

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA HỘI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VỀ HÀN QUỐC CỦA VIỆT NAM

ISSN: 2354 - 0621



TỔNG CỤC
DU LỊCH HÀN QUỐC
KOREA TOURISM ORGANIZATION

Số: 3 (13)
2015

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

**Số 3 (13)
2015**

CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA HỘI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VỀ HÀN QUỐC CỦA VIỆT NAM

ISSN 2354 - 0621

TỔNG BIÊN TẬP
GS.TS. MAI NGỌC CHỪ

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
Th.S ĐẶNG THIẾU NGÂN

TRƯỞNG PHÒNG TRỊ SỰ
TS. LƯU TUẤN ANH
TS. NGUYỄN THỊ THẨM

TRƯỞNG PHÒNG ĐỐI NGOẠI
ThS. TRẦN THỊ HƯỜNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
Chủ tịch
GS.TS. MAI NGỌC CHỪ

Phó chủ tịch
TS. PARK JI HOON

Ủy viên
Th.S ĐẶNG THIẾU NGÂN
TS. LƯU TUẤN ANH
TS. NGUYỄN THỊ THẨM
PGS.TS. PHAN THU HIỀN
TS. TRẦN VĂN TIẾNG
TS. LÊ ĐĂNG HOAN
TS. LÝ XUÂN CHUNG
Th.S LÊ THỊ THU GIANG
Th.S TRẦN THỊ HƯỜNG
TS. NGHIÊM THỊ THU HƯƠNG

Toà soạn: 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
ĐT: 0912211106; 0918485969; 01646996986
Email: tapchihanquoc@gmail.com

Giấy phép xuất bản số: 1232/GP-BTTTT
In tại: Công ty TNHH Đầu tư
và Dịch vụ kỹ thuật Tường Thủy

Mục lục

HÀN QUỐC HỌC

- TRẦN THỊ HƯỜNG - CAO THỊ HẢI BÁC** 3
Những ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam nhìn từ góc độ liên ngành
- NGUYỄN THỦY GIANG** 29
Vấn đề kế thừa và phát huy văn hóa truyền thống Hàn Quốc hiện trạng và giải pháp

GIÁO DỤC TIẾNG HÀN

- HOÀNG THỊ YẾN** 46
Nghiên cứu đặc điểm thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn
- LÃ THỊ THANH MAI** 62
Phương pháp dạy - học từ xưng hô và cách xưng hô tiếng Hàn hiệu quả cho người Việt Nam

GÓC THƯỜNG THỨC

- LÊ ĐĂNG HOAN** 75
Một vài cảm nghĩ về tập thơ "Em đã sống vì ai"

ISSN 2354 - 0621

발행인
Prof.Ph.D. MAI NGOC CHU

부발행인
M.A. DANG THIEU NGAN

감수
Ph.D. LUU TUAN ANH
Ph.D. NGUYEN THI THAM

대외협력부 부장
M.A. TRAN THI HUONG

편집위원회
위원장
Prof.Ph.D. MAI NGOC CHU

부위원장
Ph.D. PARK JI HOON

위원
M.A. DANG THIEU NGAN
Ph.D. LUU TUAN ANH
Ph.D. NGUYEN THI THAM
A.Prof.Ph.D. PHAN THU HIEN
Ph.D. TRAN VAN TIENG
Ph.D. LE DANG HOAN
Ph.D. LY XUAN CHUNG
M.A. LE THI THU GIANG
M.A. TRAN THI HUONG
Ph.D. NGHIEM THI THU HUONG

발행: 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
문의: 09122211106; 0918485969; 01646996986
이메일: tapchihanquoc@gmail.com;

발행허가: 1232/GP-BTTTT
인쇄: Công ty TNHH Đầu tư và DVKT Tường Thủy

목록

한국학

- TRAN THI HUONG - CAO THI HAI BAC 3
학제간의 접근으로 바라보는 베트남에서의 한류의 영향
NGUYEN THUY GIANG 29
한국 전통문화의 계승과 발전에 대하여 - <현황 및 방안>

한국어 교육

- HOANG THI YEN 46
한국어 언어학 용어의 특징에 관한 연구
LA THI THANH MAI 62
베트남 학습자를 위한 호칭어 및 호칭법의 효과적인 교수 방안

사회 문화체험

- LE DANG HOAN 75
김광규 시인의 “누군가를 위하여”에 대한 몇 가지의 생각

ẢNH HƯỞNG CỦA HÀN LƯU TẠI VIỆT NAM NHÌN TỪ GÓC ĐỘ LIÊN NGÀNH

*Trần Thị Hương - Cao Thị Hải Bắc **

Năm 2014 Hội Nghiên cứu khoa học về Hàn Quốc của Việt Nam (KRAV) dưới sự tài trợ của Trung tâm văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam đã thực hiện đề tài "Nghiên cứu về hiện tượng Hàn lưu trong đời sống văn hóa Việt Nam". Kết quả nghiên cứu của đề tài lần lượt được trích đăng trong Tạp chí Hàn Quốc số 3 và số 4/2015. Dưới đây là nội dung Phần 1 của Đề tài.

Từ khóa: Hàn lưu, ảnh hưởng của Hàn lưu, lĩnh vực Hàn lưu, giá trị kinh tế của Hàn lưu

Bài viết là bức tranh đa diện về hiện tượng Hàn lưu tại Việt Nam từ cách tiếp cận liên ngành. Ngoài việc khái quát về lịch sử hình thành và phát triển của Hàn lưu trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng, bài viết còn cung cấp những bằng chứng thực nghiệm về mức độ ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam hiện nay cũng như ảnh hưởng của các lĩnh vực Hàn lưu đa dạng đến đời sống văn hóa,

kinh tế và xã hội Việt Nam. Nội dung văn hóa Hàn lưu được phân tích không chỉ gồm các lĩnh vực đã được bàn luận nhiều như phim ảnh, âm nhạc, thời trang v.v... mà còn bao gồm cả các lĩnh vực ít được đề cập đến như truyện tranh, phim hoạt hình, trò chơi trực tuyến v.v...

1. Đặt vấn đề

Thuật ngữ "Hàn lưu" hay còn gọi là "Làn sóng Hàn Quốc" mới xuất hiện vào cuối thế kỷ 20 đầu thế kỷ 21, được dùng để chỉ hiện tượng văn hóa Hàn Quốc được hâm mộ trên toàn cầu, đặc biệt ở các quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Jo Seong Ryong (2005) đã nhận định rằng Hàn lưu ở Việt Nam đang có sức hút mạnh mẽ hơn bất kì quốc gia nào khác ở Đông Á. Hàn lưu tiến gần tới cuộc sống của người dân Việt Nam một cách tự nhiên và hiện nay, nó đã trở thành một loại hình văn hóa mới, độc đáo đối với đại bộ phận người dân Việt Nam. Có thể nói, làn sóng này đang gây ảnh hưởng

* Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc - Th.S, NCS Trường Đại học Ngoại ngữ - Đại học quốc gia Hà Nội.

không nhỏ đến văn hóa Việt ở cả mặt tích cực và tiêu cực, song sự quan tâm đối với Hàn lưu ở Việt Nam trong lĩnh vực học thuật lại chưa thực sự sâu sắc. Đặc biệt, các nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra bảng hỏi và phỏng vấn sâu để khảo sát các đối tượng tiếp nhận Hàn lưu tại các nước bản địa đang bộc lộ rõ nhiều điểm hạn chế. Bên cạnh đó, các nghiên cứu sử dụng tổng hợp các phương pháp tiếp cận liên ngành như xã hội học, văn hóa học, kinh tế học v.v... để phân tích, đánh giá ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam còn chưa nhiều.

Nghiên cứu về Hàn lưu ở Việt Nam có thể chia thành nghiên cứu do người Hàn Quốc thực hiện và nghiên cứu do người Việt Nam thực hiện. Những nghiên cứu do người Hàn thực hiện có thể kể đến như Kim Jong Ok (2005); Park Gi Ok(2005); Kim Young Chan (2008)... Những nghiên cứu về Hàn lưu do người Việt thực hiện có thể chia thành các bài ngôn luận trên báo chí truyền thông Việt Nam, các nghiên cứu học thuật được thực hiện ở Việt Nam, các luận văn của du học sinh Việt Nam học tập tại Hàn Quốc. Trong các luận văn về Hàn lưu ở Việt Nam của du học sinh Việt đang học tập tại Hàn Quốc có thể kể đến một số nghiên cứu tiêu biểu như: Phạm Thị Thanh Thủy (2010), Lê Thị Thu Trang (2012), Vũ Thị Thanh Hương (2012). Tiêu biểu cho nhóm các nghiên

cứ học thuật về Hàn lưu bao gồm Phan Thị Thu Hiền (2012), Lý Xuân Chung (2012), Phan Thị Oanh (2013), Đặng Thiếu Ngân (2014), Nguyễn Thị Thắm (2014)...

Tóm lại, mặc dù có sự khác biệt về hướng nghiên cứu, song hạn chế chung của những nghiên cứu đi trước là thiếu tính tổng hợp, bao quát toàn diện. Đại bộ phận các nghiên cứu này chỉ tiếp cận Hàn lưu ở một số lĩnh vực như âm nhạc, phim điện ảnh, phim truyền hình, trong khi ở Việt Nam, các lĩnh vực Hàn lưu khác như mỹ phẩm, chữ Hàn, phim hoạt hình, trò chơi trực tuyến, quán cà phê kiểu Hàn Quốc, siêu thị K-mart... cũng đang tạo ra một làn sóng mới nhưng ít được bàn luận đến.

Như vậy, các nghiên cứu thực nghiệm xuất phát từ góc độ toàn diện và đầy đủ hơn nhằm quan sát hiện tượng văn hóa đặc biệt này là vô cùng cấp thiết. Trên cơ sở những mặt hạn chế của những nghiên cứu vốn có và bối cảnh phát triển của Hàn lưu tại Việt Nam hiện nay, nghiên cứu này đặt mục tiêu đầu tiên vào việc khái quát quá trình triển khai bao gồm lịch sử của Hàn lưu và hình ảnh hiện tại của nó ở khu vực Đông Nam Á, đặc biệt là ở Việt Nam. Tiếp theo, mục tiêu thứ hai của nghiên cứu là khảo sát và đánh giá mức độ ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam từ cách tiếp cận liên ngành như xã hội học, văn hóa học, kinh tế học.

Từ cách tiếp cận văn hóa học và xã hội học, chúng tôi muốn tìm hiểu ảnh hưởng của Hàn lưu đến những thay đổi của văn hóa, xã hội, nhận thức và lối sống của người Việt. Đồng thời, nhìn từ cách tiếp cận kinh tế học, chúng tôi cũng tìm hiểu giá trị kinh tế mà Hàn lưu mang lại cho người dân Việt Nam. Các lĩnh vực Hàn lưu được chọn để phân tích có thể chia làm 4 nhóm: văn hóa đại chúng, văn hóa đặc trưng, văn hóa nghệ thuật hiện đại, các ngành công nghiệp văn hóa khác. Trong nghiên cứu này, văn hóa đại chúng được bàn đến bao gồm Kpop, chương trình game show, phim điện ảnh, phim truyền hình, văn hóa đặc trưng là Tiếng Hàn và ẩm thực Hàn Quốc, văn hóa nghệ thuật hiện đại được phân tích gồm có trò chơi trực tuyến, hoạt hình, truyện tranh và các ngành công nghiệp văn hóa khác cũng được bàn luận như thời trang, mỹ phẩm, hàng điện tử.

Ngoài việc sử dụng linh hoạt và triệt để phương pháp tổng hợp tài liệu trên các trang mạng xã hội như facebook, google, thông cáo báo chí, các nghiên cứu học thuật đã được công bố v.v..., chúng tôi cũng kết hợp các phương pháp điều tra xã hội học bao gồm điều tra thực tế, điều tra bảng hỏi, phỏng vấn sâu v.v... Điều tra bảng hỏi dưới hình thức trả lời online đã được tiến hành với 232 đối tượng tham gia thông qua facebook, email... trong vòng 3 tháng, từ tháng 9

đến tháng 12 năm 2014. Phỏng vấn sâu được tiến hành với 12 đối tượng, đa dạng về tuổi tác và ngành nghề. Cuối cùng, với phương pháp điều tra thực tế, chúng tôi đã chia làm 2 nhóm điều tra, tiến hành điều tra trọng tâm ở khu vực Hà Nội. Sau khi có kết quả điều tra, chúng tôi đã lựa chọn phương pháp phân tích tần suất, tức là tính toán tỉ lệ phần trăm của lĩnh vực được trả lời, rồi phân tích xem tỉ lệ đó đang phản ánh điều gì.

Như vậy, với các mục tiêu nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu từ cách tiếp cận liên ngành như trên, bài viết nhằm trả lời ba câu hỏi. Thứ nhất, lịch sử xuất hiện của Hàn lưu tại một số quốc gia Châu Á và ngoài khu vực Châu Á như thế nào? Thứ hai, mức độ ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam hiện nay ra sao? Thứ ba, ảnh hưởng của từng lĩnh vực Hàn lưu đến đời sống văn hóa Việt khác nhau như thế nào?

2. Khái quát lịch sử Hàn lưu theo khu vực địa lý

Hàn lưu hiện nay đã trở thành một hiện tượng mang tính toàn cầu, song không thể phủ nhận sự thật rằng nguồn gốc của làn sóng này bắt đầu từ khu vực Châu Á, với trọng tâm là Trung Quốc và Nhật Bản. Vì thế, lịch sử của Hàn lưu chính là lịch sử Hàn lưu của khu vực Châu Á.

Hàn lưu là tên gọi của hiện tượng văn hóa đại chúng Hàn Quốc được mên

mộ tại các quốc gia và vùng lãnh thổ Đông Á như Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Việt Nam, Nhật Bản (Ha Jong Won. Yang Eun Kyung, 2002). Với việc phát sóng bộ phim truyền hình “Trái tim mùa thu” vào năm 2004 tại Nhật Bản và việc khách du lịch Nhật Bản tới thăm quan Hàn Quốc, Hàn lưu lại một lần nữa trở thành chủ đề được nhắc đến trong xã hội Hàn Quốc. Giờ đây, nó còn dùng để chỉ cả việc sử dụng các sản phẩm văn hóa hay phim truyền hình được xuất khẩu sang Bắc Mỹ, Châu Âu, Châu Phi... Hàn lưu đã vượt ra khỏi phạm vi của việc sử dụng văn hóa đại chúng Hàn Quốc vốn chỉ giới hạn trong khu vực Đông Á và mở rộng thành trào lưu hay việc sử dụng văn hóa đại chúng Hàn Quốc trên toàn thế giới (Lee Eun Suk, 2002). Từ khi văn hóa đại chúng hay chính là âm nhạc đại chúng Hàn Quốc với tên gọi là Korean Pop Song (K-POP) và phim truyền hình theo xu hướng phát triển nhanh chóng từ nửa cuối những năm 1990 và mở rộng sang toàn bộ các khu vực như Việt Nam, Singapore, Hồng Kông, Thái Lan, Indonesia chứ không chỉ giới hạn ở Trung Quốc, Nhật Bản, đồng thời đón nhận được sự quan tâm của đông đảo các tầng lớp, Hàn lưu đã liên tục được mở rộng thành văn hóa Hàn Quốc, con người Hàn Quốc, đất nước Hàn Quốc và trở thành một hiện tượng văn hóa có vị trí vững chắc, cần được quan sát kỹ lưỡng

với thời gian dài hơn nữa (Ryu Woong Jae, 2008, tr. 133-134).

2.1. Hàn lưu ở Trung Quốc

Thời kì đầu, hiện tượng Hàn lưu lan rộng một cách nhanh chóng với trung tâm là Trung Quốc. Từ “Hàn lưu” ở Trung Quốc được sử dụng trước nhất trên báo Thanh niên Bắc Kinh, Trung Quốc vào năm 1999, sau đó bắt đầu chính thức thu hút sự quan tâm của khán giả Trung Quốc kể từ khi bộ phim “Tình yêu là gì” được phát sóng trên kênh 1 của đài CCTV, Trung Quốc. Tháng 2 năm sau đó, chương trình biểu diễn của H.O.T đã dành được sự mến mộ đặc biệt và đây chính là động cơ giúp thuật ngữ “Hàn lưu” được sử dụng rộng rãi (Lee Eun Suk, 2000). Ngày 30 tháng 9 năm 2000, tờ Nhật báo nhân dân, trang báo uy lực nhất Trung Quốc đã đăng tin về việc tổ chức chương trình ca nhạc quy mô lớn của các ca sĩ và từ mới “Hàn lưu” bắt đầu được sử dụng chính thức với ý nghĩa là trào lưu âm nhạc Hàn Quốc. Kể từ đó, ý nghĩa của từ “Hàn lưu” chủ yếu là để chỉ văn hóa đại chúng Hàn Quốc như “làn sóng Hàn Quốc”, “làn gió văn hóa đại chúng Hàn Quốc”, “sức nóng của văn hóa đại chúng Hàn Quốc” và được truyền thông Trung Quốc sử dụng với ý nghĩa là “trào lưu Hàn Quốc xâm nhập” (Lee Eun Suk. 2002).

2.2. Hàn lưu ở Nhật Bản

Nhìn vào xu hướng du nhập, có thể thấy rằng, văn hóa đại chúng Hàn Quốc ở

Nhật Bản được giới thiệu nhờ cơn bùng phát Châu Á trong nội địa Nhật Bản bắt đầu từ những năm 1990. Sau đó, đến năm 2000, phim Hàn Quốc ngày càng thu hút sự quan tâm và sự gia tăng mối quan tâm đối với văn hóa đại chúng Hàn Quốc, bao gồm cả phim ảnh đã khiến xuất hiện từ mới “cơn bùng phát Hàn lưu”. Tháng 2 năm 2002, bộ phim truyền hình hợp tác Hàn - Nhật “Friends” do MBC của Hàn Quốc và TBS của Nhật Bản hợp tác sản xuất được phát sóng. “Friends” là bộ phim truyền hình đầu tiên mà hai nước Hàn - Nhật đồng sản xuất và đã trở thành đề tài được bàn luận. Nó tạo ra phản ứng vô cùng mạnh mẽ tại Nhật Bản với sự ra đời của ngôi sao Hàn lưu là Won Bin và tỉ lệ khán giả rất cao (tập 1 là 14.1%, tập 2 là 15.3%) (Kim Young Deok, 2002). Nhờ đó, số lượng người hâm mộ là nữ ở Nhật Bản, những người lên kế hoạch đi du lịch Hàn Quốc hoặc bắt đầu học tiếng Hàn với mơ ước yêu được chàng trai Hàn Quốc đẹp trai như Won Bin đã gia tăng đáng kể. Sau “Friends”, việc phát sóng bộ phim “Bản tình ca mùa đông” đóng vai trò lớn hơn nữa vào làn sóng Hàn lưu. “Bản tình ca mùa đông” khiến tầng lớp nữ trung niên Nhật hồi tưởng về thời tuổi trẻ và giúp ra đời hội chứng Bae Yong Jun. Vào giai đoạn 2 của Hàn lưu, bên cạnh phim truyền hình, chúng ta còn thấy được thành quả của các nội dung khác như âm nhạc. Các ca sĩ Hàn Quốc như

BoA hay DBSK cũng thu hút sự quan tâm rất lớn tại Nhật Bản.

Hàn lưu ở Nhật Bản được ủng hộ, đặc biệt là tầng lớp nữ khán giả trung-cao niên, nhờ ấn tượng của “Bản tình ca mùa đông” và sự xuất hiện của “Yonsama”. Hiện tượng “Hàn lưu” này đã tạo ra sự thay đổi hình ảnh tích cực của người Nhật đối với đất nước và con người Hàn Quốc. Hiện tượng Hàn lưu đã trở thành một hình thức giao lưu văn hóa mới, giúp hai nước dù là láng giềng gần gũi về mặt địa lý nhưng lại thiếu quan tâm và hiểu biết lẫn nhau có cơ hội giao lưu tương hỗ thông qua các lĩnh vực phi chính trị và sử dụng các nội dung văn hóa đa dạng. Điều đáng chú ý ở đây chính là các fan nữ U40, U50 là những người có vai trò to lớn trong tiến trình giao lưu văn hóa mới đó. Nữ giới Nhật Bản yêu thích phim truyền hình Hàn Quốc nhờ việc phim Hàn Quốc biểu hiện cảm xúc thành thật và xây dựng các yếu tố trong tính cách nhân vật nam mà họ không thể tìm thấy ở người đàn ông Nhật Bản (Kim Young Deok, 2002).

