

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA PHÁT HÀNH XUẤT BẢN PHẨM**

အလှလှလှလှ 📖 လှလှလှလှ



**HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT XUẤT BẢN SÁCH VĂN
HỌC DỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA
VÀ TRUYỀN THÔNG NHẢ NAM TRONG HAI
NĂM 2007 - 2008**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : Ths. PHAN TUYẾT NGA

SINH VIÊN THỰC HIỆN : LÊ THỊ HẢI YẾN

LỚP : PHXBP 24B

NIÊN KHÓA : 2005 – 2009

HÀ NỘI - 2009

MỤC LỤC

MỤC LỤC LỜI NÓI ĐẦU.....	2
LỜI NÓI ĐẦU	3
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	3
2. Mục đích của đề tài.....	4
3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.....	5
4. Phương pháp nghiên cứu.....	5
5. Bố cục đề tài.....	6
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ LIÊN KẾT TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN Ở VIỆT NAM HIỆN NAY.....	7
1. Hoạt động liên kết xuất bản trong thời kỳ hội nhập.....	7
1.1. Khái niệm và nội dung về liên kết xuất bản trong Luật xuất bản sửa đổi và bổ sung năm 2008.....	7
1.2. Tổng quan chung về liên kết xuất bản trong hai năm 2007-2008.....	8
2. Tổng quan về sách văn học dịch trong hai năm 2007- 2008.....	10
3. Ý nghĩa của hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch.....	13
3.1. Liên kết xuất bản sách văn học dịch góp phần xã hội hóa hoạt động xuất bản... ..	13
3.2. Liên kết xuất bản văn học dịch mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội cho các doanh nghiệp phát hành xuất bản phẩm.....	14
3.3. Liên kết xuất bản sách văn học dịch đáp ứng nhu cầu của thị trường về giao lưu văn hóa.....	16
3.4 Liên kết xuất bản sách văn học dịch tạo cơ hội cho ngành xuất bản Việt Nam hội nhập quốc tế.....	17
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT XUẤT BẢN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM TRONG HAI NĂM 2007 – 2008	19
1. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.....	19
2. Khái quát về hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch của Công ty Cổ phần Văn hóa và truyền thông Nhã Nam từ năm 2005 - 2008.....	21
3. Thực trạng hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch của Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam trong hai năm 2007 – 2008	24
3.1. Hoạt động liên kết tổ chức bản thảo của Công ty	24
3.2 Hoạt động liên kết in và phát hành.....	30
3.3. Kết quả đạt được và một số tồn tại trong hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch của Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam	31
CHƯƠNG 3: NHỮNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT XUẤT BẢN SÁCH VĂN HỌC DỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM ...	42
1. Đối với cơ quan quản lý Nhà nước.....	42
1.1. Tiếp tục hoàn thiện các văn bản quy định của pháp luật về lĩnh vực Xuất bản – In – Phát hành sách.....	42
1.2. Thanh tra và kiểm tra thường xuyên đối với hoạt động liên kết xuất bản	44
1.3. Xử lý nghiêm minh các vi phạm pháp luật trong hoạt động liên kết xuất bản	45
1.4. Thường xuyên nâng cao năng lực chuyên môn và nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ làm công tác xuất bản.....	46
2. Đối với Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.....	48
2.1. Tổ chức khai thác bản thảo có chất lượng	48
2.2. Tuyển chọn đội ngũ dịch giả có uy tín trách nhiệm.....	49
2.3. Xây dựng và phát triển thương hiệu	50
2.4. Mở rộng phạm vi kinh doanh và cơ sở hạ tầng	52
KẾT LUẬN.....	55
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	56
PHỤ LỤC ẢNH.....	58

LỜI NÓI ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài.

Tại Đại hội lần thứ VI (năm 1986), Đảng ta đã đưa ra chủ trương hội nhập kinh tế của Việt Nam trên cơ sở đổi mới, “mở cửa” nền kinh tế và trên cơ sở chính sách, quan hệ đối ngoại của Việt Nam với phương châm đa dạng hóa quan hệ quốc tế. Hội nghị Ban chấp hành Trung ương 3 (khóa VI) chỉ rõ: Việt Nam sẵn sàng mở rộng quan hệ hợp tác với các nước, các Công ty nước ngoài trên cơ sở cùng có lợi. Đại hội Đảng VI đã đánh dấu việc chuyển đổi từ nền kinh tế quan liêu, bao cấp sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa và mở ra một bước ngoặt lớn cho nền kinh tế Việt Nam.

