

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



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

***THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC MẠNG TRUNG QUỐC  
ĐƯỢC XUẤT BẢN TẠI THỦ ĐÔ HÀ NỘI TỪ NĂM 2007 -  
2012***

***Giảng viên hướng dẫn : TS. ĐỖ THỊ QUYÊN***

***Sinh viên thực hiện : HOÀNG THU HỒNG***

***Lớp : PH 28B***

***Niên khóa : 2009 - 2013***

**Hà Nội - 2013**

## MỤC LỤC

MỤC LỤC .....	1
LỜI MỞ ĐẦU .....	5
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ SÁCH VĂN HỌC MẠNG TRUNG QUỐC VÀ THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC DỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI.....	8
1.1. Nhận thức chung về sách văn học mạng Trung Quốc – một bộ phận của văn học dịch .....	8
1.1.1. Khái niệm sách văn học mạng Trung Quốc.....	8
1.1.2. Đặc trưng của mặt hàng sách văn học mạng Trung Quốc .....	11
1.1.2.1. Đa dạng về khuynh hướng, phong cách sáng tác.....	11
1.1.2.2. Các vấn đề xã hội được phản ánh một cách toàn diện.....	13
1.1.2.3. Mang tính thời đại cao.....	14
1.1.3. Vai trò của sách văn học mạng Trung Quốc được xuất bản tại Việt Nam .....	15
1.1.3.1. Làm phong phú đời sống tinh thần của giới trẻ.....	15
1.1.3.2. Rút ngắn khoảng cách giữa độc giả, tác giả và tác phẩm.....	17
1.1.3.3. Kích thích sự phát triển của văn học mạng Việt Nam.....	18
1.2. Cơ sở lý luận chung về thị trường sách văn học dịch .....	19
1.2.1. Khái niệm thị trường sách văn học dịch.....	19
1.2.2. Các yếu tố cấu thành .....	20
1.2.2.1. Nhu cầu .....	20
1.2.2.2. Mặt hàng .....	22
1.2.2.3. Giá cả .....	22
1.2.2.4. Các thành phần tham gia xuất bản.....	24
1.2.2.5. Cạnh tranh.....	24

<b>1.2.3. Vai trò của thị trường sách văn học dịch .....</b>	<b>25</b>
1.2.3.1. <i>Góp phần làm phong phú cho thị trường sách .....</i>	<b>25</b>
1.2.3.2. <i>Góp phần phát triển mối quan hệ giao lưu văn hóa giữa các nước trên thế giới với Việt Nam .....</i>	<b>26</b>
1.2.3.3. <i>Góp phần tạo mối quan hệ hợp tác giữa các doanh nghiệp xuất bản, phát hành trong nước với các đối tác nước ngoài .....</i>	<b>27</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC MẠNG TRUNG QUỐC TẠI HÀ NỘI TỪ NĂM 2007-2012 .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. Khái quát về sự hình thành và phát triển của thị trường sách văn học mạng Trung Quốc tại thủ đô Hà Nội .....</b>	<b>29</b>
2.1.1. <i>Một số nét khái quát về điều kiện kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội của thủ đô Hà Nội từ năm 2007 - 2012.....</i>	<b>29</b>
2.1.2. <i>Sự ra đời và phát triển thị trường văn học dịch nói chung và sách văn học mạng Trung Quốc nói riêng tại Hà Nội.....</i>	<b>30</b>
<b>2.2. Thị trường sách văn học mạng Trung Quốc tại Hà Nội từ năm 2007-2011 .....</b>	<b>33</b>
2.2.1. <i>Nhu cầu về sách văn học mạng Trung Quốc .....</i>	<b>33</b>
2.2.1.1. <i>Nhu cầu của giới trẻ hiện nay .....</i>	<b>34</b>
2.2.1.2. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu đọc sách văn học mạng Trung Quốc .....</i>	<b>37</b>
2.2.1.3. <i>Cách thức thỏa mãn nhu cầu đọc sách văn học mạng Trung Quốc.....</i>	<b>41</b>
2.2.2. <i>Các thành phần tham gia xuất bản .....</i>	<b>42</b>
2.2.2.1 <i>Các nhà xuất bản .....</i>	<b>43</b>
2.2.2.2 <i>Lực lượng tư nhân.....</i>	<b>45</b>
2.2.3. <i>Mặt hàng chủ yếu: .....</i>	<b>49</b>
2.2.3.1. <i>Tiểu thuyết ngôn tình.....</i>	<b>49</b>
2.2.3.2. <i>Tiểu thuyết kinh dị.....</i>	<b>52</b>

