sách chính trị. 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. 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. 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.

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:

Một, mâu thuẫn giữa thực hiện 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. Thực trạng xuất bản sách chính trị đặt ra các vấn đề cần giải quyết: (1) Vấn đề huy động các nguồn lực tham gia xuất bản sách chính trị, gia tăng khả năng tiếp cận thị trường; (2) 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; (3) 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 Việt Nam.

Hai, mâu thuẫn giữa mục tiêu kinh tế của xuất bản với đòi hỏi của sản xuất trong điều kiện kinh tế thị trường. Xuất bản sách chính trị vẫn mang bản chất chính trị trực tiếp. 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...

Ba, mâu thuẫn giữa mục tiêu nâng cao nhận thức của độc giả với khả năng tiếp cận với 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. Từ thực trạng khảo sát cho thấy, độc giả sách chính trị có những đặc điểm chuyên biệt, như: (1) Độc giả sách chính trị có tính phân tầng tương đối rõ nét; (2) Độc giả yêu cầu về tính mới mẻ về nội dung và hình thức. độc giả có thói quen kiểm tìm sự tiện lợi khi tiêu dùng sách chính trị; (3) Độc giả bị động tiếp nhận và ít có sự phản hồi với ĐVXB. 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.

Chương 4. YÊU CẦU, QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT BẢN SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

4.1. YÊU CẦU 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. Hai, từng bước thích nghi với quy luật kinh tế thị trường, nâng cao hiệu quả kinh tế. 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. 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. Đây cũng là cơ sở khách quan để Nhà nước cần quan tâm, đầu tư cho sách chính trị.

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. 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. *Thứ hai*, xuất bản sách chính trị cần được xác định nhiệm vụ trọng tâm của toàn hệ thống xuất bản. *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.

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

Hiệu quả xuất bản sách chính trị kết quả của mối quan hệ giữa các chủ thể Đảng, Nhà nước, nhà xuất bản và độc giả. 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. Giải quyết vấn đề, chuyển hóa mâu thuẫn là chìa khóa nâng cao hiệu quả xuất bản sách chính trị ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay.

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

4.3.1.1. Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng

Sự lãnh đạo, định hướng của Đảng là yếu tố cơ bản quyết định tính hiệu quả của xuất bản sách chính trị. Vì vậy, trong thực tiễn công tác xuất bản sách chính trị, tăng cường sự lãnh đạo của Đảng bằng các giải pháp sau: *Thứ nhất*, hiện thực định hướng của Đảng đối với hoạt động xuất bản sách chính trị. *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. *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.

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. 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. Cụ thể như: *Thứ nhất*, cần thay đổi đột phá về mô hình và tổ chức lực lượng xuất bản sách chính trị. *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. *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. *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. *Thứ tư*, có chính sách ưu tiên đầu tư cho xuất bản sách chính trị. *Thứ năm*, đổi mới chính sách đãi ngộ, bồi dưỡng, đào tạo nhân lực xuất bản sách chính trị.

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

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). Các giải pháp cơ bản về nghiệp vụ xuất bản như:

4.3.2.1. Quản trị kế hoạch đề tài bằng bảng hình thức, phương pháp khoa học

Kế hoạch đề tài phản ánh tầm nhìn, tư tưởng của người biên tập và NXB. 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 hiệu quả các nguồn lực hiện có.

Một, cần phân loại đề tài. Đối với đề tài trọng điểm phục vụ nhiệm vụ chính trị, cần phải thay đổi tư duy, đổi mới phương thức lựa chọn đề tài theo nguyên tắc sau: Nguyên tắc thanh lọc yêu cầu ĐVXB cần phải lựa chọn đề tài nổi bật, bám sát chỉ đạo và thực tiễn chính trị đất nước; Nguyên tắc chuyên biệt 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; Nguyên tắc tiện dụng yêu cầu tính hiệu quả và sức sống lâu dài của đề tài. 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. 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. (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. (3) Chú trọng tính liên tục và kế thừa của cơ cấu đề tài. (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 các đầu 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.

4.3.2.2. Quản trị nguồn bản thảo theo định hướng 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. 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. *Hai là*, bảo đảm công việc, thu nhập thường xuyên cho ĐVXB. *Ba là*, quản trị tốt nguồn bản thảo mới và nguồn bản thảo tái bản.

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. Giải pháp cụ thể như sau: *Một*, ĐVXB cần phải xây dựng kho dữ liệu cộng tác viên. *Hai*, ĐVXB cần phải xây dựng đội ngũ cộng tác viên đông đảo, đa dạng bao gồm cộng tác viên tác giả, cộng tác viên biên tập viên, cộng tác viên phê bình, giới thiệu sách, cộng tác viên kỹ, mỹ thuật công nghệ. *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. *Năm*, xây dựng quan hệ gắn bó thân thiết với cộng tác viên.

4.3.2.4. Nâng cao chất lượng, 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 thỏa mãn yêu cầu của độc giả, đổi mới thiết kế trình bày, hình thức sách là hoàn toàn cần thiết. 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: Một là, nâng cao tính thẩm mỹ cho sách chính trị. Hai là, nâng cao tính tiện dụng cho sách chính trị.

4.3.2.5. Đẩy mạnh truyền thông phát hành sách, xây dựng thương hiệu của ĐVXB

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 thống theo kênh dài, kênh ngắn với mạng lưới phân phối diện rộng. *Thứ hai*, phát triển kênh phân phối thương mại điện tử. *Thứ ba*, đẩy mạnh truyền thông (truyền hình, báo, tạp chí, webiste, mạng xã hội,...) nhằm quảng bá và gia tăng tương tác bằng các công cụ quảng cáo.

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

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. 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. Việc xây dựng đội ngũ xuất bản cần được đổi mới từ các khía cạnh sau: (1) 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. (2) Thực hiện bồi dưỡng đối với đội ngũ cán bộ ĐVXB với các hình thức như: Tập huấn đối với cán bộ, biên tập mới; Bồi dưỡng kiến thức chuyên môn về nghiệp vụ xuất bản định kỳ; Hội thảo, tọa đàm trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ kiến thức với đối tác trong và ngoài nước; Cử cán bộ học tập ngắn hạn ở nước ngoài; Bồi dưỡng ngoại ngữ, tin học cho BTV. (3) 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.

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. 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. Vì vậy, nâng cao hiệu quả tiếp nhận từ độc giả cần thực hiện các giải pháp.

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*

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*

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. 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. Thứ ba, giáo dục lý luận chính trị cần đặc biệt chú ý đối với thế hệ trẻ.

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. 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. 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.

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, nội dung 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, 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. Đề 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 được làm rõ như sách chính trị, xuất bản sách chính trị, hiệu quả xuất bản sách chính trị được làm rõ về nội hàm; phân tích các tính chất đặc trưng của xuất bản sách chính trị và cơ sở chính trị, pháp lý của xuất bản sách chính trị; đề xuất mô hình lý thuyết nghiên cứu và các tiêu chí nghiên cứu 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 15 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 ngược. 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 đi 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. Từ thực trạng khảo sát, luận án đánh giá, 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, đưa 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, trong đó nâng cao hiệu quả chính trị vẫn là mục tiêu cơ bản của xuất bản sách chính trị. Yêu cầu đặt ra, đó là cần khắc phục hạn chế, nâng cao hiệu quả chính trị, từng bước 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. Sự phát triển xuất bản sách chính trị không thể nằm ngoài xu thế chung của ngành xuất bản Việt Nam và thế giới. 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 NGHIÊN CỨU 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 8/2022.