

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC DỊCH
TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TỪ 2010 ĐẾN NAY

Sinh viên thực hiện : NGUYỄN THỊ PHƯỢNG

Lớp : PH 30A

Giảng viên hướng dẫn : TH.S. PHẠM VĂN PHÊ

HÀ NỘI – 2015

LỜI CẢM ƠN

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Th.s Phạm Văn Phê – người thầy hướng dẫn em giúp em hoàn thành khóa luận này. Cảm ơn sự quan tâm và chỉ bảo tận tình của thầy trong suốt thời gian khóa luận được thực hiện.

Cảm ơn sự giúp đỡ của các anh chị trong phòng kinh doanh của công ty văn hóa truyền thông Nhã Nam, NXB văn học, NXB Kim Đồng, nhà sách Trí Tuệ đã cung cấp thông tin, số liệu kinh doanh giúp em thực hiện bài khóa luận.

Em cũng chân thành cảm ơn các thầy cô đã giúp đỡ và có những đóng góp quý báu cho bài khóa luận. Do hạn chế về kinh nghiệm và thời gian nên bài khóa luận còn nhiều thiếu sót, em mong rằng sẽ nhận được nhiều đóng góp hơn nữa của các thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hà Nội, ngày 4 tháng 5 năm 2015

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Phụng

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	Error! Bookmark not defined.
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	Error! Bookmark not defined.
MỞ ĐẦU	5
1. Lý do chọn đề tài.....	5
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.....	6
3. Đối tượng nghiên cứu.....	7
4. Phạm vi nghiên cứu.....	7
5. Phương pháp nghiên cứu.....	7
6. Cấu trúc đề tài	7
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC DỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TỪ 2010 ĐẾN NAY.....	8
1.1. Nhận thức chung về sách văn học dịch.....	8
1.1.1. Khái niệm.....	8
1.1.2. Đặc điểm	11
1.1.3. Vai trò	13
1.2. Nhận thức chung về thị trường sách văn học dịch.....	19
1.2.1. Khái niệm.....	19
1.2.2. Đặc điểm của thị trường sách văn học dịch.....	21
1.2.3. Các yếu tố cấu thành thị trường sách văn học dịch	23
1.3. Ý nghĩa việc nghiên cứu thị trường sách văn học dịch.....	30
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG VỀ THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC DỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI TỪ 2010 ĐẾN NAY.....	32
2.1. Tổng quan về thị trường sách tại Hà Nội	32
2.1.1. Điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội của Thủ đô Hà Nội.....	32
2.1.2. Vài nét khái quát về thị trường sách tại Hà Nội	33
2.2. Thực trạng thị trường sách văn học dịch từ năm 2010 cho đến nay	35

2.2.1. Nhu cầu về mặt hàng sách văn học dịch	35
2.2.2. Thực trạng cung sách văn học dịch của các nhà kinh doanh cho thị trường Hà Nội	40
2.2.3. Các mặt hàng sách văn học dịch	51
2.2.4. Tình hình giá cả mặt hàng sách văn học dịch.....	54
2.2.5. Tình hình cạnh tranh trên thị trường	56
2.2.6. Tình hình quản lý nhà nước về thị trường sách văn học dịch	60
2.3. Một số đánh giá chung về thị trường sách văn học dịch.....	63
2.3.1. Ưu điểm.....	64
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	66
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG SÁCH VĂN HỌC DỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI HIỆN NAY.....	72
3.1. Dự báo xu hướng phát triển của thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội.....	72
3.1.1. Nhu cầu sách văn học dịch ngày một phát triển mạnh mẽ.....	72
3.1.2. Thị trường sách văn học dịch ngày càng được mở rộng.....	73
3.1.3. Hoạt động xuất bản nói chung và xuất bản sách văn học dịch nói riêng ngày càng xã hội hóa cao.....	73
3.2. Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh sự phát triển của thị trường sách văn học dịch tại Hà Nội hiện nay	74
3.2.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước	74
3.2.2. Đối với các doanh nghiệp	79
3.2.3. Đối với độc giả	82
KẾT LUẬN.....	83
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	84
PHỤ LỤC.....	85

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong tiến trình lịch sử, văn học luôn là một trong những bộ phận quan trọng nhất của đời sống văn hóa tinh thần nhân loại. Văn học luôn nhận được sự quan tâm đặc biệt của mọi thành phần giai cấp trong xã hội, là sự thể hiện đời sống xã hội qua góc nhìn nghệ thuật và sáng tạo của con người.

Sách văn học là sự kết tinh của trí tưởng tượng và cuộc sống đời thực mà tác giả cảm nhận và tạo nên bằng khối óc của mình. Trong nhiều năm qua, thị trường sách văn học đã góp phần không nhỏ vào việc thỏa mãn nhu cầu đọc, nghe, nhìn của xã hội. Sách văn học giúp cho con người thưởng thức các giá trị văn hóa dân tộc cũng như thế giới, đồng thời cũng thực hiện tốt nhiệm vụ kinh tế và xã hội của nó.

Từ khi nước ta bước vào hội nhập với nền kinh tế thị trường, giao lưu văn hóa, kinh tế, khoa học – kỹ thuật với các nước trên toàn thế giới diễn ra một cách mạnh mẽ, thì cũng là lúc mà văn hóa của các dân tộc trên thế giới được đưa vào Việt Nam qua con đường văn học ngày càng nhiều. Sách văn học dịch là một trong những công cụ hữu hiệu để chuyển tải những nét văn hóa độc đáo của các dân tộc trên thế giới đến với độc giả Việt Nam. Tất cả những nền văn hóa lớn, những phong tục tập quán của các nước trên thế giới được khắc họa, phản ánh một cách chân thực, sinh động, đầy đủ; được cô đọng lại và thể hiện trong những tác phẩm văn học dịch. Bởi thế, sách văn học dịch với những giá trị mà nó chứa đựng khiến độc giả say mê, yêu thích.