2.3. Hàn lưu ở Đông Nam Á

Các quốc gia Đông Nam Á có sự khác biệt và pha trộn rất nhiều về ngôn ngữ, tôn giáo, chủng tộc... Tuy nhiên, ở phương diện đó, nếu so sánh với Hàn Trung Nhật, dễ dàng có thể tìm thấy tính chất tương đồng giữa các quốc gia Đông Nam Á. Điều này xuất phát từ những ảnh

hưởng của điều kiện địa lý khí hậu tới đời sống và hơn thế nữa là từ việc xây dựng quan hệ và tiếp xúc thường xuyên với nhau trong thời gian dài trên tất cả các lĩnh vực như lịch sử, kinh tế, văn hóa. Bên cạnh đó, ở các quốc gia Đông Nam Á còn có nhiều điểm tương đồng như trải nghiệm thời kì bị thực dân hóa bởi chủ nghĩa đế quốc, mâu thuẫn và đấu tranh do ý niệm cộng sản chủ nghĩa, kinh nghiệm độc tài, coi việc phát triển chậm về kinh tế so với Đông Bắc Á là vấn đề cấp thiết.

Bối cảnh xã hội, chính trị, lịch sử này đã giúp các quốc gia Đông Nam Á tích lũy nhiều trải nghiệm văn hóa cả ở trên phương diện văn hóa đại chúng. Không còn nghi ngờ gì nữa, lẽ đương nhiên, người dân ở các quốc gia Đông Nam Á sẽ yêu văn hóa đại chúng của chính đất nước họ. Tuy nhiên, có lẽ xuất phát từ rất nhiều kinh nghiệm văn hóa mà người dân ở đây vô cùng cởi mở, không giới hạn quốc tịch trong việc du nhập và tiếp nhận các sản phẩm văn hóa đại chúng hải ngoại (Kim Su Jeong, 2012).

Tại Singapore, phim điện ảnh Hàn Quốc “Swiri” và phim truyền hình Hàn Quốc gần như du nhập cùng thời điểm vào năm 2001 và nhanh chóng nhận được sự chú ý của người dân. Đặc biệt, ở trường hợp của phim truyền hình, sau khi nhập khẩu phim truyền hình Hàn Quốc, phim truyền hình Nhật Bản từng bị đẩy lùi với

tốc độ nhanh chóng hơn. Từ năm 2007, K-Pop của Hàn Quốc đã được khán giả ngày càng thêm hâm mộ, các chương trình biểu diễn của nhóm nhạc K-Pop tại Singapore được tổ chức thường xuyên.

Tại Thái Lan, phim truyền hình Hàn Quốc được phát sóng lần đầu tiên vào năm 1997 (Yun Jae Sik, 2004), song thực chất là bắt đầu nhập khẩu từ năm 2002, sau khi bộ phim truyền hình “Trái tim mùa thu” được đánh giá tốt vào năm 2001.

Thời gian gần đây, so với Việt Nam, Hàn lưu được quan tâm nhiều hơn tại Thái Lan. Đặc biệt, càng ở những quốc gia nhập khẩu các sản phẩm văn hóa đại chúng Hàn Quốc muộn hơn càng xuất hiện hiện tượng K-Pop được yêu thích song hành thậm chí thúc đẩy sự hâm mộ điện ảnh.

Hàn lưu giờ đây là sự giao lưu văn hóa đa dạng và các sản phẩm do một vài quốc gia cùng góp vốn, kỹ thuật, nhân lực... để sản xuất như sách báo, phim ảnh, kịch, kịch phi ngôn ngữ... Bên cạnh đó, nó còn bao gồm ẩm thực và thời trang, phong cách sống như du lịch và nghệ thuật truyền thống, sự giao lưu các sản phẩm như dịch vụ và sản phẩm công nghiệp, và hơn nữa là sự gia tăng về kết hôn quốc tế (Ryu Woong Jae, 2008).

2.4. Hàn lưu ở Việt Nam

Việt Nam là quốc gia mà phim ảnh Hàn Quốc được giới thiệu sớm nhất và được mến mộ nhất trong số các quốc gia

Đông Nam Á. Phim Hàn Quốc ở Việt Nam được giới thiệu đầu tiên vào năm 1997 và bộ phim truyền hình “Anh em nhà bác sĩ” được phát sóng năm 1998 đã nhận được sự quan tâm đột phá của khán giả. Đây được coi là tâm chấn của Hàn lưu ở khu vực Đông Nam Á (Kim Young Chan, 2008). Jang Dong Gun, diễn viên chính của bộ phim này được yêu mến tới mức được khán giả gọi là diễn viên nhân dân và hiện nay vẫn còn là kí ức văn hóa trong lòng đại chúng.

Mặc dù phim Hàn Quốc không phải lúc nào cũng được hâm mộ cuồng nhiệt tại Việt Nam nhưng chương trình của Hàn Quốc chiếm 30% tổng số các chương trình nhập từ nước ngoài năm 2003 (Yun Jae Sik, 2004) và chiếm 70% trong tổng số các chương trình nhập khẩu với khoảng 1.800 tập năm 2009.

Sản phẩm truyền hình Hàn Quốc ra mắt khán giả Việt Nam lần đầu tiên vào năm 1996 và đã được rất nhiều khán giả yêu mến chỉ trong thời gian ngắn, từ đó tạo ra Hàn lưu. Các sản phẩm văn hóa đại chúng Hàn Quốc đến Việt Nam lần lượt từ phim truyền hình, phim điện ảnh rồi đến âm nhạc đại chúng. Xét theo về khía cạnh thời gian, sự xuất hiện của các sản phẩm truyền hình Hàn Quốc ở thời điểm này là vô cùng thích hợp (Park Gi Ok, 2005, tr. 34-35).

Tóm lại, lịch sử Hàn lưu ở Việt Nam xuất phát từ phim truyền hình Hàn Quốc. Từ bước đầu này, những nội dung

Hàn lưu khác như phim điện ảnh, K-Pop, thời trang, ẩm thực... đã từng bước đi vào đời sống của người dân Việt Nam và nhanh chóng nhận được sự mến mộ của đông đảo khán giả Việt.

2.5. Hàn lưu tại các quốc gia khác ngoài Châu Á

Khác với thời kì trước, thời kì đỉnh điểm của Hàn lưu khu vực Châu Á, ngày nay, Hàn lưu đã mở rộng ra toàn thế giới và đang phát triển với tốc độ nhanh chóng. Không chỉ có phạm vi ảnh hưởng mà nội dung văn hóa của Hàn lưu cũng trở nên đa dạng hơn, gắn bó chặt chẽ với các thương hiệu mang tên Hàn Quốc. Bộ phim “Bản tình ca mùa đông” được phát sóng tại Nhật Bản vào năm 2004 và Hàn lưu lại trở thành đề tài được bàn luận trong xã hội Hàn Quốc. Sau đó, điện ảnh Hàn Quốc hay các sản phẩm văn hóa khác đã được xuất khẩu sang tận Bắc Mỹ, Châu Âu và Châu Phi. Nó đã vượt ra khỏi việc sử dụng văn hóa đại chúng Hàn Quốc vốn chỉ giới hạn ở khu vực Đông Á và mở rộng phạm vi trở thành trào lưu hay việc sử dụng văn hóa đại chúng Hàn Quốc trên toàn thế giới (Lee Eun Suk, 2002).

Ở Châu Âu, chương trình ca nhạc SM TOWN đã được tổ chức tại Le Zenith từ mừng 9 đến mừng 10 tháng 6 năm 2001. Dù đây là sân khấu lớn với sức chứa tới 7000 người song toàn bộ chương trình đã hết vé chỉ trong khoảng

thời gian rất ngắn. Ngoài ra, Big Bang được coi là nhóm nhạc Hàn lưu được mến mộ nhất tại Châu Âu. Tiếp đến là BEAST, SNSD, SHINEE... Lee Eun Suk (2002) đã tổng hợp kết quả của một báo cáo điều tra Hàn lưu Châu Âu và thương hiệu quốc gia được thực hiện gần đây với sinh viên năm quốc gia: Ý, Hungari, Đức, Pháp, Anh. Kết quả điều tra này cho thấy tuy có sự khác biệt ít nhiều giữa các quốc gia, song các nhóm nhạc thần tượng của Hàn Quốc vẫn được yêu thích nhất. Trong số năm quốc gia thuộc đối tượng điều tra, Anh là nơi Big Bang được yêu thích nhất, Pháp thích SNSD, Đức thích DBSK, Ý thích Bi (Rain), Hungari thích BEAST. Có thể tóm tắt kết quả điều tra trên đây như sau.

- Số 1 Anh (Big Bang 20.7%), Pháp (SNSD 17.9%), Đức (DBSK 6%), Ý (Bi 6.1%), Hungari (BEAST 12.1%)
- Số 2 Anh (Bi 13.8%), Pháp (DBSK 17.9%), Đức (Big Bang 4.5%), Ý (Super Junior 6.1%), Hungari 12.1%)
- Số 3 Anh (SNSD 10.3%), Pháp (Big Bang 10.7%), Đức (SNSD 4.5%), Ý (BoA 4.1%), Hungari (SHINEE 5.1%)
- Tổng hợp Số 1: Big Bang 8.8%, Số 2: BEAST 5.8%, Số 3: SNSD 5.5%, Số 4: DBSK: 3.3%, Số 5: Bi 3%, Số 6:

SHINEE 3%, Số 7: Super Junior 3%, Số 8: BoA 2.1%

Bất chấp một sự thật là phạm vi ảnh hưởng của Hàn lưu đang được khuếch tán sang cả Châu Âu và Châu Phi..., cho đến nay, Châu Á vẫn được coi là trung tâm của Hàn lưu. Tuy nhiên, khác với giai đoạn đầu, khu vực trung tâm này đang cho thấy xu hướng dịch chuyển từ Nhật Bản hay Trung Quốc sang Việt Nam. Theo Đặng Thiều Ngân (2014: 38), 09 chương trình đại nhạc hội quy mô lớn với sự tham gia của các nghệ sĩ nổi tiếng nhất Hàn Quốc đã được tổ chức tại Việt Nam trong vòng 4 năm gần đây, từ năm 2011 đến năm 2014.

3. Sức ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam

Như đã đề cập ở trên, trung tâm của Hàn lưu ở Đông Nam Á đang có xu thế dịch chuyển dần sang Việt Nam. Điều này có nghĩa là sức ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam đang ngày càng mạnh mẽ. Nhưng làm thế nào để đo lường được sức ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam? Để làm rõ điều đó, nghiên cứu này đã lựa chọn phương pháp so sánh. Tức là, dựa trên kết quả điều tra bằng hỏi trực tuyến, chúng tôi sẽ so sánh mức độ yêu thích các nội dung văn hóa của quốc gia khác so với nội dung Hàn lưu của Hàn Quốc, và xếp hạng thứ tự ảnh hưởng của những quốc gia này ở Việt Nam. Kết quả điều tra được thể hiện cụ thể trong Bảng 1.

Bảng 1: Địa điểm du lịch ở châu Á được người Việt ưa thích

Hàn Quốc	75%
Nhật Bản	20%
Trung Quốc	4%
Thái Lan	1%

Một trong các câu hỏi được đưa ra là “Nếu có cơ hội du lịch châu Á, bạn muốn đến đất nước nào?”. Nhìn vào bảng 1, chúng ta có thể thấy số người trả lời lựa chọn Hàn Quốc là địa điểm du lịch muốn tới nhất ở châu Á chiếm tỷ lệ cao nhất với 75%. Tỷ lệ áp đảo này không chỉ cho thấy tình cảm tốt đẹp của người Việt đối với Hàn Quốc mà còn cho thấy sức ảnh hưởng lớn của Hàn lưu ở Việt Nam so với văn hóa các quốc gia khác.

Không thể phủ nhận rằng những điểm đặt chân đầu tiên của Hàn lưu chính là Trung Quốc, Nhật Bản. Ngay từ những năm 1990, phim ảnh Hàn Quốc đã tạo nên cơn sốt trong giới hâm mộ Trung Quốc và Nhật Bản. Các quốc gia Đông Nam Á đón nhận Hàn lưu muộn hơn song ảnh hưởng của Hàn lưu tại khu vực này không kém phần sôi nổi như tại Trung Quốc và Nhật Bản. Các quốc gia Đông Nam Á có nhiều điểm tương đồng như trải nghiệm chế độ bị thực dân hóa bởi các nước Tây Âu và chiến tranh với chủ nghĩa đế quốc, mâu thuẫn và đấu tranh cho ý niệm cộng sản chủ nghĩa, coi

việc phát triển chậm về kinh tế so với Đông Bắc Á là vấn đề cấp thiết cần giải quyết. Những điểm tương đồng này, một mặt khiến họ yêu văn hóa đại chúng của dân tộc mình hơn bao giờ hết, nhưng mặt khác, do được tiếp cận với nhiều nền văn hóa trong lịch sử nên họ cũng rất cởi mở trong việc du nhập và tiếp nhận các sản phẩm văn hóa đại chúng của nước ngoài (Kim Su Jeong, 2012).

Trong các quốc gia Đông Nam Á thì Hàn lưu đến Việt Nam sớm nhất nhưng có sức sống bền bỉ và chín muồi nhất. Mặc dù trong quá trình tiếp nhận Hàn lưu tại Việt Nam không tránh khỏi những thái độ trái chiều yêu, ghét nhưng nhìn chung những đánh giá tiêu cực về Hàn lưu tại Việt Nam chưa bao giờ lớn đến mức trở thành làn sóng phản kháng như hiện tượng này đã từng xảy ra tại Nhật Bản hay Trung Quốc. Trong một nghiên cứu của giáo sư Kim Ik Gi đến từ đại học Dongkuk, được thực hiện tháng 1 năm 2012, ông đã tiến hành điều tra bằng hình thức Tập trung thảo luận nhóm (Focus Group Discussion). Ông chọn

tổng cộng 53 người tại Bắc Kinh (Trung Quốc), Đài Bắc (Đài Loan), Tokyo (Nhật Bản) và chia thành 4 nhóm (nhóm sinh viên nam; nhóm sinh viên nữ; nhóm nam trên 30 tuổi; nhóm nữ trên 30 tuổi). Thông qua những thảo luận nhóm này, chúng ta biết được một bộ phận người Trung Quốc và Nhật Bản đang nhìn Hallyu như thế nào. Nhiều người tỏ ra lo lắng về sự lép vế của văn hóa nước mình trước việc tiếp nhận sản phẩm văn hóa Hàn Quốc quá đà. Việc tác động chính trị vào giao lưu văn hóa sẽ làm nảy sinh nhiều vấn đề. Theo kết quả điều tra của Nội các Nhật Bản trong năm vừa qua, mức độ thân thiện với người Hàn Quốc của người dân Nhật Bản trên 60%, nhưng do ảnh hưởng từ mâu thuẫn trong vấn đề tranh chấp lãnh thổ giữa hai nước, kết quả từ sau tháng 8 đến tháng 11 năm ngoái giảm xuống dưới 40%. (Trích theo Phan Thị Oanh, Viện nghiên cứu Đông Bắc Á). Bên cạnh đó, Quỹ Hàn Quốc giao lưu trao đổi văn hóa quốc tế (KOFICE) cũng đã tiến hành một khảo sát có qui mô để thăm dò mức độ yêu thích các sản phẩm văn hóa Hàn Quốc của người dân các nước Châu Á. Theo đó, phía Hàn Quốc thất vọng tuyên bố rằng những cư dân của bốn quốc gia Châu Á đang dần dần trở nên bất mãn với điện ảnh, âm nhạc cũng như phim truyền hình Hàn Quốc. Tại Trung Quốc, tỷ lệ phần trăm những người hài lòng với những bộ phim truyền hình Hàn Quốc đã

giảm từ 72% năm 2004 xuống 63.3% năm 2006. Trong khi đó tại Đài Loan tình hình cũng chẳng khả quan hơn chút nào. Và mức độ giảm sút là từ 62% xuống 57.9%. Nói cách khác, sự không thỏa mãn tăng từ 5% đến 5.4% tại Trung Quốc và từ 1% đến 3% tại Đài Loan. Cũng theo bản thông báo này phim ảnh Hàn Quốc dường như ngày càng mất đi tầm ảnh hưởng của mình, mảnh đất tung hoành của nó từ từ bị thu hẹp lại. Tại Nhật Bản, tỷ lệ những người hài lòng với phim nhựa Hàn giảm từ 60 xuống 54.6%, tại Trung Quốc giảm từ 75% xuống 59.7%, tại Đài Loan giảm từ 49% xuống 42.1%¹.

Không những không có những làn sóng phản Hàn lưu mạnh mẽ như tại Trung Quốc và Nhật Bản, tại Việt Nam, Hàn lưu còn được tiếp nhận một cách khá điềm tĩnh và có chọn lọc. Không khó để tìm thấy các thông tin trên báo mạng về các fan cuồng thần tượng Hàn Quốc thái quá tại Nhật Bản hay Trung Quốc. Ở Việt Nam, hiện tượng fan cuồng cũng đã xuất hiện nhưng không đáng quan ngại như tại Nhật Bản và Trung Quốc. Theo kết quả khảo sát của chúng tôi, số người trả lời rằng: rất muốn thay đổi theo diễn viên Hàn Quốc chỉ chiếm 10,6%, hay như số người trả lời rằng: muốn bắt chước theo thần tượng chỉ chiếm tỉ lệ chưa quá bán với 37,3%. Một kết quả nghiên cứu khác của Phan Thị Thu Hiền (2012: 33) cho biết thêm rằng 74,1%

Bảng 2: Vị trí yêu thích Hàn Quốc của người Việt Nam

Yêu thích thứ nhất	39%
Yêu thích thứ hai	14%
Yêu thích thứ ba	8%
Yêu thích trong top 5	32%
Không có trong danh sách yêu thích	7%

người được hỏi trả lời là không thích dùng những từ tiếng Hàn vào câu tiếng Việt, nhiều gấp 3 lần so với số người trả lời có thích. Tất cả các số liệu này giúp khẳng định rằng người Việt Nam, đặc biệt là giới trẻ đang tiếp nhận Hàn lưu với sự chín chắn nhất và điềm tĩnh nhất mà không làm mất đi giá trị bản sắc của dân tộc Việt Nam.

Theo số liệu từ Tổng cục du lịch Hàn Quốc (KTO), lượng khách du lịch nước ngoài đến đây đã tăng 9,3%, lập kỷ lục 12,2 triệu lượt trong năm 2013. Trong đó, lượng khách du lịch Việt tới Hàn Quốc cũng đang ngày một tăng: năm 2011 là 106.360 lượt; năm 2012: 110.250 lượt; năm 2013: 114.357 lượt; còn 8 tháng đầu năm 2014 là 94.488 lượt, tăng 20,2% so với cùng kỳ năm trước. Và con số này được dự đoán sẽ tăng lên đến 140.000 lượt trong năm nay.

Bên cạnh đó, với câu hỏi “Trong số các quốc gia bạn yêu thích, Hàn Quốc

xếp ở vị trí thứ mấy?” cũng cho thấy một kết quả tương tự (xem bảng 2).

Chiếm tỉ lệ cao nhất với 39% là số người trả lời lựa chọn Hàn Quốc là đất nước được yêu thích nhất. Có thể nói rằng chính ảnh hưởng mạnh mẽ của Hàn lưu cùng với quan hệ ngoại giao tốt đẹp và tính tương đồng trong văn hóa là những yếu tố quan trọng nhất để tạo nên cái nhìn tích cực của người Việt về Hàn Quốc.

Bên cạnh đó, tỉ lệ thường xuyên mua sắm tại các cửa hàng có bán các sản phẩm Hàn Quốc cũng như tỉ lệ yêu thích phong cách sống và tính cách của người Hàn Quốc và tỉ lệ yêu thích đất nước Hàn Quốc trong (bảng 3), (bảng 4), (bảng 5) dưới đây cũng phản ánh rõ mức độ ảnh hưởng mạnh mẽ của Hàn lưu trong lòng người dân Việt.

Chiếm tỉ lệ quá bán với 61% là số người trả lời rằng họ thường xuyên mua sắm các sản phẩm Hàn Quốc tại các cửa hàng, cửa hiệu đang kinh doanh tại Việt Nam. Điều này cho thấy rõ một thực tế

Bảng 3: Mức độ mua sắm sản phẩm Hàn Quốc

Thường xuyên	61%
Thỉnh thoảng	33%
Chưa bao giờ	6%

Bảng 4: Mức độ yêu thích người Hàn Quốc

Rất thích	25%
Thích	65%
Không thích	9%
Không hề thích	1%

là, với ảnh hưởng của Hàn lưu, ngày nay các sản phẩm Hàn Quốc đã không còn xa lạ với người dân Việt. Thậm chí, nhiều sản phẩm Hàn Quốc như thời trang, đồ gia dụng đã trở thành thương hiệu trong nhãn quan của người tiêu dùng Việt. Đáng chú ý hơn nữa là chỉ có 6% trả lời rằng họ chưa bao giờ mua sắm các sản phẩm của Hàn Quốc. Con số này càng góp phần khẳng định mạnh mẽ hơn rằng càng ngày càng có nhiều người Việt Nam biết đến và ưa dùng các sản phẩm của Hàn Quốc. Việc khuếch tán và củng cố vị trí của các sản phẩm Hàn Quốc tại thị trường Việt Nam như thế cũng chính là một trong những chiến lược duy trì và phát triển sức ảnh hưởng của Hàn lưu trong đời sống văn hóa Việt.

