

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**NGOẠI GIAO VĂN HÓA THÔNG QUA
HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN
(NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP NXB THẾ GIỚI)**

Giảng viên hướng dẫn: TS. ĐỖ THỊ QUYÊN
Sinh viên thực hiện: HÀ VĂN TỈNH
Lớp: PH29B

Hà Nội - 2014

LỜI CẢM ƠN

“Công cha, nghĩa mẹ, ơn thầy” đó là đạo lý mà nghìn đời nay mỗi người dân Việt Nam khi sinh ra, lớn lên và trưởng thành luôn khắc ghi trong lòng.

Khóa luận tốt nghiệp này được hoàn thành trước hết là kết quả sau 4 năm học tập, rèn luyện và nỗ lực phấn đấu của bản thân tại trường Đại học Văn hóa Hà Nội. Đồng thời đây cũng là thành quả của quá trình dạy dỗ, chăm sóc, yêu thương của gia đình, sự dẫn dắt tận tình của nhà trường, cùng sự giúp đỡ chân thành của thầy cô giáo, bạn bè.

Trước tiên, cho phép em được gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất tới TS. Đỗ Thị Quyên- người đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và gợi mở cho em những tri thức quý giá trong suốt thời gian em thực hiện khóa luận tốt nghiệp.

Thông qua bài Khóa luận tốt nghiệp cho phép em gửi lời biết ơn chân thành nhất tới tất cả các thầy, cô trong khoa Xuất bản-Phát hành đã trao cho em những tri thức quý trong suốt 4 năm qua, đó là hành trang vững chắc cho tương lai .

Qua đây, em cũng xin được bày tỏ lòng cảm ơn tới Nhà xuất bản Thế Giới, Cục Xuất bản, Ban Thông tin Đối ngoại của Bộ Ngoại giao đã nhiệt tình đón tiếp và cung cấp cho em những tài liệu, số liệu, hình ảnh có giá trị phục vụ cho bài viết của mình.

Cuối cùng, cảm ơn bạn bè-những người đã luôn bên em, động viên và giúp đỡ em hoàn thành tốt bài khóa luận của mình.

Em xin chân thành cảm ơn !

Thành phố Hà Nội, tháng 05 năm 2014

Sinh viên

Hà Văn Tĩnh

MỤC LỤC

| | |
|---|-----------|
| LỜI CẢM ƠN..... | 1 |
| DANH MỤC BẢNG BIỂU..... | 5 |
| DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT | 6 |
| MỞ ĐẦU..... | 7 |
| CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA THÔNG QUA HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN | 12 |
| 1.1. Nhận thức chung. | 12 |
| 1.1.1. Khái niệm “Ngoại giao”. | 12 |
| 1.1.2. Khái niệm “Văn hóa”..... | 13 |
| 1.1.3. Khái niệm “Ngoại giao văn hóa”..... | 17 |
| 1.2. Chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước về thông tin đối ngoại trong bối cảnh hội nhập quốc tế..... | 20 |
| 1.3. Ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản là một lĩnh vực đặc thù. | 20 |
| 1.3.1 Đặc thù về hình thức biểu hiện và phương thức truyền tải. | 21 |
| 1.3.2 Đặc thù trong phương thức tiếp nhận, lĩnh hội..... | 21 |
| 1.3.3. Đặc thù trong cách nhân bản và lưu truyền. | 23 |
| 1.4. Vai trò của hoạt động xuất bản với công cuộc ngoại giao văn hóa của đất nước. | 24 |
| 1.4.1. Xây dựng sự hiểu biết và chấp nhận lẫn nhau giữa nước ta và các nước trên thế giới | 25 |
| 1.4.2. Quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến với bạn bè quốc tế..... | 25 |
| 1.4.3. Tuyên truyền chủ trương chính sách, đường lối, quan điểm chính trị của Đảng và Nhà nước | 26 |
| 1.4.4. Giao lưu văn hóa quốc tế, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 1.4.5. Giữ gìn và lưu truyền tinh hoa văn hóa dân tộc cho các thế hệ mai sau | 27 |
| 1.5. Các hình thức của ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản..... | 27 |
| 1.5.1. Giới thiệu, quảng bá hình ảnh đất nước qua xuất bản phẩm tại các hội chợ-triển lãm, ngày văn hóa Việt Nam ở nước ngoài..... | 27 |
| 1.5.2. Phát hành xuất bản phẩm thông qua các cá nhân và tổ chức nước ngoài | 28 |
| 1.5.3. Ngoại giao văn hóa thông qua xuất bản phẩm điện tử và các phương tiện thông tin đại chúng khác | 32 |
| 1.5.4. Liên kết, hợp tác giữa Việt Nam với các nước trong lĩnh vực xuất bản | 33 |
| CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NGOẠI GIAO VĂN HÓA THÔNG QUA HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN HIỆN NAY- NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI..... | 37 |
| 2.1 Vài nét về Nhà xuất bản Thế Giới | 37 |
| 2.1.1. Lịch sử ra đời và cơ cấu tổ chức | 37 |
| 2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ..... | 41 |
| 2.2. Khảo sát tình hình ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản của Nhà xuất bản Thế Giới..... | 42 |
| 2.2.1 Các loại hình xuất bản phẩm của Nhà xuất bản Thế Giới..... | 42 |
| 2.2.2. Các hình thức của ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản . | 47 |
| 2.3.1. Thành tựu | 62 |
| 2.3.2. Hạn chế..... | 64 |
| 2.3.3. Nguyên nhân của những yếu kém..... | 66 |
| 2.4. Hiệu quả của việc sử dụng xuất bản phẩm phục vụ công tác ngoại giao văn hóa của Nhà xuất bản Thế Giới..... | 68 |
| 2.4.1. Hiệu quả về kinh tế..... | 68 |
| 2.4.2. Hiệu quả về chính trị-văn hóa-xã hội | 69 |