Thực tế cho thấy, không chỉ dừng lại ở Đại hội Đảng VI, tại Đại hội Đảng VII (năm 1991), Đại hội Đảng VIII (năm 1996), Đại hội Đảng IX (năm 2001) tiếp tục khẳng định: Việt Nam sẵn sàng là bạn, là đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì hòa bình, độc lập, và phát triển. Điều này được khẳng định khi Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với hơn 170 nước và có quan hệ kinh tế - thương mại với trên 160 nước và các vùng lãnh thổ, với hầu hết các tổ chức quốc tế, khu vực quan trọng như: tổ chức Hiệp hội các nước Đông Nam Á - “ASEAN”, diễn đàn Á – Âu - “ASEM”, diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương – “APEC” và gần đây nhất chính thức là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới - “WTO”. Hội nhập kinh tế quốc tế đã mở ra rất nhiều cơ hội và cũng không ít khó khăn cho nền kinh tế Việt Nam nói chung cũng như cho ngành Xuất bản – In - Phát hành nói riêng – một ngành kinh doanh trong lĩnh vực văn hóa tư tưởng.

Hội nhập kinh tế quốc tế là cơ hội để chúng ta học hỏi, tiếp thu những kiến thức kinh doanh xuất bản phẩm, là điều kiện để ngành Xuất bản – In - Phát hành có thêm đối tác, bạn hàng thông qua việc hiểu biết lẫn nhau, chia sẻ và hợp tác trên cơ sở bình đẳng. Bên cạnh đó nền kinh tế hội nhập cũng tạo ra không ít khó khăn cho các đơn vị Xuất bản – In - Phát hành là phải nâng cao

khả năng tiếp cận và xâm nhập thị trường thế giới, làm sao để có hàng hóa phù hợp với lợi ích của quốc gia tránh làm cho thị trường có nhiều xuất bản phẩm độc hại không đúng theo định hướng quốc gia và làm phương hại đến nhu cầu, sở thích, thị hiếu văn hóa của xã hội.

Trong những năm vừa qua hoạt động liên kết xuất bản đã phát triển mạnh mẽ về tốc độ, quy mô, số lượng và chất lượng góp phần thực hiện tốt nhiệm vụ tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng, thực hiện tốt hai mục tiêu kinh tế và chính trị. Thực tế cho thấy liên kết xuất bản đang trở thành xu hướng chính trong hoạt động xuất bản ở Việt Nam. Hiện nay chúng ta đã và đang được hưởng thụ rất nhiều những tác phẩm văn học có giá trị từ nhiều quốc gia, nhiều châu lục trên thế giới. Chính nhờ có liên kết xuất bản mà những đầu sách văn học hay của thế giới nhanh chóng đến được tay bạn đọc ở Việt Nam một cách dễ dàng.

Từ thực tế trên cho thấy, việc nghiên cứu tình hình liên kết trong hoạt động xuất bản ở Việt Nam hiện nay là rất cần thiết để các Nhà xuất bản, các Công ty tư nhân có thể nhìn thấy những thành quả đạt được cũng như những hạn chế cần khắc phục để đưa ra những giải pháp hiệu quả cụ thể cho mình, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế cho toàn ngành Xuất bản – In - Phát hành và cho nền kinh tế chung của đất nước.

2. Mục đích của đề tài.

Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam là một đơn vị tiêu biểu trong lĩnh vực liên kết xuất bản khi đã khẳng định được vị thế của mình trong ngành Xuất bản – In - Phát hành dù Công ty chỉ mới thành lập từ năm 2005. Sau một thời gian tìm hiểu về Công ty qua tài liệu cũng như trong thực tế người viết khóa luận tốt nghiệp đã lựa chọn đề tài: ***“Hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch tại Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam trong hai năm 2007 – 2008”***. Với đề tài này trước tiên người viết muốn giới thiệu rõ nét về bộ máy hoạt động của Công ty sau đó sử dụng các kiến thức đã học được trong nhà trường để áp dụng nghiên cứu tình hình hoạt

động liên kết xuất bản của Công ty trong hai năm 2007 – 2008. Qua việc nghiên cứu tình hình hoạt động của Công ty, có thể tìm ra được những thuận lợi và khó khăn của Công ty trong nền kinh tế hội nhập để đưa ra những giải pháp hợp lý góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết xuất bản cho Công ty nói riêng và cho ngành Xuất bản – In - Phát hành nói chung.

3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.