2.2.4. <i>Giá cả</i> .....	53
2.3. <i>Vài nét về công tác quản lý thị trường sách văn học mạng Trung Quốc</i> .....	54
2.4. <i>Nhận xét chung về thị trường sách văn học mạng Trung Quốc</i> .....	56
2.4.1. <i>Ưu điểm</i> .....	56
2.4.1.1. <i>Đa dạng về nội dung, hình thức</i> .....	56
2.4.1.2. <i>Có lực lượng cung đông đảo</i> .....	57
2.4.1.3. <i>Sách văn học mạng Trung Quốc phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của giới trẻ Việt Nam</i> .....	58
2.4.2. <i>Nhược điểm</i> .....	59
2.4.2.1. <i>Sự thiếu chuẩn xác trong dịch thuật, biên tập</i> .....	59
2.4.2.2. <i>Nội dung văn học mạng Trung Quốc không được kiểm duyet gắt gao</i> .....	61
2.4.2.3. <i>Đơn vị xuất bản chạy theo lợi nhuận</i> .....	64
2.4.2.4. <i>Vi phạm bản quyền tác giả</i> .....	66
<b>CHƯƠNG 3: XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN VÀ CÁC GIẢI PHÁP NHẪM QUẢN LÝ VIỆC DỊCH VÀ XUẤT BẢN SÁCH VĂN HỌC MẠNG TRUNG QUỐC TRONG THỜI GIAN TỚI</b> .....	<b>68</b>
3.1. <i>Dự báo xu hướng phát triển của thị trường sách văn học mạng Trung Quốc</i> .....	68
3.2. <i>Một số giải pháp nhằm quản lý việc dịch và xuất bản sách văn học mạng Trung Quốc</i> .....	69
3.2.1. <i>Đối với Nhà nước</i> .....	70
3.2.1.1. <i>Cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật</i> .....	70

3.2.1.2. Tăng cường công tác quản lý của các cơ quan quản lý trong ngành .....	71
3.2.1.3. Tuyên truyền, giáo dục thường xuyên tới các nhà sản xuất, kinh doanh sách văn học dịch .....	72
3.2.1.4. Nâng cao trình độ, năng lực, trách nhiệm của đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý .....	72
3.2.1.5. Đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh của các doanh nghiệp trên thị trường .....	73
<b>3.2.2. Đối với các doanh nghiệp và các nhà xuất bản .....</b>	<b>74</b>
3.2.2.1. Nâng cao vai trò của giám đốc, tổng biên tập, các nhà sản xuất kinh doanh Xuất bản phẩm .....	74
3.2.2.2. Đào tạo đội ngũ dịch giả và biên tập chuyên nghiệp, tâm huyết với nghề nghiệp.....	75
3.2.2.3. Có sự phối hợp chặt chẽ giữa các nhà xuất bản và các doanh nghiệp phát hành.....	77
3.2.2.4. Xuất bản các tác phẩm thực sự hay, không chạy theo thị trường, chạy theo lợi nhuận .....	77
3.2.2.5. Cần chọn lọc kỹ lưỡng nội dung tác phẩm sao cho phù hợp với thuần phong mỹ tục và lối sống của giới trẻ .....	79
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>81</b>
<b>PHIẾU ĐIỀU TRA NHU CẦU ĐỌC SÁCH VĂN HỌC MẠNG TRUNG QUỐC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI .....</b>	<b>82</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>84</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>85</b>

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay nhu cầu được giao lưu văn hóa với thế giới của người dân Việt Nam ngày càng cao. Việc tiếp thu tinh hoa văn hoá nhân loại để làm giàu có thêm kiến thức của mỗi cá nhân là truyền thống quý báu của Việt Nam. Quá trình này được bắt đầu rất sớm với vai trò của chữ Hán, của các đoàn đi sứ phương Bắc. Từ phương Đông mở sang phương Tây, từ các lĩnh vực chính trị, tôn giáo mở sang văn học, nghệ thuật, phạm vi ngày càng được mở rộng. Ngày nay, với quan điểm đổi mới và những tiến bộ của văn minh, quá trình hội nhập đang diễn ra rất sống động ghi đậm dấu ấn Việt Nam đang đồng hành với thế giới. Văn học đã đóng vai trò sứ giả ngoại giao cực kỳ hữu hiệu được các quốc gia có tiềm lực mạnh sử dụng như một cách “xâm nhập” các quốc gia lân bang để hiểu biết lẫn nhau và cũng là để tìm tiếng nói chung giữa các quốc gia. Trong thế giới mà quan điểm “thế giới phẳng”, “toàn cầu hóa” chiếm ảnh hưởng chủ đạo thì giao lưu văn học là một bộ phận quan trọng trong xu thế hội nhập quốc tế.

Cùng với sự phát triển của Internet cũng như nhu cầu giải trí của người dân ngày càng cao, tại Trung Quốc đã xuất hiện một trào lưu sáng tác các tác phẩm văn học trên mạng. Mỗi ngày trên các blog của Trung Quốc xuất hiện hàng nghìn tác phẩm văn học mạng, với bạn đọc trong số ngót 400 triệu dân mạng. Tác phẩm đầu tiên nhận được sự hưởng ứng của cư dân mạng là tiểu thuyết “Lần đầu tiếp xúc thân mật” của Thái Trí Hằng (Đài Loan); sau được in thành sách, số lượng hàng triệu bản. Các tác phẩm văn học mạng chủ yếu viết về đề tài riêng tư, tình yêu, tình dục hoặc viễn tưởng, kinh dị... Không chỉ riêng ở Trung Quốc, các tác phẩm văn học mạng này thậm chí còn thu hút được sự chú ý và quan tâm đặc biệt của các bạn đọc trẻ Việt Nam vì tính thời sự cũng như sự phù hợp với thị hiếu của các tác phẩm. Nắm bắt được nhu cầu cấp thiết của bạn đọc trẻ, các nhà xuất bản, các công ty kinh doanh xuất bản phẩm đã mua bản quyền của nhiều tác phẩm văn học mạng để dịch, in và xuất bản. Những tác phẩm này đã tạo nên những cơn sốt và mang lại cho các doanh nghiệp những khoản lợi nhuận không nhỏ.