| | |
|---|------------|
| CHƯƠNG 3: NHỮNG GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH NGOẠI GIAO VĂN HÓA TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN | 71 |
| 3.1. Định hướng của Đảng và Nhà nước về hoạt động xuất bản trong công tác ngoại giao văn hóa hiện nay..... | 71 |
| 3.2. Một số đề xuất nhằm đẩy mạnh công tác ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản | 72 |
| 3.2.1. Giải pháp tổng thể từ phía Nhà nước | 72 |
| 3.2.2. Giải pháp về phía ngành xuất bản | 78 |
| 3.2.3. Giải pháp từ Nhà xuất bản Thế Giới | 80 |
| KẾT LUẬN..... | 84 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 86 |
| PHỤ LỤC 1: CHIẾN LƯỢC NGOẠI GIAO VĂN HÓA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020..... | 89 |
| PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA THÔNG QUA HOẠT ĐỘNG XUẤT BẢN CỦA NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI..... | 106 |

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu.

Hiện nay nước ta đang trong quá trình hội nhập một cách mạnh mẽ và sâu rộng với thế giới. Đặc biệt sau khi gia nhập WTO, công cuộc hội nhập kinh tế thế giới của nước ta có những bước tiến nhảy vọt. Quan hệ hợp tác kinh tế song phương và đa phương được mở rộng, phát triển và nâng lên tầm cao mới. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho nền kinh tế Việt Nam phát triển và cùng hòa nhập với nền kinh tế thế giới. Việt Nam đang đẩy mạnh công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước để tiến tới mục tiêu năm 2020 nước ta trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại. Hiện nay, Việt Nam là bạn, là đối tác tin cậy của hơn 150 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Có được những thành tựu đó chúng ta không thể không nhận sự đóng góp to lớn của công tác ngoại giao-sơ i chi vàng kết nối các quốc gia với nhau.

Không chỉ ngoại giao trên lĩnh vực kinh tế, chính trị, quân sự mà Việt Nam còn tích cực đẩy mạnh hoạt động ngoại giao trên phương diện văn hóa. Năm 2009 đã được chọn làm năm ngoại giao văn hóa của nước nhà. Cùng với quá trình hội nhập quốc tế sâu rộng và vị thế của Việt Nam ngày càng được khẳng định trên trường quốc tế, việc đẩy mạnh ngoại giao văn hóa-một trong ba trụ cột quan trọng của ngoại giao (Kinh tế-Chính trị-Văn hóa) đang trở thành nhu cầu tất yếu đối với nước ta.

Ngoài ngoại giao văn hóa thông qua các hoạt động trực tiếp như quảng bá hình ảnh đất nước, con người, di sản, bề dày lịch sử, truyền thống văn hóa...tại các lễ hội, bảo tàng, triển lãm, nghệ thuật quần chúng,...thì hoạt động xuất bản đã và đang là công cụ gián tiếp đắc lực, phục vụ cho công cuộc ngoại giao văn hóa của nước nhà.

Tuy vậy, ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản ở Việt Nam chưa được khai thác triệt để, vẫn còn là một vấn đề bị bỏ ngỏ trong thực tế

hiện nay. Với những vấn đề trên, sự cần thiết của ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản là một việc làm cấp bách nó sẽ giúp chúng ta nhận diện tổng thể và khách quan về ngoại giao văn hóa cũng như đề ra được các phương hướng khoa học và hiệu quả hơn.