Đồng nhất với kết quả của nghiên

cứu này, trong nghiên cứu của thạc sĩ văn hóa học Phan Thị Oanh (Trung tâm nghiên cứu Hàn Quốc Viện nghiên cứu Đông Bắc Á) về “*Ảnh hưởng của Làn sóng văn hóa Hàn Quốc tới văn hóa tiêu dùng của giới trẻ Việt Nam*” thì số lượng bạn trẻ không mua hàng đến từ Hàn Quốc cũng chiếm tỉ lệ không lớn trong cả hai giới tính (nam 13%, nữ 21%)².

Không chỉ yêu thích các sản phẩm của Hàn Quốc, phần lớn người Việt Nam còn dành tình cảm yêu mến đối với đất nước và con người Hàn Quốc. Điều này được thể hiện rõ trong (bảng 4) và (bảng 5).

Theo kết quả khảo sát của nghiên cứu này, số người trả lời thích người Hàn Quốc, tức là có thiện cảm với người Hàn Quốc chiếm tỉ lệ cao với 65%. Nếu tính

Bảng 5: Cảm nhận về đất nước Hàn Quốc

Hiện đại, năng động	53%
Trẻ trung, thân thiện	28%
Bảo thủ, nghiêm ngặt	11%
Khó sinh sống	5%
Ý kiến khác	3%

cả số người trả lời thích và rất thích người Hàn Quốc cộng lại thì tỉ lệ người Việt Nam đang có thiện cảm với người Hàn Quốc lên đến 90%. Và chỉ có 10% trả lời rằng không thích hay không hề thích người Hàn Quốc. Khi được hỏi sâu hơn về các cảm nhận cụ thể đối với người Hàn Quốc thì 76% là tỉ lệ cao nhất cho rằng người Hàn Quốc rất chăm chỉ, 39% đánh giá người Hàn Quốc rất chân thành. Chỉ có 16% cho rằng người Hàn Quốc khó gần và 17% nói rằng người Hàn Quốc bảo thủ. Như vậy, có thể thấy rằng tỉ lệ đánh giá tích cực về người Hàn Quốc vẫn chiếm tỉ lệ cao hơn hẳn so với tỉ lệ đánh giá tiêu cực. Mặc dù 43% người trả lời cùng chung quan điểm rằng người Hàn Quốc khá nóng tính nhưng chúng tôi cho rằng "nóng tính" nên được coi là một đặc tính trung gian hơn là một đặc điểm mang tính tiêu cực.

Thông qua rất nhiều kênh giao lưu, tiếp xúc như trên phim ảnh, trong công ty, trong các buổi giao lưu văn hóa nghệ

thuật, trong môi trường làm ăn kinh doanh v.v... người Việt Nam đã biết đến và phần nào hiểu được đặc trưng và tính cách của con người Hàn Quốc. Mặc dù, cảm nhận về một con người sẽ khác nhau tùy thuộc những bối cảnh cụ thể khác nhau nhưng tựu chung lại, có thể nói rằng người Việt Nam đang dành một tình cảm yêu mến lớn đối với người Hàn Quốc. Kết quả nghiên cứu này cũng phản ánh đúng mối quan hệ tốt đẹp giữa hai nước Hàn - Việt trên cả góc độ chính phủ và nhân dân. Và không thể phủ nhận rằng để xây dựng được những tình cảm tốt đẹp như thế đã có phần đóng góp không nhỏ của Hàn lưu. Hàn lưu đã mang đến Việt Nam những hình ảnh tốt đẹp nhất về đất nước và con người Hàn Quốc.

Một điểm đáng chú ý nữa là xuất phát từ những tình cảm tốt đẹp với đất nước và con người Hàn Quốc, người Việt Nam còn góp phần quảng bá văn hóa Hàn lưu ra cộng đồng. 86% người trả lời nói rằng thường xuyên quảng bá, giới

**Bảng 6: Tần suất và địa chỉ trang web tiêu biểu
đăng các bài viết về Hàn Quốc⁴**

Trang Web	Tần suất đăng bài liên quan đến Hàn Quốc (Số lượng bài viết/tuần)
Kenh14.vn	120
Ngoisao.net	41
Kites.vn	245
360kpop.com	80
Kst.vn	150

thiếu, trao đổi thông tin về Hàn Quốc mà mình biết với những người sống xung quanh. Điều này cho thấy, người Việt Nam đang đóng hai vai trò, vừa là người tiếp nhận Hàn lưu vừa là người góp phần mở rộng phạm vi ảnh hưởng của Hàn lưu trong đời sống văn hóa Việt.

Khi hỏi về cảm nhận của bạn đối với đất nước Hàn Quốc cũng cho ra kết quả tương tự (xem bảng 5).

81% người trả lời đang có những cảm nhận tích cực về đất nước Hàn Quốc. Trong đó, 53% cho rằng Hàn Quốc là một đất nước hiện đại và năng động, 28% lại cảm nhận trẻ trung và thân thiện là đặc trưng tiêu biểu để đánh giá về Hàn Quốc. Số ý kiến tiêu cực khi đánh giá về Hàn Quốc chỉ chiếm tỉ lệ rất thấp với 16%. Trong đó, 11% người được hỏi bị ấn tượng mạnh bởi hình ảnh của một Hàn Quốc bảo thủ và nghiêm ngặt và chỉ có 5% nhận định rằng Hàn Quốc là một đất nước khó sống.

Mặt khác, việc quan sát tần suất xuất hiện và số lượng các bài viết liên quan đến Hàn Quốc trên các trang web Việt Nam cũng góp phần vào việc làm rõ mức độ ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam. Nếu thử nhập từ khóa “Hallyu” vào trang mạng xã hội Google, sẽ có 377.000 bài viết liên quan đến Hàn Quốc được đăng trên các trang web của Việt Nam, nếu thay từ khóa “Hallyu” bằng thuật ngữ “Hàn lưu”, chúng ta sẽ nhận được 1,090,000 kết quả. Tương tự, nếu nhập từ khóa “Làn sóng Hàn Quốc” hay “Trào lưu văn hóa Hàn Quốc”, sẽ lần lượt xuất hiện 542.000 và 533.000 bài viết liên quan đến Hàn Quốc trên các trang web Việt³.

Cùng với đó, ở nghiên cứu này, chúng tôi cũng đã tìm hiểu về tần suất đăng các bài viết liên quan đến Hàn Quốc trên 5 trang web được ưa thích nhất. Kết quả tìm kiếm được thể hiện ở bảng 6 ở trên.

Nội dung các bài viết này đề cập đến nhiều lĩnh vực đa dạng khác nhau như diễn viên điện ảnh, âm nhạc, phim truyền hình, thời trang, thể thao, đời sống... có liên quan đến Hàn Quốc. Điểm đáng chú ý là tần suất đăng các tin tức liên quan đến Hàn Quốc đứng ngay sau tần suất đăng các tin tức liên quan đến làng giải trí Việt và nhiều hơn so với tần suất đăng các tin tức liên quan đến Mỹ hay Anh, đặc biệt chiếm tỷ lệ lớn hơn nhiều so với tần suất đăng các tin tức liên quan đến Nhật Bản và Trung Quốc.

Trong các trang web kể trên, Kenh14.vn được đánh giá là trang tin tức dành cho giới trẻ với số lượng thông tin về Hàn Quốc và làn sóng Hàn Quốc chiếm phần chủ yếu. Không chỉ có báo mạng mà báo chí Việt Nam cũng chứa đựng những thông tin về Kpop, làn sóng Hallyu. Nếu bạn là một độc giả của tờ báo Hoa Học Trò đã đi vào ký ức của biết bao thế hệ học sinh thì hẳn bạn sẽ biết và đã từng bắt gặp những trang tin tức về Kpop về làn sóng Hàn Quốc. Một số báo Hoa Học Trò thường có 10 trang màu thì hơn một nửa số trang màu là hình ảnh về idol Hàn Quốc hay những thông tin mới nhất về làn sóng Hàn Quốc. Hơn thế nữa trang bìa của báo cũng thường xuyên có sự xuất hiện hình ảnh của idol Hàn Quốc. Ngoài ra những số báo đặc biệt còn có tặng kèm poster idol Kpop hay diễn viên, nghệ sĩ nổi tiếng Hàn Quốc... Những

điều ấy đủ để diễn tả sức ảnh hưởng quá mạnh của làn sóng Hallyu đối với con người Việt Nam.

Ngoài ra, quỹ giao lưu công nghiệp văn hóa Hàn Quốc vừa công bố kết quả nghiên cứu dựa trên các chỉ số đánh giá mức độ hâm mộ của công chúng đối với Làn sóng Hàn Quốc tại các nước châu Á. Theo đó, Việt Nam xếp thứ 4 về mức độ yêu thích làn sóng Hàn Quốc. Hàn lưu đã thâm nhập vào năng lực thấu cảm văn hóa của giới trẻ để rồi ảnh hưởng đến sở thích và nhu cầu của họ trong cuộc sống bởi sự phức hợp của ba yếu tố: tiêu dùng - giải trí - truyền thông⁵.

Tóm lại, dựa trên kết quả điều tra đáng tin cậy, không thể phủ nhận rằng Hàn lưu đang duy trì sức ảnh hưởng rộng và sâu trong đời sống văn hóa Việt. Mặc dù Hàn lưu ở Việt Nam thời kỳ đầu được biết đến chủ yếu thông qua phim điện ảnh và phim truyền hình nhưng ngày nay phạm vi của làn sóng ấy đang lan rộng đến cả nhiều lĩnh vực khác như âm nhạc, thời trang, thể thao, ẩm thực, game...

4. Ảnh hưởng của Hàn lưu trong từng lĩnh vực

4.1. Ảnh hưởng của văn hóa đại chúng như phim điện ảnh, phim truyền hình, Kpop, chương trình truyền hình

Theo Kim Young Chan (2008), cán bộ của một đài truyền hình tại Việt Nam cho biết: “Thời gian phát sóng phim truyền hình Hàn Quốc của các đài truyền

hình tại Việt Nam bình quân lên tới khoảng 4 tiếng mỗi ngày và đạt tỉ lệ khán giả rất cao. Ngoài ra, phim truyền hình Hàn Quốc chiếm tỉ lệ 20% tổng số các chương trình nước ngoài của thị trường phim truyền hình khu vực mua bán và tỉ lệ này đã tăng vọt lên tới 41% vào đầu năm 2006”. Điều này đã cho thấy phim truyền hình Hàn Quốc được phát sóng tại Việt Nam với tần suất tương đối cao.

Theo Seo Dong Hoon (2007: 22), phim truyền hình Hàn Quốc đang tiếp tục được hâm mộ và chiếm khoảng 10% tổng số phim truyền hình được phát sóng tại Việt Nam. Có thể nói, hầu như không có người Việt Nam nào chưa xem phim Hàn Quốc. Hầu hết các kênh giải trí, văn hóa đều chiếu phim truyền hình Hàn Quốc ở nhiều khung giờ khác nhau, đặc biệt vào cả các “khung giờ vàng” của các đài truyền hình trên cả nước. Tuy không có một thống kê chính xác về phim Hàn Quốc được phát sóng từ trước tới nay nhưng chúng tôi đã điều tra được thông tin về các bộ phim truyền hình tiêu biểu được phát sóng tại Việt Nam từ năm 2007 đến nay.

Cho đến nay, làn sóng phim Hàn Quốc vẫn liên tục dâng cao ở Việt Nam và giữ được sức hấp dẫn đối với khán giả Việt. Đặc biệt, năm 2014, bộ phim truyền hình “Vì sao đưa anh tới” đã nhận được sự yêu thích nồng nhiệt từ giới trẻ Việt Nam.

Theo kết quả điều tra online, so với các quốc gia châu Á như Nhật Bản, Trung Quốc, Thái Lan... thì phim điện ảnh và phim truyền hình Hàn Quốc đang nhận được sự yêu thích nhiều nhất từ khán giả Việt Nam với 71%. Tuy nhiên, so với thời kì đầu những năm 1990 mới du nhập vào Việt Nam, ảnh hưởng của phim ảnh Hàn Quốc đang duy trì một tốc độ chậm lại, không ồ ạt về số lượng nhưng đòi hỏi cao hơn về chất lượng. Theo khảo sát của Đỗ Nam Liên, năm 2005 có 64% thanh thiếu niên (từ 11 đến 22 tuổi) ở thành phố Hồ Chí Minh thích phim Hàn Quốc⁶. 7 năm sau, Phan Thị Thu Hiền cũng tìm hiểu về tỉ lệ thích phim Hàn Quốc ở học sinh, sinh viên thì thấy rằng tỉ lệ này thấp hơn so với tỉ lệ của năm 2005 với 49,8%. Để kiểm chứng thêm về điều này, trong khảo sát của chúng tôi cũng hỏi về mức độ yêu thích phim Hàn Quốc và kết quả thu được lớn hơn nhiều so với con số được đưa ra trong nghiên cứu của Phan Thị Thu Hiền (2012). Cụ thể có 51% trả lời rằng rất thích phim Hàn, 48% trả lời là thích xem phim Hàn. Điều này phản ánh phần nào mức độ ảnh hưởng của điện ảnh Hàn Quốc trong đời sống văn hóa Việt ở từng giai đoạn. Có thể nói, mức độ ảnh hưởng của điện ảnh Hàn Quốc đang đi theo một mô hình hình sin: ồ ạt ở giai đoạn đầu, rồi lại thoái trào ở giai đoạn tiếp theo và rồi lại bùng nổ trở lại trong giai đoạn hiện nay.

Doanh nghiệp Hàn Quốc CJ CGV năm 2011 đã mua lại Mega Star hệ thống rạp chiếu phim lớn nhất Việt Nam, mở rộng 126 màn hình, 14 cụm rạp ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, trở thành doanh nghiệp số 1 trong lĩnh vực kinh doanh rạp chiếu phim tại Việt Nam, đồng thời CJ CGV đang và sẽ mở rộng liên tục các rạp chiếu phim nhiều hơn nữa. Bên cạnh đó còn có Lotte Cinema, một công ty Hàn Quốc đang hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh rạp chiếu phim thành công ở Việt Nam cũng đã mua lại DMC, đến nay đã và đang mở rộng tổng cộng 12 cụm rạp, 60 màn hình. Việc CJ CGV doanh nghiệp đang vận hành cụm rạp chiếu phim tổ hợp lớn nhất Việt Nam và Lotte Cinema đẩy cao tỷ lệ chiếu phim điện ảnh Hàn Quốc chính là cơ hội mang điện ảnh, văn hóa Hàn Quốc đến với khán giả Việt ngày một nhiều hơn và hiệu quả hơn. Tháng 11 năm 2012, CJ CGV đã kết hợp với Trung tâm văn hóa Hàn Quốc đồng tổ chức liên hoan phim

Hàn Quốc tại thành phố Hà Nội, thành phố Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh. Đơn vị này cũng cho biết đang có kế hoạch trong tương lai sẽ tổ chức liên hoan phim thường niên nhằm quảng bá điện ảnh Hàn Quốc. Từ ngày 16 tháng 11 đến ngày 22 tháng 12 năm 2013, trung tâm văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam phối hợp cùng Lotte Cinema và Hội đồng điện ảnh Hàn Quốc đã tổ chức sự kiện *Tháng phim Hàn Quốc (Korean Film Month 2013)* với qui mô lớn bắt đầu từ Hà Nội cho đến các thành phố vừa và nhỏ khó tiếp cận với điện ảnh Hàn Quốc như Hà Nam, Quảng Ngãi, Phú Thọ, Khánh Hòa, Đà Lạt. Qua đó, sự kiện đã có hiệu quả truyền tải văn hóa Hàn Quốc, trong đó có điện ảnh Hàn Quốc đến các vùng xa xôi. Đặc biệt, tháng 6 năm 2014, chương trình 'Lớp học làm phim Toto' tại Việt Nam do CJ CGV tổ chức đã gây được sự thu hút lớn tới gần 1000 thanh thiếu niên tham gia (*Park Nak Jong, 2014: trang 10-11*).

Bảng 7: Phim truyền hình Hàn Quốc tiêu biểu được phát sóng tại Việt Nam đến năm 2014⁷

TT	Tên tiếng Hàn	Tên tiếng Việt
1	가을동화	Trái tim mùa thu
2	겨울연가	Bản tình ca mùa đông
3	낭랑 18세	Cô dâu nhỏ xinh
4	내 이름은 김삼순	Tên tôi là Kim Sam Sun
5	다모	Nữ kiếm khách

TT	Tên tiếng Hàn	Tên tiếng Việt
6	대장금	Nàng De Jang Kum
7	두번째 프로포즈	Lời cầu hôn thứ hai
8	명랑소녀 성공기	Cô gái trong sáng
9	변호사들	Luật sư
10	불새	Chim lửa
11	사랑이 뭐길래	Tình yêu là gì
12	상두야 학교가자	Sangdoo à, đến trường thôi
13	아름다운 날들	Những ngày tươi đẹp
14	여름향기	Hương mùa hè
15	유리구두	Giày thủy tinh
16	이브의 모든 것	Tình yêu trong sáng
17	인어아가씨	Nàng tiên cá
18	저 푸른 초원 위에	Thảo nguyên xanh
19	주몽	Joo Mong
20	질투	Ghen
21	천국의 계단	Nấc thang lên thiên đường
22	첫사랑	Mối tình đầu
23	태왕사신기	Tứ thần kí
24	파리의 연인	Chuyện tình Pari
25	패션 70's	Thời trang thập niên 70
26	풀하우스	Ngôi nhà hạnh phúc
27	해신	Hải thần
28	허준	Thần y Hơ Jun
29	호텔리어	Khách sạn
30	형수님은 열아홉	Chị dâu 19 tuổi
31	나는 행복합니다	Tôi hạnh phúc

TT	Tên tiếng Hàn	Tên tiếng Việt
32	최강서바이벌	Thử thách cuối cùng
33	못난이주의보	Cảm ơn cuộc đời
34	해를 품은 달	Mặt trăng ôm mặt trời
35	역전의 여왕	Nữ hoàng rắc rối
36	우리가 결혼할 수 있을까?	Chúng ta hãy kết hôn
37	닥터이방인	Bác sĩ Jin
38	광고천재 이태백	Thiên tài quảng cáo
39	내사랑 내결에	Hãy sống bên anh
40	별에서 온 그대	Anh đến từ ngôi sao

Bảng 8: Mức độ yêu thích phim Hàn Quốc

Rất yêu thích	51%
Yêu thích	48%
Không thích	1%

Với số lượng tương đối lớn của các bộ phim điện ảnh và phim truyền hình Hàn Quốc đang liên tục được trình chiếu tại Việt Nam đã cho thấy sức ảnh hưởng mạnh mẽ của điện ảnh Hàn Quốc trong đời sống người Việt. Kết quả khảo sát của nghiên cứu này cũng phản ánh rõ điều này.

Nhìn vào bảng 8 có thể thấy rằng số người người được hỏi trả lời yêu thích và rất yêu thích phim Hàn Quốc chiếm tỉ lệ áp đảo với 99%. Chỉ có 1% nói rằng không thích phim Hàn Quốc. Điều này khẳng định phim Hàn Quốc đang chiếm

giữ một tình cảm đặc biệt trong lòng người dân Việt.

Theo khảo sát trong nghiên cứu này, người Việt Nam tiếp cận với phim Hàn Quốc thông qua nhiều kênh thông tin. Trong đó, 52% trả lời rằng thường xem phim Hàn Quốc trên truyền hình, 46% thường xem phim Hàn Quốc ở các rạp chiếu phim và 40% thường xuyên thuê băng, đĩa về xem phim Hàn Quốc tại nhà. Điều này phản ánh nhu cầu thưởng thức phim Hàn Quốc của người Việt tương đối cao và người Việt có thể dễ dàng tiếp cận với các thể loại phim Hàn

Quốc qua nhiều thông tin đa dạng.

Với câu hỏi “Bạn nghĩ điểm mạnh của phim điện ảnh và phim truyền hình Hàn Quốc là gì?”, có 81% là tỷ lệ cao nhất trả lời rằng đó là cảnh đẹp và ngoại hình của diễn viên. Tiếp sau đó là 59% trả lời là khả năng diễn xuất của diễn viên, 51% số người cho rằng kịch bản chính là điểm mạnh vượt trội nhất của phim Hàn Quốc.