Hoạt động liên kết xuất bản ở Việt Nam những năm gần đây diễn ra rất sôi động và mạnh mẽ trong cả ba khâu Xuất bản – In – Phát hành. Các Nhà xuất bản và các đơn vị tư nhân trong khắp cả nước đều tham gia vào hoạt động liên kết vừa đáp ứng được nhu cầu của bạn đọc, vừa đem lại hiệu quả kinh doanh cho Công ty và quan trọng hơn cả là thực hiện được nhiệm vụ chính trị, xã hội mà Nhà nước chỉ đạo. Đây là một lĩnh vực rất rộng nhưng mới chỉ là sinh viên năm cuối chuyên ngành phát hành xuất bản phẩm với kiến thức thực tế còn ít nên người viết chỉ nghiên cứu tình hình liên kết xuất bản tại Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam. Cụ thể là nghiên cứu tình hình liên kết xuất bản sách văn học dịch trong hai năm 2007 – 2008 bởi Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam là một đơn vị chủ yếu liên kết xuất bản các đầu sách văn học dịch.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Bài nghiên cứu đã sử dụng kết hợp những phương pháp nghiên cứu khoa học sau:

- Phương pháp điều tra xã hội học: thu thập thông tin.
- Phương pháp thống kê: ghi chép lại thông tin đã thu thập được.
- Phương pháp phân tích, tổng hợp: sử dụng phương pháp này để phân tích và xử lý số liệu đã điều tra, đồng thời kế thừa những tài liệu nghiên cứu trước về vấn đề đề cập trong bài.
- Phương pháp so sánh: sử dụng đối chiếu thông tin nghiên cứu.

5. Bố cục đề tài.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bài nghiên cứu được kết cấu bố cục thành 3 phần:

Chương 1: Tổng quan về liên kết trong hoạt động xuất bản ở Việt Nam hiện nay.

Chương 2: Thực trạng hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch tại Công ty cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam trong hai năm 2007 – 2008.

Chương 3: Những giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết xuất bản sách văn học dịch tại Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.

Trong thời gian hoàn thành khóa luận tốt nghiệp, em xin cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô giáo Ths Phan Tuyết Nga – Trưởng phòng quản lý xuất bản – Cục xuất bản, các thầy cô trong khoa Phát hành xuất bản phẩm trường Đại học Văn hóa Hà Nội cùng với sự giúp đỡ của các anh chị trong Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.

Do kinh nghiệm thực tế và lý thuyết còn hạn chế nên khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy em xin nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo cùng các bạn sinh viên để khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật xuất bản 1993.
2. Luật xuất bản 2004.
3. Luật xuất bản (được sửa đổi bổ sung năm 2008).
4. Luật thương mại 2005.
5. Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản năm 2007 và phương hướng nhiệm vụ năm 2008 – Cục Xuất bản.
6. Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản năm 2008 và phương hướng nhiệm vụ năm 2009 – Cục Xuất bản.
7. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2007 và phương hướng nhiệm vụ năm 2008 - Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.
8. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2008 và phương hướng nhiệm vụ năm 2009 - Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam.
9. Bộ Thông tin và Truyền thông – Cục Xuất bản, (07/2008), *Một số văn bản chỉ đạo và quản lý của Đảng, Nhà nước về hoạt động xuất bản*, Nhà xuất bản Bưu Điện.
10. Bộ Thông tin và Truyền thông, 17/06/2008, Quyết định số 38/2008/QĐ-BTTTT, Quy chế về liên kết trong hoạt động xuất bản.
11. Chuyên đề Việt Nam với WTO, (01/2007), Nhà xuất bản Tư Pháp.
12. Hồ Đức Hùng, (2007), *Kinh Tế Việt Nam hội nhập phát triển bền vững*, Nhà xuất bản Thông Tấn.
13. *Tạp chí Cộng sản*, (số 11-155), năm 2008.
14. Ths Đỗ Thị Quyên, (2004), *Giáo trình Tài chính doanh nghiệp Phát hành xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
15. TS Phạm Thanh Tâm, (2002), *Đại cương Phát hành xuất bản phẩm*, Đại học Văn Hóa Hà Nội.
16. Ths Nguyễn Vũ Hoàng, (Quý I/2007), *Kinh tế, pháp luật về đầu tư kinh tế và những vấn đề đặt ra với Việt nam khi gia nhập WTO*, Nhà xuất bản Thanh Niên.

17. Vụ Công tác lập pháp, (06/2006), *Những nội dung cơ bản của Luật sở hữu trí tuệ*, Nhà xuất bản Tư Pháp.
18. Bài giảng môn Khai thác mặt hàng Xuất bản phẩm – Ths Phùng Quốc Hiếu, Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.
19. Bài giảng các môn chuyên ngành của các thầy cô Khoa Phát hành Xuất bản phẩm