Tuy nhiên do chạy theo lợi nhuận, các doanh nghiệp xuất bản phẩm đã xuất bản quá nhiều các tác phẩm văn học mạng chưa qua chọn lọc, dẫn đến sự phát triển đến “phì đại” của các tác phẩm dịch văn học mạng Trung Quốc. Ngang qua các hiệu sách, người ta không cần đọc tác phẩm cũng biết được những đầu sách hot hiện nay như các tác phẩm của Tào Đình với những tiêu đề hết sức “giật gân” nhưng nội dung thì lại không có gì: “ Xin lỗi em chỉ là con đĩ”, “Kiếp trước em đã chôn cất cho anh”... Sự phát triển mạnh mẽ của mảng văn học mạng với phần lớn là các tác phẩm văn học mạng Trung Quốc có làm hạn chế sự phát triển chung của nền văn học nước nhà và có ảnh hưởng đến đời sống giới trẻ hiện nay?

Chính do nhận thức được những ảnh hưởng không nhỏ của việc dịch và xuất bản ồ ạt những tác phẩm văn học Trung Quốc được cho là “best seller” này, em quyết định lựa chọn đề tài “**Thị trường sách văn học mạng Trung Quốc được xuất bản tại thủ đô Hà Nội từ năm 2007-2012**” để nghiên cứu, làm bài khóa luận của mình.

## **2. Mục đích nghiên cứu:**

Nghiên cứu đề tài sẽ góp phần nâng cao nhận thức về thị trường sách dịch Trung Quốc và tầm ảnh hưởng của nó đối với đời sống tinh thần, việc hình thành nhân cách của giới trẻ hiện nay. Từ đó đưa ra được những giải pháp quản lý nghiêm ngặt về mặt nội dung của các sách văn học dịch đương đại Trung Quốc nhưng vẫn thỏa mãn tốt nhất nhu cầu đọc thể loại sách này của người dân trên địa bàn Hà Nội.

## **3. Phạm vi nghiên cứu:**

Sách văn học mạng được xuất bản tại Trung Quốc có rất nhiều thể loại như: thơ, tự truyện, tiểu thuyết, ... Tuy nhiên, các tác phẩm văn học mạng Trung Quốc được xuất bản tại Việt Nam thường chỉ thuộc thể loại tiểu thuyết – đặc biệt là tiểu thuyết ngôn tình và tiểu thuyết kinh dị. Vì sự hiểu biết có hạn cũng như thời gian không cho phép, cho nên bài khóa luận của em chỉ tập trung nghiên cứu thị trường sách văn học mạng Trung Quốc với thể loại chính

là tiêu thuyết, trong đó tập trung khảo sát tại một số nhà xuất bản sau: NXB Văn học, NXB Hội nhà văn, Nhã Nam...

#### **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Trong quá trình thực hiện đề tài, em có sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp phân tích, thống kê tổng hợp
- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp khảo sát trực tiếp tại hiện trường

#### **5. Bố cục:**

Khóa luận ngoài phần mở đầu và kết luận được chia làm 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về sách văn học mạng Trung Quốc và thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội

Chương 2: Thị trường sách văn học mạng Trung Quốc tại Hà Nội từ năm 2007-2012

Chương 3: Xu hướng phát triển và các giải pháp nhằm quản lý việc xuất bản sách văn học mạng Trung Quốc.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng “Các mặt hàng sách” của Thạc sỹ Nguyễn Văn Minh – Khoa Xuất bản – Phát hành Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
2. Bài giảng “Khai thác mặt hàng sách” của Thạc sỹ Phùng Quốc Hiếu – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
3. Bài giảng “Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm” của Thạc sỹ Đặng Thị Toan
4. Các Website: [www.baomoi.vn](http://www.baomoi.vn)  
[www.tinmoi.vn](http://www.tinmoi.vn)  
[www.xemsach.com.vn](http://www.xemsach.com.vn)  
[www.chinhphu.vn](http://www.chinhphu.vn)  
[www.quangvanbooks.com](http://www.quangvanbooks.com)
5. Giáo trình “Đại cương kinh doanh XBP”. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm – Khoa Xuất bản – Phát hành Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
6. Khóa luận của các sinh viên khóa trên.
7. Luật xuất bản sửa đổi năm 2012
8. Luật sở hữu trí tuệ năm 2005
9. Từ điển thuật ngữ văn học, Lê Ba Hán (chủ biên), NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2005.