Tại hội thảo báo chí văn hóa do Viện nghiên cứu văn hóa trực thuộc Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam tổ chức gần đây, một trong số những chủ đề nóng hổi, được thảo luận sôi nổi nhất chính là đề tài “Ảnh hưởng của phim ảnh Hàn Quốc với giới trẻ Hà Nội” của Vũ Hoa Ngọc (2005). Tác giả tiến hành nghiên cứu tại Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội và Trường Đại học Khoa học Xã hội Nhân văn Hà Nội và đã chỉ ra rằng, phim ảnh Hàn Quốc có nhiều ảnh hưởng tích cực đến giới trẻ Việt Nam. Theo kết quả nghiên cứu, những điểm nổi bật mà giới trẻ Việt Nam có thể học hỏi thông qua phim ảnh Hàn Quốc là khát vọng sống mãnh liệt (18.5%), cách tỏ tình lãng mạn (56.2%), cách sống tự lập (39%), tập trung cho công việc (23.4%), ý thức giữ gìn lễ tiết trong gia đình và công sở (20.5%), tính nhẫn nại (22.5%)... Điều thú vị trong nghiên cứu này là điểm khác biệt giữa nam và nữ đối với việc tiếp nhận tính nhẫn nại từ phim ảnh Hàn Quốc. Cụ thể, tỉ lệ nam giới trả lời rằng

họ học được tính nhẫn nại từ phim Hàn Quốc (28.5%) cao gấp 2 lần so với tỉ lệ này ở nữ giới (17%). Qua đây, có thể thấy, phim ảnh Hàn Quốc có sức ảnh hưởng mạnh mẽ, làm thay đổi cách sinh hoạt, lối suy nghĩ của một bộ phận giới trẻ Việt Nam.⁸

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu còn cho thấy, đại đa số những người tham gia điều tra nói rằng họ có được rất nhiều kiến thức bổ ích từ phim ảnh Hàn Quốc. Chiếm tỉ lệ cao nhất là 83% số người trả lời rằng họ hiểu rõ hơn về tiếng Hàn và văn hóa Hàn Quốc sau khi xem phim Hàn Quốc. 70% số người trả lời rằng họ có thể cảm nhận rõ về cách thức sinh hoạt của người Hàn Quốc.

Cùng với phim truyền hình, Kpop cũng đang thổi một làn gió nóng vào Việt Nam. Mặc dù được du nhập vào Việt Nam sau phim ảnh nhưng nhạc Hàn đang tạo nên những thành công lớn không chỉ ở Việt Nam mà còn trên cả thế giới. Ngày nay không ít người dân Châu Mỹ và Châu Âu cũng say mê thưởng thức nhạc Hàn. Nếu âm nhạc Âu - Mỹ ngày càng hướng tự do và thể nghiệm những mới mẻ, thì nhạc Hàn lại thiên về một sự kết hợp những thành công của dòng pop cổ điển của thế giới với nhưng bản sắc rất riêng của Châu Á. Thay vì đầu tư cho những giọng hát gạo cội, Hàn Quốc luôn cố gắng phát hiện và đào tạo những tài năng mới, chọn lọc kỹ lưỡng và đặc biệt rất chú ý đến ngoại hình.⁹

Đại đa số các đối tượng được phỏng vấn sâu đều nhận định rằng Kpop không chỉ đóng vai trò giải trí mà còn đang thay đổi nhịp sống của giới trẻ. Chính những nhóm nhạc nhảy sôi động cùng với những ca khúc lãng mạn là điểm vượt trội của Kpop lôi kéo sự quan tâm của giới trẻ Việt Nam. Ảnh hưởng của các nhóm nhạc nhảy kéo theo làn sóng nhảy "cover Kpop" ở Việt Nam cũng ngày càng lan rộng. Các nhóm nhảy như ST319, The A code, Lynt... đã trở thành những cái tên quen thuộc đối với giới trẻ Việt.¹⁰

Theo kết quả điều tra online của nghiên cứu này, khi đưa câu hỏi "Điểm nổi bật của K-POP bạn yêu thích nhất là gì, 71% chọn phương án là các điệu nhảy sôi động. Tỷ lệ này cao hơn nhiều so với 15% chọn giai điệu âm nhạc lãng mạn. Tóm lại, chính K-POP là không gian văn hóa lành mạnh, đồng thời cũng là món ăn tinh thần tươi mới, phương pháp vận động bổ ích dành cho giới trẻ Việt Nam.

Một ảnh hưởng khác nữa đáng chú ý của Kpop và phim truyền hình Hàn Quốc là việc làm thay đổi văn hóa tiêu dùng của người Việt. Ví dụ, bộ phim "Vì sao đưa anh tới" được chiếu vào mùa hè năm 2014 đã gây tiếng vang lớn ở Việt Nam. Tận dụng làn gió nóng của những bộ phim nổi tiếng, các sản phẩm trong ngành công nghiệp bán lẻ của Hàn Quốc được bán chạy nhanh như điều gặp gió.

Ngay cả những cửa hàng online ở Việt Nam cũng không bỏ qua cơ hội này để buôn bán các sản phẩm hàng hiệu xuất hiện trong phim "Vì sao đưa anh tới" như phấn nước Laneige, son môi Yves Saint Laurent, kính mắt Gentle Monster... Thậm chí còn xuất hiện các hiện tượng, xu hướng thời trang mô phỏng theo các trang phục, cách ăn mặc của các nhân vật trong phim "Vì sao đưa anh ta" và các nhân vật của một số chương trình truyền hình Hàn Quốc khác vào mùa hè năm 2014 trong giới trẻ Việt Nam... Các xưởng may còn nhanh tay mô phỏng các mẫu trang phục mà nhân vật chính trong phim mặc như chiếc áo hình nai Bambi của hãng Givenchy, áo len kẻ ngang nhiều màu của thương hiệu Gucci...

Nếu trước đây, người dân Việt Nam vốn dĩ thường lựa chọn và sử dụng đồ Trung Quốc giá rẻ thì nay có thể thấy được sự thay đổi trong văn hóa tiêu dùng với xu thế ưu dùng những sản phẩm thương hiệu Hàn Quốc tương đối đắt giá. Có thể nói đây chính là điểm hấp dẫn kỳ lạ của Hàn lưu.

Bên cạnh đó, các chương trình giải trí cũng đang mang lại ảnh hưởng tích cực trong đời sống Việt. Việt Nam cũng đã mua lại bản quyền một số chương trình và biên tập lại thành phiên bản Việt như các chương trình "Lotte cầu thủ tí hon", "Chuyện phiếm tối thứ ba", "Giải mã K-stars", "Vitamin"... Gần đây chương

trình thực tế “Bố ơi! Mình đi đâu thế?” được Đài truyền hình Việt Nam sản xuất với bản quyền của Hàn Quốc cũng đã gây được sự chú ý và yêu thích của khán giả Việt, đặc biệt là các khán giả nhí. Phiên bản Việt của chương trình thực tế này cũng đã xuất hiện với tên “Bố ơi! Mẹ thích gì?”. Ngoài ra, đài truyền hình Việt Nam cũng đã mua bản quyền chương trình “Let's beauty” và chế tác thành phiên bản Việt, lấy tên là “Change Life”.¹¹ Cùng với đó, các chương trình giải trí và thực tế của Hàn Quốc không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu giải trí của người Việt mà còn tạo nên sân chơi hữu ích để học hỏi những kiến thức phong phú trong đời sống như kỹ năng sống, chăm sóc sức khỏe... Theo thống kê của Park Gil Ok (2005), năm 2004 số tiền Hàn Quốc thu được từ việc xuất khẩu các chương trình truyền hình sang một số quốc gia Châu Á chiếm tỷ lệ cao nhất ở 4 nước và vùng lãnh thổ bao gồm Nhật Bản (36,084 đô la Mỹ), Đài Loan (9,616 đô la Mỹ), Trung Quốc (6,803 đô la Mỹ) và Hồng Kông (1,496 đô la Mỹ). Tiếp đến là khu vực Đông Nam Á cũng mang lại doanh thu tương đối lớn cho Hàn Quốc về lĩnh vực này. Năm 2004, số tiền Hàn Quốc thu được từ việc xuất khẩu các chương trình truyền hình sang Việt Nam đạt 982 nghìn đô la Mỹ, lớn hơn 0,3 lần con số này thu được từ Thái Lan. Thống kê khác của Viện phát triển văn hóa Hàn Quốc lại cho biết năm 2011, tỉ lệ % xuất khẩu các chương

trình truyền hình của Hàn Quốc sang các nước và vùng lãnh thổ khác lần lượt như sau: Nhật Bản (53,9%), Trung Quốc và Hồng Kông (12%), Đài Loan (13,2%), Việt Nam (1,5%), Thái Lan (1,3%), Singapo (1%) và Indonesia (0,5%).¹²

Như vậy, căn cứ vào những dữ liệu nêu trên có thể nhận thấy trong 10 năm trở lại đây, sức ảnh hưởng của Hàn lưu ở Châu Á vẫn đang tập trung chủ yếu ở những nơi có lịch sử phát triển Hàn lưu lâu đời như Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan. Riêng tại khu vực Đông Nam Á, Việt Nam luôn đứng đầu trong danh sách các quốc gia chịu ảnh hưởng của Hàn lưu mạnh mẽ nhất.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu mới chỉ bàn nhiều đến ảnh hưởng của Hàn lưu đến đời sống văn hóa, xã hội Việt Nam mà chưa phân tích sâu ảnh hưởng của Hàn lưu từ góc độ kinh tế. Tức là, hầu hết các nghiên cứu chưa đề cập hoặc đề cập ở mức sơ lược đến giá trị kinh tế mà Hàn lưu mang lại cho người dân các nước sở tại. Có khá nhiều người Việt lợi dụng Hàn lưu để tạo ra lợi ích kinh tế. Đáng chú ý là các trường hợp biết khai thác và lợi dụng ảnh hưởng của phim ảnh, âm nhạc Hàn Quốc để kinh doanh các sản phẩm ăn theo các lĩnh vực Hàn lưu này. Kết quả khảo sát thực tế của chúng tôi cho thấy công ty Digital Creative là một trường hợp tiêu biểu minh chứng cho hiện tượng này. Công ty

Digital Creative là cơ quan chủ quản của diễn đàn 360Kpop, có trụ sở tại tầng 8, tòa nhà 164, Xã Đàn, Đống Đa, Hà Nội. Diễn đàn 360Kpop là một diễn đàn nổi tiếng dành cho giới trẻ Việt yêu thích Hàn Quốc. Từ thời kỳ đầu thành lập các bạn trẻ thường vào diễn đàn này để chia sẻ từ những câu chuyện về nghệ sĩ Hàn Quốc cho đến dịch lời bài hát, phim truyền hình, phim điện ảnh, báo chí liên quan đến nghệ sĩ Hàn. Họ chia sẻ và trao đổi với nhau những thông tin và sở thích.

Bên cạnh đó, họ còn thu về lợi nhuận không nhỏ hàng năm nhờ vào việc bán thông tin và tài liệu cho các công ty quảng cáo. Đặc biệt, nắm bắt nhanh chóng tâm lý tiêu dùng của giới trẻ, diễn đàn đã mở các cửa hàng bán mỹ phẩm Hàn Quốc và các sản phẩm khác như trang phục, album, tranh ảnh của các nghệ sĩ Hàn Quốc. Đến nay số lượng thành viên của diễn đàn đã đạt đến con số 379.272 người.

Có rất nhiều bạn trẻ tìm đến diễn đàn của chúng tôi để mua và cập nhật nhanh chóng các loại poster, album đẹp...liên quan đến nghệ sĩ Hàn Quốc. Các công ty quảng cáo cũng tìm đến mua thông tin và tài liệu của chúng tôi. Vốn dĩ diễn đàn không phải được lập ra vì mục đích kinh doanh, tuy nhiên sau khi hoạt động thì dần dần lợi ích về kinh tế lại tăng lên. (Anh M, Nam, 21 tuổi, Hội viên diễn đàn 360Kpop)

Kết quả phỏng vấn sâu trên đã cho thấy một trong những ví dụ điển hình mang lại lợi ích về kinh tế cho người Việt của làn sóng Hàn lưu. Những diễn đàn như 360Kpop có thể nói là sân chơi văn hóa hữu ích và là một thị trường kinh tế tiềm năng.

CHÚ THÍCH

1. "Làn sóng Hàn Quốc suy thoái trầm trọng", Vietbao.vn. 27/12/2006, <http://archive.today/UKPd#selection-1623.0-1623.306>.
2. Phan Thị Oanh, 2013, *Ảnh hưởng của Làn sóng văn hóa Hàn Quốc tới văn hóa tiêu dùng của giới trẻ Việt Nam*, Luận

- văn thạc sĩ Trung tâm nghiên cứu Hàn Quốc - Viện nghiên cứu Đông Bắc Á, tr. 20.
- Điều tra mạng xã hội Google, truy cập ngày 7 tháng 11 năm 2014.
 - Điều tra mạng xã hội Google, truy cập ngày 8 tháng 11 năm 2014.
 - Nguồn: <http://www.24h.com.vn/thoi-trang/loi-hai-chuyen-gioi-tre-viet-cuong-mot-han-c78a657498.html>.
 - Đỗ Nam Liên, 2005, "*Văn hóa nghe - nhìn và giới trẻ*", NXB Khoa học xã hội.
 - Lê Đăng Hoan (2007:3), vtv.vn 참조.
 - "*Ảnh hưởng của phim Hàn Quốc đến giới trẻ Việt Nam*", <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Giai-tri/679114/anh-huong-cua-phim-han-quoc-den-gioi-tre-viet-nam-ro-tinh-hai-mat>.
 - Tham khảo tại: <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Giai-tri/679114/anh-huong-cua-phim-han-quoc-den-gioi-tre-viet-nam-ro-tinh-hai-mat>
 - "*Những nhóm nhảy cover Kpop tài năng của Việt Nam*", 10/01/2013, <http://citinews.net/giai-tri/nhung-nhom-nhay-cover-kpop-tai-nang-cua-viet-nam-VHQE4JI>.
 - "*Chương trình Change Life phiên bản Việt sắp ra mắt*", <http://www.tiin.vn/chuyen-muc/dep/chuong-trinh-thuc-te-phau-thuat-tham-my-sap-ra-mat-phien-ban-viet-nam.html>.
 - Viện phát triển văn hóa Hàn Quốc (2011), "*Hiện trạng và triển vọng xuất nhập khẩu các sản phẩm truyền hình năm 2010*", KOCCA, tháng 5/2011.
 - Kim Young Doek, 2002, "Nghiên cứu thị trường truyền hình ở Indonesia và Malaysia", Nxb Communication Book, Seoul.
 - Nguyễn Hồng Hạnh, 2013, "Làn sóng Hàn Quốc tại Việt Nam: trọng tâm phim truyền hình Hàn Quốc", Luận văn thạc sĩ Đại học Hanyang.
 - Lê Đăng Hoan, 2007, "Ảnh hưởng và tương lai của Hàn lưu ở Việt Nam", "Hội thảo hiện trạng và triển vọng của Hàn lưu", Trường Đại học Quốc Gia Hà Nội, ngày 26 tháng 4 năm 2007.
 - Lee Dong Hun, 2004, "Sức tưởng tượng xuyên quốc gia của phim hợp tác Hàn-Nhật", "Tạp chí truyền thông Hàn Quốc", số 4 (18), tr. 358-397.
 - Seol Dong Hun và cộng sự, 2007, "Ảnh hưởng của Hàn lưu đối với nhận thức của thanh thiếu niên Việt Nam", "Báo cáo nghiên cứu", mã số 07-R19, Viện nghiên cứu chính sách thanh thiếu niên Hàn Quốc.
 - Vũ Thị Thanh Hương, 2012, "Nghiên cứu nền tảng tạo nên Hàn lưu âm thực Hàn Quốc tại Việt Nam", "Nghiên cứu nội dung văn hóa", Số 2, Đại học Konkuk.
 - Lee Ki Hyung, 2005, "Văn hóa chính trị xung quanh hiện tượng Hàn lưu", "Tạp chí Ngôn luận và xã hội", số 2(3), tr. 189-213.
 - Ryu Woong Jae, 2008, "Khuôn mẫu văn hóa: Hướng tới một văn hóa mở", "Kinh tế chính trị của Hàn lưu", tr.130-134.
 - Kim Soo Jeong, 2012, "Dòng chảy siêu quốc gia của sở thích văn hóa và đặc tính của Hallyu ở Đông Nam Á", "Truyền hình và truyền thông", Số 1 quyển 13 năm 2012.
 - Park Nak Jong, 2014, "Giới thiệu hiện trạng làn sóng Hàn Quốc ở Việt Nam", "Tạp chí học thuật diễn đàn trung tâm Sejong Hàn-ASEAN".

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Hàn

- Kim Young Chan, 2008, "Nghiên cứu hiện trạng tiếp nhận phim Hàn Quốc ở Việt Nam", "Nghiên cứu truyền thông học", 16(3): 5-29.

12. Kim Mi Ju và cộng sự, 2005, "Ảnh hưởng của truyền thông Hàn Quốc đến khách du lịch", "Nghiên cứu du lịch học", Số 19 quyển 2, tr. 329-342.
13. Đặng Lê Phương Mai, 2008, "Nghiên cứu hiện trạng và ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam", Luận văn thạc sĩ trường Đại học Youngnam.
14. Kim Hyun Mi, 2005, "Văn hóa thời đại toàn cầu: vượt qua ranh giới của giới tính, nhân chủng và giai tầng", Nxb Văn hóa là một, Seoul.
15. Park Gi Ok (2005), "Cần sự giao lưu và thông hiểu lẫn nhau chứ không phải là chủ nghĩa độc tôn văn hóa", "Báo chí và truyền thông", số 3, 11/2005, tr. 30-39.
16. Jo Seong Ryong (2005), "Nghiên cứu phân tích về khả năng cạnh tranh của Hàn lưu tại Việt Nam với tư cách là thương phẩm Hàn Quốc tiến sang nước ngoài", Luận văn thạc sĩ, Đại học Hoseo.
17. Yun Jae Sik (2004), "Hàn lưu và chiến lược quảng bá các hình ảnh truyền hình: chiến lược mở rộng thị trường Việt Nam, Thái Lan", Nxb Communication, Seoul.
18. Kim Jung Seop, 2014, "Phương án bảo vệ văn hóa Hàn Quốc. tiếng Hàn hiệu ở khu vực Đông Nam Á", "Tạp chí học thuật diễn đàn trung tâm Sejong Hàn-ASEAN".
19. Lee Eun Suk, 2002, "Khảo sát Hàn lưu ở Trung Quốc", "Hội thảo Hàn Quốc học thế giới lần thứ nhất", Viện nghiên cứu Hàn Quốc học trung ương.
20. Phạm Thị Thanh Thủy, 2010, "Ảnh hưởng của việc xem phim truyền hình Hàn Quốc đối với người Việt về nhận thức hình ảnh quốc gia và sự hiếu kì", Luận văn thạc sĩ Đại học Kyunghee.
21. Lê Thị Thu Trang, 2012, "Nghiên cứu ảnh hưởng của hình thái phim truyền hình Hàn lưu ở Việt Nam đến thương hiệu quốc gia Hàn Quốc: trọng tâm nhận thức nguy hiểm về xã hội Hàn Quốc", Luận văn thạc sĩ Đại học nữ Sookmyung...
22. Kim Jong Wook, 2005, "Ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam đối với việc phát triển quan hệ Việt-Hàn", "Nghiên cứu khoa học nhân văn", Số 10, tr. 52.
23. Ha Jong Won và Yang Eun Kyung (2002), "Khu vực hóa của truyền hình các quốc gia Đông Á và Hàn lưu", "Nghiên cứu truyền hình", Số mùa đông, tr. 67-103.
24. Lee Dong Yeon, 2006, "Nghiên cứu văn hóa Châu Á", Nxb Green, Seoul.
25. Kì yếu "Diễn đàn trung tâm Sejong Hàn-ASEAN", Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc và Quỹ Sejong Hàn Quốc tổ chức ngày 29 tháng 11 năm 2014, Hà Nội, Việt Nam.
26. Tổng Công ty Phân phối nông thủy sản Hàn Quốc, 2011, Báo cáo điều tra phản ứng của người Việt Nam về ẩm thực Hàn Quốc và lập chiến lược marketing", trang 102-103.
27. Viện phát triển văn hóa Hàn Quốc, 2011, Hiện trạng và triển vọng xuất nhập khẩu các sản phẩm truyền hình năm 2010, KOCCA, tháng 5/2011.

Tài liệu tiếng Việt

1. Lý Xuân Chung, 2012, "Ảnh hưởng của Hàn lưu đến các nước châu Á và nguyên nhân", In international conference *Viet Nam - Korea Relationship in the past, the present and the future*, trang 76~85.
2. Phan Thị Thu Hiền, 2012, "Sự tiếp nhận và ảnh hưởng của làn sóng Hàn Quốc đối với giới trẻ Việt ngày nay, tìm hiểu thông qua ý kiến của học sinh và sinh viên", "Tạp chí Hàn Quốc học", Số 1, trang 15~36.