Từ những lý do trên, tôi xin chọn đề tài “*Ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản (Nghiên cứu trường hợp Nhà xuất bản Thế Giới)*” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp cử nhân kinh doanh xuất bản phẩm của mình

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.

2.1. Mục đích nghiên cứu.

Đề tài được nghiên cứu nhằm tăng cường lý luận và nhận thức về bản chất, vai trò và các hình thức ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản cũng như đề xuất Nhà nước tiếp tục xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu.

Đề tài nghiên cứu làm rõ các khái niệm “*Ngoại giao*”, “*Văn hóa*”, “*Ngoại giao văn hóa*”, “*Ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản*” và các hình thức của chúng.

Khảo sát thực trạng xuất bản của Nhà xuất bản Thế Giới trong việc quảng bá hình ảnh Việt Nam với bè bạn năm châu và tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại.

Qua đó đề xuất một số giải pháp để đẩy mạnh hơn nữa hoạt động xuất bản phục vụ cho công tác ngoại giao văn hóa của đất nước.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

3.1. Đối tượng nghiên cứu.

Đề tài tập trung nghiên cứu về hoạt động ngoại giao văn hóa trong lĩnh vực xuất bản.

3.2. Đối tượng khảo sát.

Hoạt động ngoại giao văn hóa trong lĩnh vực xuất bản của Nhà xuất bản Thế Giới.

3.3. Phạm vi nghiên cứu

Đối tượng khảo sát: -Nhà xuất bản Thế Giới.
(46 Trần Hưng Đạo-Hoàn Kiếm-Hà Nội)

Thời gian nghiên cứu: -Trong thời gian từ năm 2007 đến nay.

4. Tổng quan tình hình nghiên cứu.

Cho tới nay, tôi đã đi khảo sát, tra cứu ở các thư viện, phòng Nghiên cứu khoa học, văn phòng khoa Xuất bản-Phát hành nhưng chưa thấy một đề tài nào tương tự. Đã có một số đề tài đi vào các khía cạnh như tuyên truyền quảng cáo, xuất khẩu sách báo, đó là:

- “*Hoạt động tuyên truyền quảng cáo xuất bản phẩm của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia từ năm 2005-2007*”, Triệu Thị Hiệp, Khóa luận tốt nghiệp cử nhân, Hà Nội 6-2008.
- “*Hoạt động tuyên truyền quảng bá xuất bản phẩm ra nước ngoài của các đơn vị Xunhasaba và Nhà xuất bản Thế Giới trong thời gian qua*”, Nguyễn Ngọc Quyên, Đề tài nghiên cứu khoa học, Hà Nội 2011.
- “*Hoạt động xuất khẩu sách báo của công ty xuất nhập khẩu sách báo Việt Nam Xunhasaba năm 2007-2008*”-Nguyễn Thị Thu, Khóa luận tốt nghiệp cử nhân, Hà Nội 2009.
- “*Quảng bá sách Việt Nam ra nước ngoài trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”- Hoàng Thị Vui, luận văn thạc sĩ chuyên ngành xuất bản, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội 2010

5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.

Trong quá trình nghiên cứu giải quyết các vấn đề của đề tài, tôi đã sử dụng phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu sau:

5.1 . Phương pháp luận.

Vận dụng phương pháp luận của chủ nghĩa Duy vật biện chứng và Duy vật lịch sử, dựa trên cơ sở các quan điểm đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước về ngoại giao văn hóa để lý giải tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản.

5.2 .Phương pháp nghiên cứu.

Bài nghiên cứu sử dụng các phương pháp xử lý, phân tích và tổng hợp tài liệu, so sánh, khảo sát, thống kê, quan sát, phỏng vấn trực tiếp, điều tra xã hội học,...

Trong đó, phương pháp xử lý, phân tích và tổng hợp tài liệu; phỏng vấn trực tiếp; khảo sát; thống kê là những phương pháp chủ đạo của bài nghiên cứu.

6. Ý nghĩa của đề tài.

6.1 Ý nghĩa khoa học

Bài nghiên cứu khẳng định rõ vai trò của hoạt động xuất bản trong việc góp phần quan trọng, đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa của đất nước hiện nay.

6.2 Ý nghĩa thực tiễn.

Những kết quả nghiên cứu, các giải pháp và khuyến nghị của bài nghiên cứu có thể là tài liệu tham khảo trong hoạt động xuất bản nhằm đẩy mạnh hơn nữa công tác ngoại giao thông qua lĩnh vực này.

7. Kết cấu của đề tài.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, bài khóa luận tốt nghiệp kết cấu trong ba chương:

Chương I: Cơ sở lý luận về ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản.