Nắm bắt được nhu cầu đó, các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân kinh doanh phát hành xuất bản phẩm đã tìm nhiều cách khai thác sách văn học dịch và điều đó làm cho thị trường sách văn học dịch mấy năm trở lại đây trở nên phong phú, sôi động hơn. Ở các phố sách, trung tâm sách hay các hiệu sách

nhỏ lẻ người ta cũng dễ dàng có thể thấy nhiều tác phẩm văn học dịch của nhiều tác giả, do nhiều nhà xuất bản được bày bán.

Đặc biệt, tại Hà Nội – trung tâm văn hóa, xã hội, kinh tế của cả nước, thị trường sách văn học dịch lại càng phát triển, sôi động. Một mặt thỏa mãn nhu cầu giao lưu, tìm hiểu của độc giả thủ đô. Nhưng mặt khác, sự phát triển nhanh chóng, sôi động của thị trường sách văn học dịch cũng đồng thời nảy sinh nhiều vấn đề phức tạp, gây rối loạn thị trường và khó khăn cho sự quản lý của Nhà nước. Quản lý sách trong nước đã khó, quản lý sách của nước ngoài lại càng khó khăn hơn. Làm sao để những tác phẩm hay tìm được chỗ đứng của nó, những ấn phẩm thiếu lành mạnh, độc hại với xã hội không còn lưu hành trên thị trường, đảm bảo đúng định hướng của Đảng và nhà nước. Để làm được điều này, đòi hỏi sự quan tâm đặc biệt và kịp thời từ các cấp quản lý trong việc du nhập những cuốn sách từ nước ngoài được mua bản quyền và dịch tại Việt Nam, và cả những cuốn sách được dịch sang tiếng nước ngoài.

Với niềm say mê, yêu thích đặc biệt thể loại sách văn học dịch và mong muốn được tìm hiểu về thị trường loại sách này mà tôi đã chọn “***Thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội từ 2010 đến nay***” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của khóa luận này là nhằm nhận thức rõ vai trò và tầm quan trọng của thị trường sách văn học dịch đối với doanh nghiệp xuất bản phẩm và với xã hội, để từ đó đưa ra một số giải pháp góp phần phát triển và mở rộng thị trường sách văn học dịch một cách phù hợp và có hiệu quả.

Nhiệm vụ nghiên cứu: tìm hiểu thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội trong những năm gần đây. Làm rõ các khái niệm liên quan, đặc điểm và vai trò của thị trường sách văn học dịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Thực trạng thị trường với những ưu – nhược điểm của nó, đồng thời

đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh sự phát triển của thị trường trong những năm tới.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu ở đây chính là thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội từ 2010 cho tới nay.

4. Phạm vi nghiên cứu

Khóa luận tập trung nghiên cứu thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội từ 2010 đến nay, khảo sát tại hiện trường với những nhà xuất bản và một số doanh nghiệp điển hình.

5. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài nghiên cứu này, em đã sử dụng một số phương pháp sau:

- Phương pháp thống kê
- Phương pháp quan sát
- Phương pháp phân tích – tổng hợp
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp điều tra xã hội học

6. Cấu trúc đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận về thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội từ 2010 đến nay

Chương 2. Thực trạng về thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội từ 2010 đến nay

Chương 3. Giải pháp nhằm đẩy mạnh sự phát triển của thị trường sách văn học dịch trên địa bàn Hà Nội hiện nay

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết kinh doanh của các công ty, nhà sách: Công ty văn hóa và truyền thông Nhã Nam 2013-2014, Nxb Văn học 2013-2014, Nhà sách Trí Tuệ 2013-2014.
2. Báo cáo tổng kết cục xuất bản 2012, 2013, 2014.
3. Lê Bá Hán, Trần Đình Sử, Nguyễn Khắc Phi (2007), “*Từ điển thuật ngữ văn học*”, Nxb giáo dục.
4. Luật xuất bản nước CHXHCN Việt Nam (2004) Chính trị quốc gia.
5. Ngô Sỹ liên (1998), *Nguyên lý hoạt động biên tập xuất bản sách*, nhà xuất bản Giáo dục, tr6.
6. <http://www.ict-hanoi.gov.vn/chuyenmuc-nhung-doi-moi-trong-luat-xuat-ban-2012>.
7. <http://www.npa.org.vn/Home/Thong-tin-bao-chi-xuat-ban/3034/Hoi-nghi-toan-quoc-trien-khai-cong-tac-xuat-ban-phat-hanh-nam-2015> (Ban chấp hành trung ương đảng cộng sản việt nam, học viện chính trị quốc gia HCM.
8. <http://nxbkhkt.com.vn/tin-tuc-su-kien/111--trien-khai-cong-tac-xuat-ban-phat-hanh-va-mot-so-noi-dung-co-ban-trong-tam-thuc-hien-luat-xuat-ban-trong-nam-2015>.
9. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm, “*Quản lý thị trường sản phẩm văn hóa ở Việt Nam trong cơ chế thị trường*”, nhà xuất bản văn hóa thông tin và viện văn hóa.
10. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm (2002) Giáo trình “*đại cương kinh doanh xuất bản phẩm*”, Trường đại học Văn hóa Hà Nội.
11. Th.s Nguyễn Văn Minh (2013), Giáo trình “*mặt hàng sách*”.
12. Vũ Duy Quân (2008), “*nghiên cứu thị trường sách văn học dịch ở thủ đô Hà Nội trong 2 năm 2006 – 2007*”.