3. Đỗ Nam Liên, 2005, "Văn hóa nghe - nhìn và giới trẻ", NXB Khoa học xã hội.
4. Đặng Thiều Ngân, 2014, "Làn sóng Hallyu ở Việt Nam", "Tạp chí Hàn Quốc học", Số 2(8), trang 32~48.
5. Phan Thị Oanh, 2013, "*Ảnh hưởng của Làn sóng văn hóa Hàn Quốc tới văn hóa tiêu dùng của giới trẻ Việt Nam*", Luận văn thạc sĩ Trung tâm nghiên cứu Hàn Quốc - Viện nghiên cứu Đông Bắc Á.
6. Nguyễn Thị Thắm, 2014, "Ảnh hưởng của Hàn lưu ở Việt Nam trên góc nhìn văn hóa xã hội", "Tạp chí Hàn Quốc học", Số 3(9), trang 90~99.
4. "Chương trình Change Life phiên bản Việt sắp ra mắt.", <http://www.tiin.vn/chuyen-muc/dep/chuong-trinh-thuc-te-phau-thuat-tham-my-sap-ra-mat-phien-ban-viet-nam.html>
5. "Ảnh hưởng của phim Hàn Quốc đến giới trẻ Việt Nam", <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Giai-tri/679114/anh-huong-cua-phim-han-quoc-den-gioi-tre-viet-nam-ro-tinh-hai-mat>
6. "Truyền thông Hàn Quốc: Hàn lưu không bao giờ chết ở Việt Nam", 29/11/2011, <http://www.baomoi.com/Truyen-thong-Han-QuocHan-luu-khong-bao-gio-chet-o-Viet-Nam/71/7445921.epi>

Website

1. Báo điện tử đài truyền hình Việt Nam, vtv.vn.
2. "Những nhóm nhảy cover Kpop tài năng của Việt Nam", 10/01/2013, <http://citinews.net/giai-tri/nhung-nhom-nhay-cover-kpop-tai-nang-cua-viet-nam-VHQE4JI>.
3. "Truyện tranh Việt nhiều cơ hội ít nắm bắt" <http://www.giaoduc.edu.vn/news/xem-nghe-doc-viet-692/truyen-tranh-viet-nhieu-co-hoi-it-nam-bat-232229.aspx>.
7. "Làn sóng Hàn Quốc suy thoái trầm trọng", [Vietbao.vn](http://vietbao.vn). 27/12/2006, <http://archive.today/UKPd#selection-1623.0-1623.306>.

VẤN ĐỀ KẾ THỪA VÀ PHÁT HUY VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG HÀN QUỐC HIỆN TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

*Nguyễn Thủy Giang **

Có thể coi văn hóa nói chung và văn hóa truyền thống nói riêng là tài nguyên của mỗi quốc gia. Đây là một dạng tài nguyên tinh thần nhất thiết phải được thấu hiểu, bảo lưu và phát triển.

Đặc biệt trong thời đại toàn cầu hóa với sự phát triển nhanh chóng của các phương tiện truyền thông hiện đại, việc giao lưu kết nối giữa các dân tộc, các quốc gia trở nên dễ dàng thuận lợi hơn bao giờ hết. Từ đây vấn đề giữ gìn và bảo tồn những nét đẹp của văn hóa truyền thống trở thành nhiệm vụ không chỉ của riêng quốc gia nào. Hàn Quốc cũng không phải trường hợp ngoại lệ. Bước vào xã hội hiện đại với những thành tựu về mọi mặt, đất nước này đã bước ra khỏi quá khứ nghèo nàn lạc hậu để vươn mình trở thành con rồng châu Á. Nhưng cũng chính trong bối cảnh như vậy, Hàn Quốc phải đối mặt với vấn đề giữ gìn và phát huy văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại.

Từ khóa: Hàn Quốc, văn hóa truyền thống, kế thừa và phát huy văn hóa truyền thống, văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại.

I. MỞ ĐẦU

Theo quan niệm thông thường người ta thường đề cao mối quan hệ, giao lưu về mặt kinh tế, chính trị, ngoại giao hơn là mối quan hệ về văn hóa nhưng trên thực tế mối quan hệ về văn hóa đã có những đóng góp to lớn trong việc rút ngắn khoảng cách giữa các quốc gia, các dân tộc và giúp người dân giữa các nước thấu hiểu nhau hơn. Sự giao lưu văn hóa trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay đã trở nên dễ dàng hơn, khoảng cách địa lý không ảnh hưởng nhiều đến sự giao lưu văn hóa giữa các nước trên thế giới. Những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại đã giải quyết được mọi rào cản về không gian và thời gian. Ngày nay người

* ThS., Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

ta không cần phải trực tiếp đến một quốc gia nào để tìm hiểu hay trải nghiệm về văn hóa của quốc gia đó nữa. Nhưng từ đây cũng khá nhiều vấn đề được đặt ra liên quan đến việc giao lưu tiếp biến văn hóa bản địa với văn hóa ngoại lai. Xã hội hiện đại với nhịp sống gấp gáp tốc độ trọng vật chất khiến cho giới trẻ dễ bị cuốn vào vòng quay của lối sống thực dụng, của những yếu tố độc hại, lai căng cùng với rất nhiều điều tiêu cực của kinh tế thị trường. Mọi giá trị văn hóa đều có thể bị biến đổi theo thời gian, chịu sự tác động của môi trường, của các yếu tố bên ngoài. Không riêng với một quốc gia nào mà trên toàn thế giới, ngày hôm nay chúng ta có thể nhìn thấy, cảm nhận được rõ ràng rất nhiều giá trị đang bị đảo lộn xuất phát từ tâm lý dễ dãi, chuộng cái mới một cách thái quá, thiếu kiểm soát và chọn lọc. Trong bối cảnh này cái cũ dần bị lãng quên thay vào đó giới trẻ dễ dàng tiếp thu hội nhập với nền văn hóa ngoại lai. Từ đây một vấn đề cấp bách được đặt ra đối với những nhà quản lý văn hóa của các nước trên thế giới, đó là làm thế nào để trong quá trình tiếp xúc với các nền văn hóa khác nét đẹp của văn hóa truyền thống không bị mai một.

Việc bảo tồn và giữ gìn bản sắc văn hóa truyền thống là việc làm cần thiết không của riêng quốc gia nào. Trong bài viết này chúng tôi muốn đề cập đến vấn đề xây dựng và quản lý văn hóa đối với

trường hợp của Hàn Quốc. Người viết chọn trường hợp Hàn Quốc bởi vì đây là một quốc gia đã trải qua những bước thăng trầm trong lịch sử từ một nước nghèo nàn lạc hậu kém phát triển về kinh tế đã vươn lên thành một nước có nền kinh tế phát triển. Sự phát triển thần kỳ về mặt kinh tế giúp Hàn Quốc thực sự trở thành con rồng của khu vực châu Á, là một hiện tượng về sự vươn lên, phát triển. Nhưng cũng trong bước chuyển mình này, Hàn Quốc đã phải đối mặt với rất nhiều khó khăn bắt nguồn từ chính những thành tựu rực rỡ. Chưa bao giờ người ta lại cảm thấy lo lắng và bất an về một xã hội với những con người trẻ trung năng động chăm chỉ cần cù đầy nhiệt huyết nhưng lại có phần coi nhẹ, quay lưng lại với những giá trị văn hóa truyền thống mà cha ông đã rất dày công xây dựng và gìn giữ cho đến ngày hôm nay. Văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại Hàn Quốc phải đối mặt với những khó khăn thách thức nảy sinh từ sự thờ ơ, thiếu quan tâm của một bộ phận giới trẻ - những con người chưa hiểu được trọn vẹn thâu đáo nét đẹp truyền thống trong quá khứ của dân tộc mình nên họ chưa thực sự sát sao với việc nhận thức đúng mực về những giá trị truyền thống quý báu và tốt đẹp đó. Trong bối cảnh ấy những người làm trong lĩnh vực quản lý văn hóa đã có những nhìn nhận đánh giá hợp lý, kịp thời đưa ra những chính sách

để những nét đẹp của văn hóa truyền thống không bị mất đi.

Thông qua việc tìm hiểu về thái độ của giới trẻ Hàn Quốc hiện nay đối với văn hóa truyền thống, người viết hy vọng sẽ cung cấp được một cái nhìn tổng quát về vai trò, vị thế của văn hóa truyền thống Hàn Quốc trong xã hội hiện đại. Từ đây tác giả tiếp tục khảo sát các chính sách, chiến lược và cách thức nhằm lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp trong thời đại toàn cầu hóa của chính phủ, các cấp ban ngành Hàn Quốc. Qua đó có thể đối chiếu sang trường hợp của Việt Nam để tìm những bài học kinh nghiệm quý báu trong lĩnh vực này.

II. VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG TRONG XÃ HỘI HÀN QUỐC HIỆN ĐẠI

Như ở trên đã nói, thời đại toàn cầu hóa đã rút ngắn khoảng cách về mọi mặt giữa các dân tộc, các quốc gia trên thế giới. Từ đây sự giao lưu hiểu biết lẫn nhau đã trở nên nhanh chóng và dễ dàng hơn bao giờ hết. Giao lưu về mặt văn hóa cũng không nằm ngoài quy luật này. Nhưng cũng chính vì vậy mỗi dân tộc, mỗi quốc gia cần phải chú ý giữ gìn, phát huy những giá trị tốt đẹp của văn hóa truyền thống. Bởi văn hóa truyền thống là dấu ấn, thước đo giá trị riêng để phân biệt nền văn hóa của dân tộc này với dân tộc khác, nước này với nước khác. Người ta có thể đánh giá mức độ giàu nghèo giữa các quốc gia bằng sự tăng trưởng

của nền kinh tế thể hiện qua chỉ số GDP, người ta cũng có thể đánh giá về mức độ ổn định của người dân nước đó qua thể chế chính trị, tình hình luật pháp mà đất nước đó đang duy trì nhưng riêng với văn hóa thì không có một thước đo một chuẩn mực chung nào cả. Văn hóa nói chung và văn hóa truyền thống nói riêng thể hiện tinh túy và bản sắc của mỗi dân tộc, mỗi quốc gia. Đặc biệt trong xã hội hiện đại nơi mà lối sống nhanh sống gấp với rất nhiều những giá trị ảo được một bộ phận giới trẻ - những người chưa đủ chín chắn trưởng thành về mặt nhận thức tiếp thu một cách nhanh chóng khiến cho các giá trị truyền thống rơi vào vào tình trạng dễ bị lung lay, bị mai một. Thiết nghĩ việc tìm hiểu về hiện trạng của văn hóa truyền thống trong xã hội Hàn Quốc hiện đại cùng với nhận thức của giới trẻ về giá trị văn hóa truyền thống là việc làm cần thiết để từ đây những người làm trong lĩnh vực nghiên cứu, quản lý văn hóa có sự chuẩn bị cho những chính sách phù hợp để giữ gìn, bảo tồn và phát huy nét đẹp của văn hóa truyền thống.

2.1. Hiện trạng của văn hóa truyền thống trong xã hội Hàn Quốc hiện đại

Người Hàn quan niệm văn hóa truyền thống là di sản văn hóa được truyền lại từ quá khứ cho đến hiện tại. Khái niệm về văn hóa truyền thống ở Hàn Quốc khá đa dạng tùy thuộc vào

định nghĩa về “văn hóa” và “truyền thống” như thế nào. Vì vậy, các bài viết khi đề cập đến khái niệm này đều có sự khác biệt nhất định. Quan điểm văn hóa truyền thống là văn hóa gốc là cách hiểu cơ bản và thống nhất cao của các học giả nghiên cứu về văn hóa truyền thống Hàn Quốc.¹ Có hai quan điểm về văn hóa truyền thống: 1) văn hóa truyền thống vẫn có ý nghĩa, giá trị cho đến thời điểm hiện tại và 2) văn hóa truyền thống đơn thuần chỉ là những di sản trong quá khứ. Kang Shin Poo-tác giả của bài viết “*Cận đại hóa và văn hóa truyền thống*” (1986) nhìn nhận khái niệm văn hóa truyền thống không nên chỉ coi như một khái niệm chỉ nền văn hóa trong quá khứ mà cần nhìn nhận văn hóa truyền thống có ý nghĩa và giá trị trong cả thời hiện đại.

Trong xu thế toàn cầu hóa, khoảng cách về mặt địa lý được xóa nhòa nhờ các thành tựu của khoa học công nghệ. Sự giao lưu tiếp nhận nền văn hóa ngoại lai cũng là một xu thế không thể khác trong xã hội hiện đại. Hàn Quốc cũng không nằm ngoài quy luật này. Nhắc đến Hàn Quốc là nhắc đến Kim chi. Kim chi là một món ăn gắn bó sâu sắc với mỗi người dân của đất nước này. Dẫu không phải món ăn chính trên bàn ăn, nhưng không thể phủ nhận rằng, đại đa số người Hàn Quốc đều không cảm thấy ngon miệng nếu bữa ăn thiếu món Kim chi. Trước đây Kim chi được coi như là một nửa

lượng thực của mùa đông. Vì thế việc dự trữ Kim chi trong suốt những tháng mùa đông lạnh giá khắc nghiệt là việc làm rất quan trọng đối với mọi gia đình. Vào những ngày cuối thu đầu đông, các bà các mẹ trong gia đình Hàn Quốc bắt đầu chuẩn bị cho việc muối Kim chi dự trữ cho mùa đông và công việc này được gọi là Kim chang. Văn hóa Kim chang của Hàn Quốc đã được UNESCO công nhận vào danh sách tiêu biểu của Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại. Ủy ban liên chính phủ về bảo vệ Di sản văn hóa phi vật thể lần thứ 8 (ngày 7 tháng 2 năm 2012, Cộng hòa Azerbaijan) đã đưa ra những quyết định cuối cùng công nhận văn hóa Kim chang - văn hóa muối Kim chi vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại. (Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity). Ủy ban liên chính phủ đã cho biết “Chúng tôi đánh giá cao việc những người Hàn Quốc cùng chia sẻ Kim chi với những người láng giềng và văn hóa muối Kim chi cũng đã trải qua nhiều thế hệ. Thông qua điều này ta có thể thấy được sự tích cực trong việc tăng cường hiểu biết và nâng cao tinh thần đoàn kết chung giữa những người Hàn Quốc. Điều này cũng đã đóng góp nhằm tăng cường những giá trị của di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại”.

Kim chi trong văn hóa muối Kim

chi thì có những điểm khác nhau theo từng khu vực hoặc từng nhà nhưng nhìn chung đều kết nối từ mẹ đến con gái, mẹ chồng đến con dâu. Sau khi muối Kim chi người ta sẽ bảo quản trong các chum vại rồi chôn dưới lòng đất. Vì vậy thông thường những người phụ nữ muối Kim chi và những người đàn ông đào đất sau đó chôn một lượng lớn các vại Kim chi vào đó. Khâu chuẩn bị nguyên liệu, gia vị để muối Kim chi rất phức tạp và tốn nhiều thời gian. Vì vậy trong những ngày này dễ dàng bắt gặp hình ảnh các thành viên trong gia đình tất bật chuẩn bị cho Kim chang. Đây có thể coi là một nét phong tục đẹp của Hàn Quốc. Tuy nhiên, bước vào xã hội hiện đại, do áp lực của công việc, của cuộc sống, do sự biến đổi trong việc phân chia cấu trúc gia đình mà nét đẹp này đã dần bị mai một. Giờ đây thay vì các thế hệ trong một gia đình cùng chung sống với nhau như trong quá khứ thì để thuận tiện cho sinh hoạt, mô hình gia đình hạt nhân bao gồm có bố mẹ và con cái sống trong các đô thị ngày càng tăng lên. Đây chính là nguyên nhân khiến phong tục muối kimchi - một nét văn hóa truyền thống đặc trưng của dân tộc Hàn đã bị mất đi. Ngày nay tỷ lệ mua Kim chi về ăn ngày càng nhiều hơn là việc muối Kim chi như thời gian trước kia khi mà trong một gia đình Hàn Quốc thường có hơn 3 thế hệ cùng sinh sống và số lượng các thành viên trong gia đình nhiều hơn hiện tại. Đặc biệt xu hướng đó

ngày càng thể hiện rõ rệt ở khu vực thủ đô như trung tâm Seoul. Mặc dù vậy theo tài liệu điều tra của Viện nghiên cứu kinh tế nông nghiệp Hàn Quốc đã tiến hành với đối tượng gồm 500 người dân sinh sống tại khu vực thủ đô Hàn Quốc được công bố vào ngày 5 tháng 12 vừa qua thì tỷ lệ người dân trực tiếp muối Kim chi là 41,4%, tỷ lệ những người nhận Kim chi từ gia đình là 25,3% và 66,7% đối tượng điều tra đã cho biết là đã từng tham gia vào muối Kim chi trong mùa Kim chang. Đặc biệt trong số đó có 83% số lượng người có độ tuổi trên 50 trả lời rằng họ đã từng muối Kim chi. Điều này cho thấy vẫn có nhiều người Hàn Quốc đang duy trì việc muối Kim chi. Ngoài ra tại không ít các doanh nghiệp và đoàn thể tại Hàn Quốc vào dịp cuối năm họ đã cùng làm Kim chi để chia sẻ với những người không có thời gian làm hoặc khó khăn trong việc làm Kim chi.² Như vậy có thể thấy không phải người dân Hàn Quốc quay lưng lại với đồ ăn truyền thống mà chính bởi cuộc sống bận rộn của thời hiện đại buộc họ phải xa rời các món ăn truyền thống và làm quen với đồ ăn nhanh du nhập từ phương Tây. Từ đây một bộ phận giới trẻ cũng như những người đi làm công sở đã tìm đến với những món ăn nhanh như một xu thế tự nhiên. Đối với họ, bữa ăn tối quây quần giữa mọi người trong gia đình đã trở thành một điều xa lạ. Rất nhiều gia đình Hàn Quốc trong xã hội hiện đại chỉ còn

duy trì bữa ăn tối có đầy đủ các thành viên trong gia đình vào dịp cuối tuần.

Cũng tương tự như trên, bước vào thời kỳ hiện đại, không gian cư trú của người dân Hàn Quốc đã có sự chuyển đổi lớn. Nhà truyền thống của người Hàn Quốc được gọi là Hanok - có nghĩa là nhà của người Hàn Quốc. Hiểu theo nghĩa này thì Hanok chỉ chung những ngôi nhà của người Hàn Quốc được xây dựng tại Hàn Quốc. Để phân biệt với Hanok còn có một từ khác cũng chỉ không gian sống đó là sallimchip. Từ này được định nghĩa là “nhà có đầy đủ các thiết bị để cho mọi người duy trì cuộc sống hàng ngày của mình”. Như vậy, nói đến sallimchip không có nghĩa chỉ là không gian sống trong quá khứ mà chính là không gian mà con người trong xã hội hiện đại đang sử dụng. Còn nói đến Hanok là nói đến kiến trúc cổ và người dân Hàn Quốc có xu hướng nghĩ đến nhà trong quá khứ hay còn có thể coi là nhà truyền thống của người Hàn.³ Năm 1786 sau khi Hàn Quốc chính thức khai thương với các nước láng giềng, tại các thành phố cảng như Inchoen, Busan, Uonsan... kiến trúc của các nước Châu Âu, Châu Mỹ được du nhập và những công trình kiến trúc này được thiết kế và thi công bởi nguyên vật liệu của nước ngoài. Vào năm 1876 xuất phát từ điều ước Kang Hoa Do, vương triều Chosun đã mở cửa giao lưu với Nhật Bản và một số cường quốc ở

châu Âu.⁴ Vào năm 1882 lần đầu tiên trong nhà của người Hàn Quốc được trang trí bởi thảm và rèm theo và các đồ gia dụng trong nhà theo phong cách châu Âu. Tuy nhiên, phải đến năm 1884 lần đầu tiên nhà theo phong cách châu Âu mới được xây dựng tại In Choen. Từ đây các vật liệu xây dựng hiện đại như xi măng, đá, bê tông, kính... mới được đưa vào sử dụng. Trong khoảng trước và sau năm 1890 nhà riêng và trang trại của người nước ngoài được xây dựng. Sau đó, các công trình công cộng như khách sạn, trường học tiếp tục được xây dựng theo phong cách châu Âu. Từ năm 1910 với sự xuất hiện của các cơ quan công quyền của các nước tại Seoul, phong cách kiến trúc theo xu hướng Châu Âu bắt đầu có ảnh hưởng tại Hàn Quốc. Công trình kiến trúc của cá nhân mang đậm màu sắc của châu Âu lần đầu tiên được xây dựng vào năm 1912. Đến năm 1970 do sự gia tăng dân số của khu vực đô thị làm nảy sinh vấn đề về chỗ ở cho nên từ đây các khu nhà chung cư đã bắt đầu được xây dựng và đưa vào sử dụng. Đây là một sự thay đổi rất lớn trong văn hóa cư trú của người Hàn Quốc. Giờ đây, nếu đến những thành phố lớn của Hàn Quốc sẽ khó có thể nhìn thấy những ngôi nhà mang phong cách truyền thống mà thay vào đó là những tòa chung cư cao tầng với thiết kế hiện đại mang đậm dấu ấn phương Tây. Kết cấu và kiến trúc của không gian cư trú tạo cho người sử dụng

không gian đó có cảm giác cá nhân riêng tư. Chính điều này làm cho sinh hoạt cộng đồng trong mỗi gia đình ngày càng trở nên ít đi, thay vào đó thời gian của mỗi cá nhân càng nhiều hơn.