Tại chương này, tôi đi vào khái quát vấn đề, làm rõ các khái niệm liên quan, nêu rõ chủ trương, đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước về thông tin đối ngoại trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Tiếp theo, em chỉ ra vì sao ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản là một hoạt động đặc thù và vai trò của hoạt động xuất bản đối với công cuộc ngoại giao văn hóa của đất nước. Và ý quan trọng cuối cùng là để giúp chúng ta hiểu hơn thế nào là ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản, em chỉ ra chúng được thể hiện qua các hình thức như: Quảng bá hình ảnh đất nước qua xuất bản phẩm tại hội chợ, triển lãm, thông qua các cá nhân và người nước

ngoài, qua các Đại sứ quán, thư viện, qua xuất bản phẩm điện tử và sự hợp tác trong lĩnh vực xuất bản.

Chương II: Thực trạng ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản hiện nay (Nghiên cứu trường hợp Nhà xuất bản Thế Giới).

Tại chương 2, em đi sâu vào giải quyết các vấn đề trọng tâm: Thực trạng ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản tại Nhà xuất bản Thế Giới đã và đang được diễn ra như thế nào. Đầu tiên, em đi vào giới thiệu khái quát về nhà xuất bản này về tên gọi, địa chỉ, lịch sử ra đời, vai trò-sứ mệnh hoạt động, cơ cấu tổ chức. Tiếp đó là phần quan trọng nhất của bài viết, em đi sâu nghiên cứu xem với các hình thức ngoại giao văn hóa thông qua hoạt động xuất bản đã nêu ở chương 1, thì nhà xuất bản này đã làm như thế nào. Qua đó đề cập đến những thành tựu và hạn chế trong công tác xuất bản, hiệu quả của việc sử dụng xuất bản phẩm phục vụ công tác ngoại giao văn hóa cho Đất nước.

Chương III: Những giải pháp nhằm đẩy mạnh ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản.

Tại chương cuối này, em đề cập đến những giải pháp nhằm đẩy mạnh ngoại giao văn hóa trong hoạt động xuất bản. Trong đó có những giải pháp tổng thể từ phía Nhà nước, giải pháp về phía ngành xuất bản bản và các giải pháp riêng cho Nhà xuất bản Thế Giới.

Đính kèm bài khóa luận là phụ lục về việc phê duyệt Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ và phụ lục ảnh về các xuất bản phẩm sử dụng cho ngoại giao văn hóa của Nhà xuất bản Thế Giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Văn Hùng, *Ngoại giao Việt Nam trong thời kì đổi mới và hội nhập quốc tế*, NXB Tư Pháp 2011;
2. GS. Trần Quốc Vượng (Chủ biên), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, NXB Giáo dục Việt Nam, 2010;
3. Lê Như Thủy, *Giao lưu-Một hình thức tuyên truyền giới thiệu sách báo sinh động, hấp dẫn và hiệu quả*, NXB Thông tin và Truyền thông, 2009;
4. Luật Hải quan;
5. Luật Sở hữu trí tuệ;
6. Luật Thương mại Việt Nam;
7. Mai Lý Quảng, *50 năm quảng bá đất nước với Thế Giới*, NXB Thế Giới, 2007;
8. Nguyễn Danh Tiên, *Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về mở rộng giao lưu văn hóa trong thời kỳ đổi mới*, NXB Thông Tấn, 2007;
9. Nguyễn Dy Niên, *Ngoại giao Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế* ;
10. Nguyễn Ngọc Quyên, *Hoạt động tuyên truyền quảng bá xuất bản phẩm ra nước ngoài của các đơn vị Xunhasaba và Nhà xuất bản Thế Giới trong thời gian qua*, Đề tài nghiên cứu khoa học, Hà Nội 2011;
11. Tạp chí cửa sổ văn hóa Việt Nam (Vietnam Culture Window), Các số 453, 348, 347, NXB Thế Giới, 2011;
12. Triệu Thị Hiệp, *Hoạt động tuyên truyền quảng cáo xuất bản phẩm của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia từ năm 2005-2007*”, Khóa luận tốt nghiệp cử nhân, Hà Nội 6-2008;

13. TS Đỗ Thị Quyên-Trưởng khoa Xuất bản-Phát hành, Bài giảng “*Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm*”;
14. TS. Trịnh Tùng, Bài giảng “*Nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu xuất bản phẩm*”, trường Đại học Văn hóa Hà Nội;
15. Vân Quế, *Giao lưu văn hoá quốc tế - Hoà nhập nhưng không được hoà tan*;
16. Vũ Cao Đàm, *Phương pháp nghiên cứu khoa học*, NXB Giáo Dục, 2007;
17. Website: www.mofa.gov.vn;
18. Website: www.Thegioipublishers.vn