Nhìn qua hai ví dụ mà người viết đề cập ở trên có thể thấy rõ những nét văn hóa truyền thống đang dần dần bị mai một trong xã hội hiện đại. Tuy nhiên, đó không phải là điều mà người Hàn Quốc chủ trương đặt ra mà chỉ đơn thuần là xu hướng thay đổi tất yếu để phù hợp với cuộc sống bận rộn của thời hiện đại.

2.2. Nhận thức của giới trẻ Hàn Quốc hiện nay về văn hóa truyền thống

Văn hóa truyền thống của Hàn Quốc trong xã hội hiện đại đang ngày càng bị mai một. Khi sống trong một xã hội như thế thì việc giới trẻ nhận thức không được đầy đủ về tầm quan trọng và vị trí của văn hóa truyền thống là điều dễ hiểu. Càng ngày lối sống của phương Tây càng được giới trẻ Hàn Quốc tiếp nhận một cách dễ dàng. Lý giải về điều này, các nhà nghiên cứu đã đưa ra các lý do như: sự phát triển của các phương tiện thông tin, một bộ phận thanh thiếu niên Hàn Quốc đi du học tại Mỹ hay các nước phương Tây bị ảnh hưởng bởi lối sống này nên quay lưng lại với văn hóa truyền thống.

Trong cuốn *Văn hóa đại chúng - bề mặt và bản chất* tác giả Kang Jun Man⁵

cũng lý giải tại sao giới trẻ Hàn Quốc lại bị cuốn hút bởi văn hóa đại chúng mà lãng quên nét đẹp của văn hóa truyền thống. Tác giả cho rằng: “Báo chí, phim ảnh, truyện tranh, các phương tiện giải trí trên mạng là những nội dung thuộc về văn hóa đại chúng, và việc giới trẻ hòa mình với văn hóa đại chúng đến mức dần dần say mê là điều hoàn toàn có thể hiểu được. Bởi lẽ với văn hóa đại chúng, giới trẻ Hàn Quốc không cần phải suy nghĩ nhiều mà chỉ cần ngồi một chỗ thì tất cả những điều đó có thể đi vào đầu một cách tự nhiên không gò ép”.⁶ Văn hóa đại chúng là điều mà người ta có thể tiếp nhận một cách dễ dàng và đầy hứng thú. Giới trẻ Hàn Quốc ngày nay đang quay lưng lại với văn hóa của dân tộc và hưởng ứng rất nhanh luồng văn hóa mới được du nhập từ phương Tây. Kang Jun Man cũng cho rằng các bậc phụ huynh phần nào cũng có trách nhiệm trước hiện tượng này. Nguyên nhân là do cuộc sống bận rộn khiến cho các bậc làm cha, làm mẹ nhiều khi phải bỏ mặc con cái cho các phương tiện nghe nhìn truyền thông. Nếu như dùng một từ để nói về giới trẻ thì đó chính là thế hệ của TV hay nói một cách chính xác hơn là thế hệ CTV (Computer, TV, VCR). Cứ vào chủ nhật giới trẻ Hàn Quốc có thể xem ba bốn video cả ngày lẫn đêm. Thậm chí nếu là phân đoạn mà phù hợp với thị hiếu của giới trẻ thì họ có thể xem đi xem lại nhiều lần.

Ngoài ra sự phát triển của mạng truyền hình cáp làm cho giới trẻ dễ dàng tiếp thu và chịu ảnh hưởng từ nền văn hóa của các nước trên thế giới. Một kênh truyền hình cáp của Mỹ nắm bắt được xu hướng này nên dành phần lớn các show truyền hình trên kênh của mình để thu hút sự quan tâm của thanh thiếu niên trong độ tuổi từ 9 đến 14. Thậm chí có riêng kênh phim hoạt hình của Mỹ được ra đời để phục vụ đối tượng trẻ. Việc bỏ mặc con cái với các phương tiện truyền thông nghe nhìn tại Hàn Quốc không phải là hiếm. Từ đây một bộ phận giới trẻ Hàn Quốc bị phụ thuộc vào các phương tiện thông tin này khiến họ ngày một xa dần với văn hóa truyền thống.

III. TÌNH HÌNH KHAI THÁC YẾU TỐ TRUYỀN THÔNG PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN TẠI HÀN QUỐC

Sau chiến tranh hai miền, tình hình kinh tế, chính trị, xã hội ở Hàn Quốc gặp nhiều khó khăn. Tại thời điểm đó Hàn Quốc duy trì nền chính trị không ổn định, GDP bình quân đầu người thấp (đạt 83 USD năm 1960). Tuy nhiên vào năm 1962 Hàn Quốc tìm mọi cách vượt qua trở ngại thử thách để phát triển đất nước, từ thập niên 60 của thế kỷ XX kinh tế - xã hội có sự thay đổi đáng mừng. Từ một nước nghèo nàn lạc hậu với nền kinh tế kém phát triển của những năm 60, sau 30 năm từ năm 1990 trở đi Hàn Quốc đã trở thành một nước công nghiệp mới (NIC)

và là một trong bốn con “Rồng kinh tế” ở châu Á. Ngày nay Hàn Quốc được biết đến là một nước nông nghiệp tiên tiến, có nền công nghiệp phát triển, cơ sở hạ tầng hiện đại. Là một xã hội thông tin cao với hệ thống đường cao tốc phát triển 1720km vào năm 1998. Mạng lưới tàu điện ngầm ở thủ đô đứng thứ 6 trên thế giới, có nhiều sản phẩm nổi tiếng trên thế giới như máy ghi hình, máy catxet, máy tính điện tử... Với những bước phát triển thần kỳ được cả thế giới biết đến như vậy nhưng Hàn Quốc không chỉ tập trung phát triển kinh tế mà lãng quên đi việc bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống. Mà ngược lại, trong sự phát triển của đất nước, chính phủ, các cấp, ban ngành rất chú trọng đến việc bảo tồn, lưu giữ và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống song hành với quá trình phát triển của đất nước. Sở dĩ như vậy, bởi Chính phủ Hàn Quốc ý thức được vai trò của văn hóa truyền thống trong bối cảnh toàn cầu hóa. Văn hóa nói chung và văn hóa dân gian nói riêng, xét về mặt quốc gia, là một dạng tài nguyên. Đây là một dạng tài nguyên tinh thần, nhất thiết phải được thấu hiểu, bảo lưu và phát triển. Đặc biệt trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay việc giữ gìn bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống được các quốc gia quan tâm hơn. Để vừa phát triển theo xu hướng hiện đại của thời đại vừa bảo tồn, lưu giữ được đặc trưng riêng của văn hóa truyền thống, chính phủ Hàn Quốc đã xây dựng những

đề án, bộ luật liên quan đến việc bảo tồn và gìn giữ nét đẹp của văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại.

3.1. Sự hoàn thiện của hệ thống hành lang pháp lý bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa

Chính phủ, các cấp, các ban ngành có liên quan đến lĩnh vực văn hóa hiểu được tầm quan trọng của việc kế thừa, gìn giữ, khai thác và phát triển các yếu tố truyền thống nên đã không ngừng quan tâm tìm hiểu và triển khai các đề án không chỉ nhằm mục đích giữ gìn bảo tồn, mà còn để phát huy giá trị kinh tế. Trong Đề án số 174109⁷ liên quan đến việc gìn giữ và phát huy những nét đẹp của văn hóa truyền thống ban hành ngày 24 tháng 3 năm 2006 nhóm tác giả đã đề cập đến thực trạng văn hóa truyền thống Hàn Quốc đang đứng trước nguy cơ bị các nền văn hóa ngoại lai lấn át. Theo họ đây là thực tế của văn hóa truyền thống dân tộc mỗi nước trong bối cảnh văn hóa toàn cầu, do sự phát triển của internet toàn cầu, văn hóa ngoại lai xâm nhập dễ dàng, không gian tồn tại và khả năng phát triển của văn hóa truyền thống ngày càng thu hẹp, nếu không có giải pháp kịp thời điều chỉnh dung hòa văn hóa dân tộc với văn hóa ngoại lai, văn hóa dân tộc sớm muộn sẽ bị mai một. Trong bối cảnh này đề án nhấn mạnh việc gìn giữ và phát huy văn hóa truyền thống của dân tộc là việc cần và phải làm. Đề án 174109 đi

sâu tập trung vào các nội dung chính như sau: Chi viện cho các hoạt động liên quan đến bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống - tài sản quý giá của quốc gia với mục đích thể hiện được tính độc đáo riêng biệt của văn hóa truyền thống Hàn Quốc. Trong mục nội dung của đề án cũng nêu nhiệm vụ của Bộ trưởng Bộ Văn hóa Du lịch Hàn Quốc là lập kế hoạch cụ thể và có hệ thống để giữ gìn và phát huy văn hóa truyền thống. Ngoài ra, Bộ Văn hóa Du lịch Hàn Quốc cũng phải chịu trách nhiệm lập Hội đồng thẩm định nhằm đưa ra các tiêu chí liên quan đến việc chỉ định hay hủy bỏ việc công nhận di sản văn hóa. Đề án này cũng có đề cập đến việc xin nguồn kinh phí từ ngân sách quốc gia để duy trì quỹ dành cho các hoạt động liên quan đến việc quảng bá văn hóa truyền thống Hàn Quốc.

Tiếp nối Đề án 174109 đề cập đến các phương án để gìn giữ và phát huy văn hóa truyền thống của dân tộc, năm 2012 một đề án mới chi tiết cụ thể và phát triển lên một bậc cao hơn là Đề án 13564⁸ - “đề án về việc phát triển nền công nghiệp văn hóa truyền thống” được ban hành vào ngày 21 tháng 10 năm 2012. Trong phần lý do của đề án cũng nêu rõ giá trị văn hóa vật thể như kiến trúc, ẩm thực, công nghệ truyền thống...và văn hóa phi vật thể như các điệu múa, âm nhạc, mỹ thuật truyền thống. Đề án đã đưa ra khái niệm “công nghiệp văn hóa truyền thống” và

cho rằng: nếu như có những chính sách hợp lý đối với công nghiệp văn hóa truyền thống chứa đựng đầy đủ hai yếu tố là nghệ thuật và thực tiễn thì chắc chắn không chỉ văn hóa truyền thống của Hàn Quốc có được sự phát triển bền vững mà nền công nghiệp văn hóa ở nước này sẽ còn có những bước tiến dài và xa hơn. Đề án này tập trung khai thác các hạng mục cần thiết cho quá trình thúc đẩy phát triển công nghiệp văn hóa truyền thống, theo đó nhóm xây dựng đề án cũng khẳng định việc nâng cao chất lượng đời sống của người dân và thúc đẩy việc phát triển nền kinh tế quốc dân. Để thực hiện tốt điều này, nhóm xây dựng dự án chỉ định Bộ trưởng Bộ Văn hóa Du lịch cứ 3 năm 1 lần cần phải trình xuất kế hoạch định kỳ để thúc đẩy phát triển cho công nghiệp văn hóa truyền thống. Đề án cũng khẳng định việc xây dựng và đưa vào thực thi các chính sách liên quan đến văn hóa truyền thống là việc phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa quốc gia và các cơ quan địa phương tự trị. Ngoài ra thứ trưởng Bộ Văn hóa Du lịch phải có sự điều tra về thực trạng của công nghiệp văn hóa truyền thống Hàn Quốc để căn cứ vào đó có thể đề xuất hoặc hủy bỏ các chính sách liên quan đến gìn giữ và phát huy văn hóa truyền thống của dân tộc. Ngoài hai đề án kể trên trong những năm qua các chính sách liên quan đến việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của Hàn Quốc vẫn luôn được cụ thể hóa bằng các

đề án, các điều luật. Có thể kể đến như các đề án “thúc đẩy giao lưu văn hóa quốc tế”, “luật thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa truyền thống Hàn Quốc” được ban hành lần lượt vào ngày 26 tháng 10 năm 2012, và 31 tháng 7 năm 2013.

3.2. Sự kết hợp giữa truyền thống và hiện đại trong việc khai thác yếu tố truyền thống phục vụ phát triển ở Hàn Quốc

Xét về mặt vị trí địa lý, khí hậu, tài nguyên thiên nhiên có thể thấy Hàn Quốc là một nước nghèo. Nhưng bù lại bằng những chủ trương chính sách đúng đắn quốc gia này đã có những bước phát triển thần kỳ để vươn mình sánh ngang cùng các nước khác trong lĩnh vực kinh tế. Sự nỗ lực khai thác các yếu tố truyền thống để phục vụ phát triển chính là một trong những yếu tố tạo nên thành tựu về mặt kinh tế cho Hàn Quốc.

Như ở phần trên đã trình bày, nói đến Hanok là nói đến mô hình nhà truyền thống của người dân Hàn Quốc. Tuy nhiên, do mật độ dân số ngày càng tăng trong các thành phố lớn, tiêu biểu như Seoul nên nhà chung cư có thể coi là một giải pháp hiệu quả trong việc giải quyết nhu cầu về nơi cư trú. Với mong muốn vừa lưu giữ lại được những giá trị văn hóa truyền thống, vừa tận dụng cơ hội này để phục vụ phát triển, tăng trưởng kinh tế và nâng cao đời sống cho người dân, chính phủ đã phục dựng lại hơn 30

làng Hanok ở Seoul và một số địa phương khác. Giữa Seoul đông đúc, sầm uất người dân và khách du lịch quốc tế có thể tìm đến một không gian yên bình, tĩnh lặng mang đậm nét văn hóa truyền thống. Đặc biệt tại không gian này khách du lịch còn có dịp trải nghiệm nhiều các hoạt động văn hóa truyền thống khác như: làm mặt nạ truyền thống, đèn lồng, quạt giấy, vẽ tranh dân gian, mặc áo truyền thống, làm giấy jo, muối kim chi, làm đồ gốm, chơi nhạc cụ truyền thống, xem hôn lễ truyền thống, làm điều, làm cơm trộn, giã bánh tok (bánh gạo truyền thống của Hàn Quốc), trà đạo, chơi quay vòng...Trang web giới thiệu về làng Hanok và các chương trình trải nghiệm văn hóa truyền thống tại làng này thu hút rất nhiều lượt truy cập mỗi ngày. Đặc biệt, trang web được xây dựng với cả 4 thứ tiếng là Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản và tiếng Anh, nên khách du lịch quốc tế có thể dễ dàng vào tìm hiểu và tra cứu thông tin để có một lịch trình hợp lý nhất cho mình.

Sự kết hợp hiệu quả giữa truyền thống và hiện đại để phục vụ cho phát triển ở Hàn Quốc còn thể hiện ở trường hợp Bảo tàng Kimchi. Bảo tàng này đã trở thành nơi lưu giữ lại nét đẹp của ẩm thực truyền thống Hàn Quốc. Đến đây khách thăm quan có thể hiểu được từ lịch sử hình thành và phát triển của Kimchi cho đến các nguyên liệu, các vật dụng

liên quan đến chế biến và bảo quản Kimchi từ trước đến nay.

Tuy không có riêng một bảo tàng như Kim chi, nhưng cơm trộn vùng Choen Ju cũng là một nét đặc trưng riêng của ẩm thực Hàn Quốc. Với mong muốn quảng bá rộng rãi nét đẹp văn hóa ẩm thực của nước mình, hàng năm lễ hội cơm trộn Choen Ju (Choen Ju là một tỉnh của Hàn Quốc) được tổ chức tại vùng Choen Ju trong suốt 4 ngày với nhiều hoạt động lý thú và thu hút được rất nhiều sự quan tâm của người dân trong vùng cũng như khách du lịch trong và ngoài nước. Mỗi năm lễ hội này đều có một chủ đề khác nhau và các hoạt động của lễ hội cũng tập trung để làm nổi bật chủ đề chính của lễ hội cơm trộn Cheon Ju vào năm đó. Năm nay lễ hội cơm trộn được đầu tư công phu và hoành tráng, kéo dài trong 4 ngày từ 23 đến 26 tháng 10 với 6 nội dung chính. Trong đó có hai nội dung liên quan đến văn hóa truyền thống đó là: sự gặp gỡ giữa truyền thống và hiện đại trong không gian của lễ hội cơm trộn, nơi để người tham gia có thể học được cách làm món cơm trộn một cách Hàn Quốc nhất.

Trên đây mới chỉ là một vài ví dụ cho thấy việc chính phủ, các cấp, các ban ngành liên quan đến lĩnh vực bảo tồn, phát triển văn hóa truyền thống đã có những nỗ lực vận dụng khai thác yếu tố truyền thống để phục vụ phát triển cho

đất nước. Ở mỗi địa phương trên cả nước đều có riêng lễ hội văn hóa truyền thống được tổ chức định kỳ hàng năm. Tại các lễ hội sản phẩm văn hóa truyền thống của từng vùng được giới thiệu rộng rãi cho những người tham dự. Đây là cách để thế hệ trẻ có thể cảm nhận được một cách trọn vẹn nét đẹp của văn hóa truyền thống, từ đó thêm tự hào hơn về dân tộc. Ngoài ra còn giúp Hàn Quốc thu được nguồn lợi kinh tế, phục vụ phát triển.

3.3. Sự kết hợp giữa nhà nước và người dân trong vấn đề bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống

Một đặc trưng trong tính cách của người Hàn đó là sự khắt khe và quyết đoán. Khi nhận xét về tính cách của người Hàn Quốc, các nghiên cứu đều chỉ ra đây là một điểm tích cực đáng được ghi nhận, nhưng bên cạnh đó cũng mang lại những điều bất cập ảnh hưởng lớn đến cuộc sống của các cá nhân. Cuộc sống bận rộn làm họ ít có thời gian sống chậm lại để có thể tận hưởng những giá trị văn hóa truyền thống. Từ đó, dần dần văn hóa truyền thống bị lãng quên. Tuy nhiên, do chính phủ, các cấp, các bộ ngành đã có những động thái tích cực đề cao giá trị của văn hóa truyền thống và đã hiện thực các chính sách đó bằng những sản phẩm văn hóa cụ thể. Các lễ hội liên quan đến văn hóa truyền thống cũng được tổ chức ở hầu hết các địa phương trên cả nước đã tác động nhiều đến nhận thức của người

dân Hàn Quốc về giá trị văn hóa truyền thống. Chính sách thúc đẩy phát triển bằng cách kết hợp giữa truyền thống và hiện đại được thể hiện trong việc xây dựng các làng Hanok ở Seoul và cả các địa phương khác trên cả nước. Sự nỗ lực của chính phủ đã đạt được những thành công nhất định trong việc giúp người dân của xã hội hiện đại có nhận thức đúng đắn và hiểu được giá trị của văn hóa truyền thống.

Những năm gần đây, vào dịp cuối tuần hay ngày lễ nếu đến các khu vui chơi như làng dân tộc truyền thống Hàn Quốc, hay các làng Hanok thật dễ dàng bắt gặp hình ảnh cả gia đình cùng đến để trải nghiệm và cảm nhận văn hóa của dân tộc được tái hiện lại trong một không gian mang đậm tính truyền thống. Giờ đây việc trải nghiệm văn hóa truyền thống ở Hàn Quốc đã trở nên dễ dàng và thuận lợi hơn trước đây rất nhiều. Người dân Hàn Quốc có thể tìm đến các không gian để trải nghiệm văn hóa truyền thống ngay tại thủ đô Seoul và một số địa phương lân cận. Có thể kể đến các địa chỉ tiêu biểu như “Làng quê ngoại”, “Làng dân tộc Hàn Quốc”, “Nhà Hàn Quốc”, “Làng Hanok Buk Choon”. Đây là ba trong số các địa điểm người dân Hàn Quốc và du khách nước ngoài có thể đến và trải nghiệm văn hóa truyền thống Hàn Quốc. Làng dân tộc Hàn Quốc được xây dựng tại thành phố Yong In thuộc tỉnh

Kyong Ki (tỉnh này nằm bao quanh thủ đô Seoul của Hàn Quốc). Làng dân tộc tọa lạc trên mảnh đất có diện tích là 991.740m² - nơi đây tái hiện toàn bộ cuộc sống sinh hoạt của người dân trên bán đảo Hàn trong quá khứ. Trong khuôn viên của làng dân tộc có gần 270 ngôi nhà mái ngói và mái rơm đặc trưng của người dân các vùng miền bắc, nam, trung và khu vực Cheju, Un Ljung của Hàn Quốc. Ngoài ra cũng có khu vực bán các món ăn truyền thống hay những vật phẩm sinh hoạt truyền thống. Bên cạnh đó khách thăm quan có thể được xem lại các phần trình diễn tái hiện lại các nghi lễ truyền thống như đám ma, đám cưới... Ngoài Làng dân tộc Hàn Quốc ra những người yêu mến văn hóa truyền thống Hàn Quốc còn có thể tìm đến một không gian khác ngay trong lòng Seoul đó là Korea House. Korea House được xây dựng và vận hành với mục đích giới thiệu nét đẹp của văn hóa và đời sống sinh hoạt truyền thống Hàn Quốc nên đây chính là không gian thưởng thức các loại hình văn hóa truyền thống như không gian cư trú, ẩm thực cung đình, sản phẩm văn hóa, hôn lễ truyền thống... của người Hàn Quốc.

Để nói về một cá nhân đặc biệt có đóng góp to lớn trong lĩnh vực văn hóa truyền thống của Hàn Quốc không thể không kể đến Han Chang Ki (1936 ~ 1997). Khi còn sống ông làm việc trong

lĩnh vực truyền thông và xuất bản. Ông là người đặc biệt dành tình cảm cho văn hóa truyền thống. Những người sinh khoảng năm 60 hẳn không ai là không biết đến tạp chí “Cây bén rễ sâu”, và “Dòng suối sâu” mỗi tháng phát hành một lần mà Han Chang Ki vừa là người biên tập kiêm phát hành. Sở dĩ hai tạp chí này được đông đảo người dân biết đến vì đây là những tạp chí đầu tiên sử dụng chữ tiếng Hàn, thể hiện được một cách trọn vẹn nhất tình yêu đối với những giá trị văn hóa dân tộc dưới góc nhìn của người phê bình văn hóa. Tháng 3 năm 1976 tạp chí “Cây bén rễ sâu” phát hành số đầu tiên và đến tháng 11 năm 1984 tạp chí “Dòng suối sâu” chính thức ra đời số đầu tiên. Cả hai tạp chí này đều gây được tiếng vang lớn đối với giới xuất bản Hàn Quốc và được coi là những tạp chí có sức mạnh quảng bá nét đẹp văn hóa truyền thống của Hàn Quốc một cách tích cực. Han Chang Ki là người sống hết lòng trọn vẹn với mơ ước của bản thân. Ông nổi tiếng với câu nói “nếu là để thực hiện ước mơ mình ấp ủ thì ngay cả việc gom tiền nhiều như lá mùa thu để đốt cũng phải làm”. Suốt đời mình ông đã không quản ngại công sức để sưu tầm và lưu giữ lại những tác phẩm chứa đựng nét đẹp văn hóa truyền thống của dân tộc như các bát cổ, chum, vại, bình hoa, các loại vải sợi nhuộm tự nhiên, sản phẩm dân gian, sản phẩm mỹ thuật truyền thống. Với tình yêu và những nỗ lực nhằm lưu giữ

lại những nét đẹp văn hóa truyền thống Han Chang Ki đã có công sức rất lớn trong việc quảng bá những nét đẹp của văn hóa truyền thống một cách rộng rãi. Vào năm 1997 Han Chang Ki qua đời vì bệnh ung thư gan, tài sản để lại của ông chỉ duy nhất là ngôi nhà nhỏ tại phường Soeng Book quận Seong Book - Seoul. Năm 2008 nhân dịp kỷ niệm 10 năm ngày mất của Han Chang Ki một cuốn sách đặc biệt viết về cuộc đời của ông được xuất bản. Cuốn sách là tập hợp những bức tranh khắc họa chân dung của ông kèm theo những cảm nhận chia sẻ của 58 người làm việc trong lĩnh vực nghệ thuật và truyền thông. Ngày 1 tháng 1 năm 2015 vừa rồi bảo tàng có tên gọi "Cây bách rễ sâu" - cũng chính là tên gọi tạp chí do ông phát hành chính thức được đưa vào sử dụng. Bảo tàng được xây dựng trên quê hương của ông và lưu giữ trọn vẹn gần 6500 sản phẩm văn hóa truyền thống mà sinh thời ông đã sưu tập và giữ gìn.

IV. KẾT LUẬN

Hàn Quốc đã có những thành tựu đáng kể trong giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống dân tộc và vận dụng nó vào phát triển kinh tế là bởi họ đã có những giải pháp cụ thể trong vấn đề này cụ thể như sau:

- Kien toan cac van ban lien quan den viec bao ton va phat huy cac gia tri van hoa truyền thống.

- Nâng cao nhận thức của người dân đối với văn hóa của dân tộc bằng các hoạt động cụ thể và thực tế như xây dựng các chương trình trải nghiệm văn hóa truyền thống qua truyền hình như một thông điệp gửi tới giới trẻ, thông qua đó làm cho giới trẻ hiểu và trân trọng hơn các giá trị văn hóa truyền thống của đất nước.

Các nhà lãnh đạo, nhà quản lý văn hóa Hàn Quốc đã nhìn thấy được những thách thức mà nền văn hóa truyền thống gặp phải trong xã hội hiện đại nên đã có những chủ trương phù hợp với điều kiện và hoàn cảnh của đất nước. Đặc biệt Hàn Quốc đã và đang làm khá tốt việc hiện thực hóa các chủ trương chính sách. Từ trường hợp của Hàn Quốc đối chiếu sang với Việt Nam có thể thấy vấn đề bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của chúng ta vẫn còn rất nhiều bất cập. Chúng ta có 54 dân tộc anh em và mỗi dân tộc đều có những nét đẹp văn hóa truyền thống riêng, phong phú và rất đáng tự hào. Tuy nhiên nhìn vào thực tế có thể thấy rằng chúng ta chưa thực sự biết cách gìn giữ và ứng xử với các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc một cách tương xứng với vị thế và tiềm năng của nó. Trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tại Việt Nam bệnh thành tích vẫn còn khá nặng nề. Đơn cử như việc các địa phương, cơ quan ban ngành "chạy đua" để có

được giấy xác nhận, cho một di sản văn hóa nhưng sau đó thì lại thiếu những chính sách và việc làm thiết thực trong việc bảo tồn, khai thác các giá trị văn hóa truyền thống đó. Trong xã hội Việt Nam ngày nay có thể nhìn thấy rõ rất nhiều các giá trị đang bị đảo lộn. Người ta mang quan niệm lụy vật chất áp dụng vào các giá trị văn hóa. Nhà nghiên cứu văn hóa dân gian Nguyễn Hùng Vĩ khi bàn về việc quản lý trong văn hóa nêu ý kiến rằng *“Bệnh nặng nhất của văn hóa Việt hiện nay là chính trị hóa văn hóa, kinh tế hóa văn hóa. Ở đây không phải là kinh tế bền vững, mà là tư lợi cá nhân. Những yếu tố này đang cản trở, rào lấp con đường đi tới chân lý trong các nghiên cứu, nhận định, hoạt động văn hóa. Ngoài ra là căn bệnh lúc thì phô trương hình thức quá mức, lúc thì lại tự kỷ quá mức. Những căn bệnh này được khởi nguồn từ những người làm công tác quản lý văn hóa nhưng lại thiếu năng lực văn hóa. Họ nghĩ ra nhiều khái niệm theo tôi là “xông xênh, kỳ quặc”, rồi chuyển hóa nó vào các quy định, làm méo mó văn hóa. Họ là những người giỏi năng lực xin tiền công, giải ngân... mà thiếu một sự hiểu biết thấu đáo về văn hóa”*.

Hàn Quốc là một quốc gia ở khu vực Đông Á, trong lịch sử cùng chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của văn hóa Trung Quốc và có nhiều nét tương đồng về văn hóa truyền thống với Việt Nam. Tuy nhiên,

khác với Việt Nam, Hàn Quốc đã có những bước tiến mạnh mẽ trong con đường phát triển của mình, vượt qua cả người thầy trong lịch sử là Trung Quốc. Mặc dù trên con đường đó họ đã gặp nhiều khó khăn và phải đối diện với mặt trái của sự phát triển, nhưng với tầm nhìn và những giải pháp cụ thể phù hợp với điều kiện kinh tế, xã hội của mình, họ đã biết gìn giữ và phát huy giá trị của văn hóa truyền thống một cách có hiệu quả. Chính phủ Hàn Quốc đã chủ trương xây dựng “ngành công nghiệp văn hóa truyền thống”, dùng văn hóa truyền thống làm nền tảng để phát triển các ngành công nghiệp không khói như du lịch, giải trí... Cùng với làn sóng Hàn Quốc, các bộ phim truyền hình tái hiện lại lịch sử của Hàn Quốc đã thu hút được đông đảo khán giả truyền hình nhiều nước trên thế giới và thậm chí còn kéo họ sang du lịch Hàn Quốc. Hàn Quốc đã có định hướng, chiến lược rất rõ ràng để giữ gìn, khai thác và quảng bá những nét đẹp văn hóa truyền thống của đất nước mình một cách sâu rộng trên mọi phương diện. Điều này được phản ánh rõ nét trong lĩnh vực điện ảnh. Từ năm 1994, những nhà lãnh đạo của Hàn Quốc đã có một quyết tâm cải thiện hình ảnh đất nước họ, nền văn hóa của họ trong mắt bạn bè thế giới. Họ muốn dần dần tạo cho nhân dân nước mình một tâm thế mới, tự hào và tôn vinh văn hóa truyền thống bản địa. Họ cử

hàng trăm công dân ưu tú ra nước ngoài học làm phim. Những cá nhân trở về sau khi đã được đào tạo tốt về công nghệ mới, bắt tay làm phim về các truyền thuyết của dân tộc mình. Chỉ sau một thập kỷ, điện ảnh Hàn Quốc đã có tên trên bản đồ điện ảnh thế giới. Những gì thuộc về văn hóa, lịch sử của nước họ, được khai thác triệt để và biến thành nghệ thuật điện ảnh, xâm nhập sâu rộng vào các nước trong khu vực và trên thế giới. Người dân Việt tiếp xúc những vấn đề về lịch sử và văn hóa Hàn Quốc qua phim ảnh hơn cả lịch sử, văn hóa nước mình. Đến nỗi một số người dân tộc Cơ-tu ở ta khi sinh con cũng đặt tên con theo tên của các diễn viên Hàn Quốc. Nhìn lại đất nước ta, Việt Nam có một kho tàng các truyền thuyết, các câu chuyện lịch sử, các câu chuyện văn hóa có thể biến thành điện ảnh. Đơn cử một vùng văn hóa nhỏ như vùng Cổ Loa - Đông Anh đã có thể là nguồn nguyên liệu phong phú nhưng Việt Nam thiếu chiến lược, thiếu tầm nhìn, thiếu một sự ý thức về quyền lực mềm của văn hóa vì thế mà chúng ta chưa thể tận dụng sức mạnh khuyến khích đại văn hóa bằng điện ảnh như Hàn Quốc. Cách thức bảo tồn và phát huy giá trị của các yếu tố văn hóa truyền thống ở Hàn Quốc đã đạt được những thành công nhất định, đáng để các nước đang trên đường phát triển như Việt Nam học hỏi. Họ đã và đang bước qua thời kỳ mưu cầu sự

giàu có về vật chất và nhận ra rằng sự phong phú về đời sống tinh thần mới là điều một xã hội tiến bộ hướng tới.

CHÚ THÍCH

1. Lee Jang Sik, “Văn hóa truyền thống và nội hàm văn hóa”, Nhà xuất bản Yok Lak, 2008.
2. m.korea.net/vietnamese/Government/Current-Affairs/Korean-Wave/view?affairId=260&subId=333&articleId=116083
3. http://www.hanok.org/main/archives/carpenter_view.html?seq=210&pageNum=1&pageSize=10
4. Hội nghiên cứu lịch sử Hàn Quốc, “Chúng ta đã sống như thế nào trong 100 năm qua”, Nxb Phê bình lịch sử, 1999.
5. Kang Moon Man, “Văn hóa đại chúng - bề mặt và bản chất”, Nxb Nhân vật và tư tưởng, 2006.
6. Kang Moon Man, “Văn hóa đại chúng - bề mặt và bản chất”, Nxb Nhân vật và tư tưởng, 2006. Tr. 17.
7. <http://pokr.kr/> (ngày truy cập 15/8/2014)
8. <http://pokr.kr/> (ngày truy cập 15/8/2014)
9. Báo An ninh thế giới cuối tháng “Hãy lắng nghe quá khứ”, tháng 12 năm 2014.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Lê Quang Thiêm, Khái niệm văn hóa văn minh và văn hóa truyền thống Hàn, NXB Đại Học Quốc Gia Hà Nội, 2005.
2. Hwang Gwi-Yeon & Trịnh Cẩm Lan, Tra cứu văn hóa Hàn Quốc.

Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, 2002.

Tiếng Hàn

3. Kang Moon Man, *Văn hóa đại chúng – bề mặt và bản chất*, NXB Nhân vật và tư tưởng, 2006. (강문만, 『대중문화의 겉과 속』, 인물과사상사, 2006).
4. Lee E-Hwa, *Buổi đầu gặp gỡ với Văn hóa Hàn Quốc*, NXB Gimm-Young, 2013 (이이화, 『처음만나는우리문화』, 김영사, 2013).
5. Hội nghiên cứu đời sống văn hóa hàng ngày, *Văn hóa Hàn Quốc trong cuộc sống đời thường*, NXB NaNam, 1998. (일상문화연구회, 『일상속의 한국문화』, 나남출판, 1998).
6. Youngju Won, *Câu chuyện về đời sống 5000 năm của đất nước*, NXB Kye Rim, 2009. (원영주, 『우리나라 오천년이야기 생활사1』, 계림, 2009).
7. Han Hye Sun, *Tìm hiểu về văn hóa truyền thống*, NXB Ko In, 2009.
8. <http://pokr.kr/>
9. http://www.yeongjunews.co.kr/bbs/bbs.asp?group_name=513&idx_num=28141&exe=view
10. http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20140305_0012766025&cID=10813&pID=10800
11. http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201302251134391&code=910100
12. <http://hanok.visitkorea.or.kr/kor/hanok/house/town.do?cid=863268&nodeId=20352&keyword=&gotoPage=>
13. http://www.chungta.com/nd/tu-lieu-tra-cuu/toan-cau-hoa-ve-van-hoa_20140422102951.html
14. <http://vov.vn/van-hoa/giao-luu-van-hoa-trong-thoi-dai-toan-cau-hoa-334241.vov>
15. http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn/c/document_library/get_file?uuid=53a41e4d-b062-4907-8655-372ae9f00e9f&groupId=13025
16. <http://www.nhandan.com.vn/chinh-tri/binh-luan-phe-phan/item/23870502-dung-de-van-hoa-dan-gian-bien-mat-trong-xa-hoi-hien-dai.html>
17. <http://antgct.cand.com.vn/Tro-chuyen-cuoi-thang/Hay-lang-nghe-qua-khu-335944/>

NGHIÊN CỨU ĐẶC ĐIỂM THUẬT NGỮ NGÔN NGỮ HỌC TIẾNG HÀN (한국어 언어학 용어의 특징에 관한 연구)

Hoàng Thị Yến *

Theo khảo sát ban đầu của chúng tôi, các nghiên cứu về thuật ngữ nói chung và thuật ngữ Ngôn ngữ học (NNH) nói riêng xuất hiện khá nhiều. Trong tiếng Hàn có thể kể đến các công trình sau: 박경자 외 (2001), 이은정 (2005)... Trong tiếng Việt có công trình của Hà Quang Năng chủ biên (2012), Lê Đức Trọng (1993), Nguyễn Như Ý chủ biên (1996), Vương Toàn chủ biên (2003), Cao Xuân Hạo và Hoàng Dũng (2005), Nguyễn Thiện Giáp, (2010)... Tuy nhiên, các nghiên cứu làm rõ đặc điểm của hệ thống thuật ngữ NNH chưa nhiều. Trong khuôn khổ bài viết, nhằm làm sáng tỏ các đặc điểm thuật ngữ NNH tiếng Hàn, chúng tôi tập trung vào việc giải quyết các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

- Khái quát về khái niệm và đặc trưng của thuật ngữ.
- Khảo sát, thống kê, phân loại và phân tích đặc điểm nguồn gốc của thuật ngữ NNH tiếng Hàn.

- Khảo sát, thống kê, phân loại và phân tích đặc điểm về cấu trúc-hình thái của thuật ngữ NNH tiếng Hàn, cụ thể là về sự phân bố của thuật ngữ NNH tiếng Hàn theo số lượng âm tiết và từ loại.

Để có cái nhìn toàn cảnh và sâu sắc hơn về hệ thống thuật ngữ NNH tiếng Hàn, bài viết cũng làm rõ sự phân bố của các đơn vị thuật ngữ có số lượng âm tiết khác nhau ở các nhóm được chia theo tiêu chí nguồn gốc và ngược lại, xem xét nguồn gốc của các đơn vị thuật ngữ ở các nhóm có số lượng âm tiết khác nhau.

Tư liệu khảo sát là cuốn Từ điển Thuật ngữ quốc ngữ học, ngôn ngữ học của Lee Eun Jung. Công trình của Lee Eun Jung (2005) gồm khoảng 4054 đơn vị với 14 mục vần: ㄱ/g, ㄴ/n, ㄷ/d, ㄹ/l, ㅁ/m, ㅂ/p, ㅅ/s, ㅇ/ng, ㅈ/ch, ㅊ/tr, ㅍ/ph, ㅌ/th, ㅎ/h. Các đơn vị thuật ngữ phân bố ở các mục vần theo thứ tự bảng chữ cái Hangeul như sau:

* TS., Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Bảng 1

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
587	75	292	22	245	430	472	645	604	131	147	82	20	302	4054
14,48	1,85	7,20	0,54	6,04	10,61	11,64	15,91	14,90	3,23	3,63	2,02	0,49	7,45	100%

Có thể thấy mục vần ㄹ (với 22 đơn vị chiếm 0,54%) và mục vần ㅅ (với 20 đơn vị chiếm 0,49%) có số lượng các đơn vị thuật ngữ thấp nhất. Mục vần ㅇ có số lượng thuật ngữ lớn nhất với 645 đơn vị chiếm 15,91%; tiếp đó là mục vần ㅈ với 604 đơn vị, chiếm 14,90%; mục vần ㄱ với 587 đơn vị chiếm 14,48%.

Để đảm bảo độ tin cậy, tính chân thực và chính xác của kết quả nghiên cứu, chúng tôi tiến hành khảo sát tất cả các mục vần trong từ điển, chú ý xem xét mối liên hệ giữa các đặc điểm về nguồn gốc với các đặc điểm về hình thái - cấu trúc của hệ thống thuật ngữ. Kết quả nghiên cứu được tổng hợp và trình bày theo các nội dung tiếp theo dưới đây.

1. Một số khái niệm tiền đề

1.1. Về khái niệm thuật ngữ

Park Kyung Ja và đồng sự (2001, tr. 445) cho rằng: Thuật ngữ là hạng mục từ vựng đặc biệt liên quan đến một lĩnh vực khoa học hoặc một chủ đề nhất định.

Các nhà Việt ngữ cũng có những quan điểm chung về thuật ngữ như sau:

Thuật ngữ là từ hoặc cụm từ/ từ ngữ/ từ ngữ đặc biệt/ từ và cụm từ cố định biểu đạt (một cách chính xác) một khái niệm (xác định)/ đối tượng (nào đó) của

một ngành khoa học nhất định/ trong khoa học, kĩ thuật, nghệ thuật/ lĩnh vực chuyên môn của con người.

Như vậy, có thể dựa vào các ý kiến nêu trên để tạm thời định nghĩa khái niệm “*thuật ngữ ngôn ngữ học*” một cách ngắn gọn như sau: *Thuật ngữ ngôn ngữ học là từ/ ngữ dùng để biểu thị một khái niệm/ đối tượng xác định nào đó thuộc hệ thống các khái niệm của Ngôn ngữ học.*

1.2. Về sự hình thành và phát triển của thuật ngữ

Tác giả Hoàng Văn Hành (2010, tr.106) cho rằng: Vốn thuật ngữ của tiếng Việt, cũng như của bất cứ ngôn ngữ nào khác, bao giờ cũng bao gồm một bộ phận thuộc bản ngữ và một bộ phận ngoại lai. Trong tiến trình hình thành và phát triển của thuật ngữ luôn thấy hai xu thế bản ngữ hóa và quốc tế hóa có quan hệ biện chứng với nhau.

Vốn từ vựng tiếng Hàn được các nhà nghiên cứu Hàn ngữ chia thành 3 nhóm lớn theo nguồn gốc hình thành và phát triển. Thuật ngữ NNH nằm trong kho tàng từ vựng tiếng Hàn nên cũng có thể tạm phân thành 3 nhóm lớn tương ứng như sau: i) Lớp thuật ngữ thuần Hàn 고유어 용어; ii) Lớp thuật ngữ gốc Hán 한

자어 용어; iii) Lớp thuật ngữ là từ ngoại lai 외래어 용어. Tuy nhiên, trong thực tế, các yếu tố của các lớp thuật ngữ trên còn kết hợp với nhau theo nhiều phương thức đa dạng, tạo thành một nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp, làm phong phú thêm vốn thuật ngữ NNH tiếng Hàn.

1.3. Về đặc trưng của thuật ngữ

Các nhà nghiên cứu cho rằng thuật ngữ có các đặc trưng: tính đại chúng; tính dân tộc; tính khoa học, chính xác; tính ngắn gọn, dễ hiểu; tính hệ thống, tính quốc tế v.v.... Ở đây, chúng tôi đề cập đến tính khoa học, chính xác; tính ngắn gọn, dễ hiểu và tính quốc tế.

Tính chính xác của thuật ngữ thể hiện ở yêu cầu “ứng với mỗi khái niệm cần gắn với một thuật ngữ mà thôi”. Đặc trưng này đòi hỏi loại trừ các thuật ngữ đa nghĩa và các thành tố thuật ngữ đa nghĩa lẫn các thuật ngữ đồng nghĩa lẫn các thành tố đồng nghĩa.

Thuật ngữ ngắn gọn sẽ giúp người sử dụng dễ thuộc, dễ nhớ, dễ sử dụng.

Tính quốc tế của thuật ngữ thể hiện cả ở hình thức và nội dung. Tác giả Nguyễn Thiện Giáp (2010, tr.400-401) cho rằng: Tính quốc tế về hình thức của thuật ngữ chỉ có tính chất tương đối. Mức độ thống nhất của các thuật ngữ là khác nhau, có thuật ngữ thống nhất trên diện rộng (như các thuật ngữ tiếng Anh), có thuật ngữ thống nhất trên diện hẹp (như các yếu tố Hán trong ngôn ngữ các nước

Trung, Nhật, Hàn Quốc, Việt Nam). Về mặt nội dung thì tính quốc tế của thuật ngữ là một đặc trưng quan trọng, phân biệt thuật ngữ với những bộ phận từ vựng khác. Thuật ngữ biểu hiện những khái niệm khoa học chung cho những người nói những thứ tiếng khác nhau, trong khi đó phạm vi biểu hiện của các lớp từ khác nằm trong khuôn khổ của từng dân tộc.

2. Đặc điểm nguồn gốc của thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn

Kết quả khảo sát cho thấy, thuật ngữ NNH tiếng Hàn có nguồn gốc hình thành khá phức tạp, có thể tách thành 2 nhóm lớn: Nhóm thuần một ngôn ngữ và nhóm có nguồn gốc hỗn hợp. Các thuật ngữ có nguồn gốc thuần một ngôn ngữ có 3 tiểu nhóm sau:

- 1) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc thuần Hàn;
- 2) Nhóm thuật ngữ thuần gốc Hán;
- 3) Nhóm thuật ngữ sử dụng từ ngoại lai.

Nhóm các thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp cũng có thể phân thành 2 tiểu nhóm:

- 1) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hàn với Hán;
- 2) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hán/ Hàn với từ ngoại lai.

2.1. Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc thuần một ngôn ngữ

2.1.1. Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc thuần Hàn

Bảng 2

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
34	15	21	0	17	22	24	34	6	3	1	3	4	12	196
17,35	7,65	10,71	0	8,67	11,22	12,25	17,35	3,06	1,53	0,51	1,53	2,04	6,12	100%

Bảng 3

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
492	44	238	0	229	368	408	558	543	121	120	62	0	245	3.428
14,35	1,28	6,94	0	6,68	10,74	11,90	16,28	15,84	3,53	3,50	1,81	0	7,15	100%

Bảng 4

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
0	2	1	7	5	4	13	16	2	1	9	6	8	2	76
0	2,63	1,32	9,21	6,58	5,26	17,11	21,05	2,63	1,32	11,84	7,89	10,53	2,63	100%

Kết quả thống kê, phân loại cho thấy, nhóm thuật ngữ NNH có nguồn gốc thuần Hàn xuất hiện không nhiều, có 196/4054 đơn vị (4,83%). Quan sát bảng dưới, có thể thấy mục vần ㄱ và ㅇ có số lượng thuật ngữ cao nhất với 34/196 đơn vị (chiếm 17,35%); thấp nhất là mục vần ㄹ, không có đơn vị nào (xem bảng 2).

Trong nhóm thuật ngữ có nguồn gốc thuần Hàn, đơn vị có số âm tiết ít nhất là 1 âm tiết (말씨/ lời nói/ 혀 lưỡi...), nhiều nhất là 7 âm tiết (가벼운 입술 소리 âm môi nhẹ...).

2.1.2. Nhóm thuật ngữ thuần gốc Hán

Thuật ngữ thuần gốc Hán chiếm tỉ lệ lớn 3.428/4054 đơn vị (84,56%). Hai mục vần ㄷ và ㅌ không có đơn vị nào, mục vần ㅇ có số lượng xuất hiện cao nhất với 558/3428 đơn vị (16,28%), tiếp đó là vần ㅈ với 543 đơn vị (15,84%). Các mục vần ㄱ, ㅅ lần lượt có 492 đơn vị (14,35%) và 408 đơn vị (11,90%). Nhóm

vần ㅁ và ㄴ có tần số xuất hiện khá thấp với 62 đơn vị (1,81%) và 44 đơn vị (1,28%) (xem bảng 3).

Nhóm thuật ngữ thuần gốc Hán phân bố rộng, trải dài từ các đơn vị được cấu thành bởi 1 âm tiết đến 11 âm tiết. Từ thuần Hán có một âm tiết: 격격 cách, 구구 cú...), từ có 11 âm tiết: 국민 학교 교과서 어휘 조사 국민 학교 교과서 어휘 조사...)

2.1.3. Nhóm thuật ngữ sử dụng từ thuần ngoại lai

Từ ngoại lai xuất hiện trong hệ thống thuật ngữ NNH chủ yếu là Anh, Pháp. Ngoài ra còn có một số ít các từ mượn từ tiếng Đức, tiếng Hy Lạp... Nhóm có nguồn gốc ngoại lai chỉ có 76/4054 đơn vị (chiếm 1,87%). Trong đó, mục vần ㄱ không xuất hiện từ nào (0%), mục vần ㅇ có 16/76 đơn vị (21,05%), chiếm số lượng nhiều nhất trong nhóm (xem bảng 4).

Bảng 5

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
9	7	12	6	6	8	11	19	3	1	0	1	1	22	106
8,49	6,60	11,32	5,66	5,66	7,55	10,38	17,92	2,83	0,94	0	0,94	0,94	20,75	100%

Bảng 6

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
11	0	6	0	2	3	12	2	10	1	3	2	0	1	53
20,75	0	11,32	0	3,77	5,66	22,64	3,77	18,87	1,89	5,66	3,77	0	1,89	100%

Từ có số âm tiết nhỏ nhất trong nhóm là 2 âm tiết (비트 bit, 탁트 tact, 레벨 level...), số âm tiết lớn nhất là 8 âm tiết (프로페리스포메논 properispomenon).

2.2. Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp

Trong nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp thu thập được với 354/ 4054 đơn vị (8,73%), chúng tôi tách thành hai tiểu nhóm: i) nhóm có nguồn gốc kết hợp giữa các âm tiết thuần Hàn và thuần gốc Hán; ii) nhóm có nguồn gốc kết hợp giữa các âm tiết thuần Hàn/ gốc Hán và ngoại lai.

2.2.1. Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hàn và Hán

Nhóm gồm 269/4054 đơn vị (6,64%) với ba phương thức: Kết hợp theo trật tự Hàn+Hán (106 /269 đơn vị chiếm 39,41%), kết hợp theo trật tự Hán+Hàn (53/269 đơn vị, chiếm 19,70%), kết hợp khác giữa Hàn và Hán 110/269 đơn vị, chiếm 40,89%).

2.2.1.1. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự Hàn+Hán (Xem bảng 5)

Số lượng thuật ngữ lớn nhất ở mục vẫn ㅇ (19 đơn vị chiếm 17,92%) và mục vẫn ㅎ (22 đơn vị chiếm 20,75%); mục vẫn ㅈ, ㅌ và ㅋ chỉ xuất hiện 1 đơn vị (0,94%), mục vẫn ㅍ không có đơn vị nào. Nhóm xuất hiện các dạng thức kết hợp chính sau:

+ Động/ tính từ định ngữ (Hàn) + Danh từ (Hán): 닫힌구조, 넓은모음...

+ Vẫn/ chữ cái (Hàn) + Danh từ (Hán): 'ㄹ'불규칙동사, 'ㅅ'불규칙동사...

+ Động/ tính từ định ngữ (Hàn-ㅁ / -기) + danh từ (Hán): 높임법/ 맺음 자음, 바뀌쓰기 규칙...

+ Danh từ (Hàn) + Danh từ (Hán): 소리표기법, 자리법...

2.2.1.2. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự Hán+Hàn (Xem bảng 6)

Quan sát bảng trên, có thể thấy số lượng của nhóm tương đối ít. Ở mục vẫn ㄴ, ㄷ, ㅋ không xuất hiện đơn vị nào. Mục vẫn ㅅ có số các đơn vị cao nhất với 12/53 đơn vị (22,64%). Nhóm xuất hiện các dạng thức kết hợp chính sau:

+ Danh từ (Hán) + Động từ/ tính từ

Bảng 7

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
21	0	10	0	12	7	13	12	14	2	5	2	0	12	110
19,09	0	9,09	0	10,91	6,36	11,82	10,91	12,73	1,82	4,55	1,82	0	10,91	100%

Bảng 8

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	*	
2	1	0	2	6	1	6	18	8	0	4	0	5	4	2	61
3,28	1,64	0	3,28	9,84	1,64	9,84	29,51	13,11	0	6,56	0	8,20	6,56	3,28	100%

được danh từ hóa -ㅁ: 단어의 짜임 (Hán + Hàn (의) + Hàn), 동기 붙임 (Hán + Hàn), 목적을 나타냄 (Hán + Hàn (을) + Hàn)...

+ Danh từ (Hán) + Hàn (-하다/ -되다): 수식하다, 실사화되다, 생성하다...

+ Danh từ (Hán) + Hàn (의 thuộc về) 의지표현의, 단의의, 강세전의...

+ Động/ tính từ định ngữ (Hán + Hàn 은/는): 강력한, 구속된, 동기 붙임이 있는...

+ Danh từ (Hán) + Danh từ (Hàn): 보통소리, 불구뿌리, 배달말...

2.2.1.3. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự khác (Xem bảng 7)

Số lượng của nhóm tương đối lớn, cao nhất ở mục vẫn ㄱ với 21 đơn vị (19,09%), thấp nhất ở mục vẫn ㄴ, ㄷ, ㅋ với 0 đơn vị. Nhóm xuất hiện các dạng thức kết hợp sau:

+ Danh từ (Hán) + 의 (Hàn) + Danh từ (Hán): 문장의 유형, 발신자의 문법...

+ Động/ tính từ định ngữ + Danh từ (Hán): 사실에 근거하는 문법 (Hán + Hàn + Hán + Hàn + Hán), 소실된 문자 (Hán + Hàn + Hán)...

+ Động/ tính từ được danh từ hóa -기 + Danh từ (Hán): 비위 맞추기 표현 (Hán + Hàn + Hán)...

2.2.2. Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hán/ Hàn + từ ngoại lai

Nhóm có 85/4054 đơn vị (2,10 %) được tách thành 3 tiểu nhóm như sau: Kết hợp giữa Hán + từ ngoại lai và ngược lại; kết hợp giữa Hàn + từ ngoại lai và ngược lại; kết hợp khác giữa Hán/ Hàn với từ ngoại lai

2.2.2.1. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự Hán + từ ngoại lai và ngược lại (Xem bảng 8)

Nhóm gồm 61 đơn vị, có 18/61 đơn vị ở mục vẫn ㅇ với tỉ lệ cao nhất (chiếm 29,51%), không có đơn vị nào ở mục vẫn ㄷ, ㅈ, ㅊ. Nhóm có 2 dạng thức kết hợp sau:

+ Hán + Ngoại lai: 강 (強) 아오리스 트 aorist, 모친어 母親語 그룹 group...

+ Ngoại lai + Hán: 로망스 Romance 어파 (語派), 메타 meta 언어 (言語)...

+ * S 음향 音響, W 선행 복모음 先行複母音

Bảng 9

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	5
0	20	0	0	0	0	20	20	0	0	0	0	20	20	100%

Bảng 10

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
3	0	1	2	1	1	2	3	3	0	0	0	1	2	19
15,79	0	5,26	10,53	5,26	5,26	10,53	15,79	15,79	0	0	0	5,26	10,53	100%

2.2.2.2. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự Hàn + từ ngoại lai và ngược lại (Xem bảng 9)

Nhóm có số lượng ít, chỉ có 5 đơn vị, xuất hiện ở mục vần ㄴ, ㅅ, ㅇ, ㅋ, ㅎ, mỗi mục vần có 1 đơn vị (20%). Xuất hiện 2 dạng thức kết hợp sau:

+ Hàn + Ngoại lai: 높이 악센트 accent, 세기 악센트 accent, 힘의 악센트 accent.

+ Ngoại lai + Hàn: 악센트 accent가 없는, 코드 code로 짤.

2.2.2.3. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự khác (Xem bảng 10)

Nhóm chỉ có 19 đơn vị nhưng thành phần các ngôn ngữ đa dạng, trật tự kết hợp cũng khá phức tạp. Các mục vần ㄴ, ㅈ, ㅊ, ㅌ không có đơn vị nào. Ba mục vần số lượng cao nhất = 3 đơn vị (15,79%) là ㄱ, ㅇ, ㅈ. Nhóm có các dạng thức kết hợp sau:

+ Ngoại lai + Hàn+ Hán: 그림 Grim의 법칙, 클리네 Kleene의 문법...

+ Hán + Hàn + Ngoại lai: 진술론의 레벨 level...

+ Hán + Hàn + Ngoại lai + Hán: 국어의 로마자 Roma 표기법,

+ Ngoại lai + Hán+ Hàn + Hán: 런던 London 학파의 언어학

+ Hán + Ngoại lai + Hán: 신 블룸필드 Bloom 학파,

+ Hán + Ngoại lai + Hàn + Hán: 언어 커뮤니케이션 communication의 연쇄

+ Hàn + Ngoại lai + Hán: 한글의 로마자 Roma 표기법

3. Đặc điểm cấu tạo của hệ thống thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn

Hệ thống thuật ngữ ngôn ngữ học xuất hiện các đơn vị đơn âm tiết, song tiết và đa âm tiết. Về từ loại, có nhóm các thuật ngữ là danh từ và ngữ danh từ chiếm tỉ lệ cao, bên cạnh đó cũng xuất hiện các động - tính từ, định từ/ định ngữ...

3.1. Thuật ngữ Ngôn ngữ học tiếng Hàn xét theo nguồn gốc từ loại

3.1.1. Nhóm thuật ngữ là các từ loại không phải danh từ

3.1.1.1. Nhóm thuật ngữ là động - tính từ

Bảng 11

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
1	0	2	0	0	1	4	2	4	0	0	1	0	0	15
6,67	0	13,33	0	0	6,67	26,67	13,33	26,67	0	0	6,67	0	0	100%

Bảng 12

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
19	2	5	0	2	15	9	17	12	5	5	3	0	4	98
19,39	2,04	5,10	0	2,04	15,31	9,18	17,35	12,25	5,10	5,10	3,06	0	4,08	100%

Bảng 13

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
20	2	7	0	2	16	13	19	16	5	5	4	0	4	113
17,70	1,77	6,19	0	1,77	14,16	11,50	16,81	14,16	4,42	4,42	3,54	0	3,54	100%

Nhóm gồm 15/4054 đơn vị chiếm 0,37%. Mục từ ㅅ và ㅈ có số đơn vị là động/ tính từ lớn nhất với 4/ 15 đơn vị (26,67%). Các mục vẫn không có động/ tính từ nào là: ㄴ, ㄹ, ㅁ, ㅊ, ㅋ, ㅌ, ㅎ (Xem bảng 11).

Xuất hiện các động từ: 규범화되다 được qui phạm hóa, 생성하다 tạo sinh/ sản sinh, 지배하다 chi phối ...; các tính từ: 다르다 khác, 바르다 đúng/ đúng mực/ chuẩn mực, 타당성이 있다 có/ mang tính thỏa đáng...

3.1.1.2. Nhóm thuật ngữ là định từ/ định ngữ

Có 98/ 4054 đơn vị thuật ngữ (chiếm 2,42%) là định từ/ định ngữ. Trong đó, có 70/ 98 đơn vị (71,43%) có cấu trúc Danh từ + 적 (관습적 tính tập quán, 규범적 tính qui phạm, 부사적 tính chất phó từ, 형식적 tính hình thức...), có 18/98 đơn vị (18,37%) có cấu trúc Động-

tính từ + ㄴ/는 (성이 있는 có âm thanh/ hữu thanh, 주어를 나타내는 biểu đạt chủ ngữ...), có 10 đơn vị (10,20%) có cấu trúc Danh từ + 의 (언어외의 thuộc ngoài ngôn ngữ...). Dưới đây là bảng thể hiện sự phân bố của các đơn vị thuật ngữ là định từ/ định ngữ theo các mục vẫn (Xem bảng 12).

Ta thấy, ở mục vẫn ㄹ, ㅋ không có đơn vị nào. Mục vẫn ㄱ có 19 đơn vị, đạt tỉ lệ cao nhất (19,39%); tiếp đó là mục vẫn ㅇ với 17 đơn vị (17,35%).

Như vậy, tổng số các thuật ngữ là các từ loại không phải danh từ/ danh ngữ có 113/ 4054 đơn vị, chiếm 2,79%, phân bố như bảng sau: (Xem bảng 13)

Các thuật ngữ không phải danh từ/ danh ngữ xuất hiện nhiều nhất ở mục vẫn ㄱ với 20 đơn vị (17,70%), ở mục vẫn ㅇ với 19 đơn vị (16,81%). Tuy nhiên, không có đơn vị nào ở mục vẫn ㄹ và ㅋ.

Bảng 14

	ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
ㄱ	5	1	2	0	0	4	1	1	1	0	0	0	1	0	16
ㅁ	5	6	8	0	4	4	4	5	4	1	3	1	1	0	46
	10	7	10	0	4	8	5	6	5	1	3	1	2	0	62
	16,13	11,29	16,13	0	6,45	12,90	8,06	9,68	8,06	1,61	4,84	1,61	3,23	0	100%

Bảng 15

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
587	75	292	22	245	430	472	645	604	131	147	82	20	302	4054
-20	2	7	0	2	16	13	19	16	5	5	4	0	4	113
-10	7	10	0	4	8	5	6	5	1	3	1	2	0	62
=557	66	275	22	239	406	454	620	583	125	139	77	18	298	3.879
14,36	1,70	7,09	0,57	6,16	10,47	11,70	15,98	15,03	3,22	3,58	1,99	0,46	7,68	100%

3.1.2. Nhóm thuật ngữ là danh từ/ ngữ danh từ

3.1.2.1. Nhóm thuật ngữ là danh từ/ ngữ danh từ phái sinh từ động - tính từ

Nhóm thuật ngữ danh từ phái sinh có 62/ 4054 đơn vị, chiếm 1,53% (Xem bảng 14).

Các danh từ được tạo thành bởi động từ chuyển loại với hai phương thức: bỏ đuôi -다 và thêm 기 (띄어쓰기 viết cách, 크기 độ lớn...) hoặc ㅁ (높임 đề cao, 자리 바꿈 đổi chỗ/ vị trí...). Có thể thấy các đơn vị được cấu thành theo phương thức thêm -ㅁ có số lượng lớn hơn (46/62 đơn vị, chiếm 74,19%) so với các đơn vị hình thành bởi thêm -기 (16/ 62 đơn vị, chiếm 25,81%). Ở mục vần ㄹ, ㅎ, không xuất hiện đơn vị nào thuộc nhóm này. Mục vần ㄱ, ㄷ có 10 đơn vị, chiếm 16,13%.

3.1.2.2. Nhóm thuật ngữ là danh từ/ ngữ danh từ

Sau khi lấy tổng số 4054 đơn vị thuật ngữ, trừ đi số đơn vị không phải là danh từ/ ngữ danh từ, trừ đi các danh từ phái sinh từ động từ và tính từ, ta có số lượng của nhóm thuật ngữ là danh từ và ngữ danh từ. Các số liệu được trình bày cụ thể trong bảng sau: (Xem bảng 15)

Xét về phạm trù từ loại thì đây là nhóm có số lượng lớn nhất, chiếm đại đa số trong hệ thống thuật ngữ Ngôn ngữ học tiếng Hàn 3.879/ 4054 đơn vị (95,68%). Tần số xuất hiện cao nhất lần lượt ở các mục vần ㅇ (619/3879 đơn vị, chiếm 15,96%), ㄱ (556/3879 đơn vị, chiếm 14,33%), ㅅ (453/3879 đơn vị, chiếm 11,68%); tần số xuất hiện thấp nhất ở các mục vần ㄹ (23/3879 đơn vị, chiếm 0,59%), ㅌ (24/3879 đơn vị, chiếm 0,62%)...

Bảng 16

Tổng	1 AT	2 AT	3 AT	4 AT	5 AT	6 AT	7-8 AT	9~11 AT	17 AT
4054	36	795	1197	985	604	263	102/37	20/8/6	1
100 %	0,89 %	19,6 %	29,52 %	24,30 %	14,90 %	6,49 %	2,52%/ 0,91%	0,49%/ 0,20%/ 0,15%	0,02%

Bảng 17

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
4	0	0	0	4	1	8	4	5	2	1	3	0	4	36
(1)*	(0)	(0)	(0)	(2)	(0)	(1)	(0)	(0)	(0)	(1)	(2)	(0)	(1)	(8)
3**	0	0	0	2	1	7	4	5	2	0	1	0	3	28

Bảng 18

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
115	20	48	5	38	86	104	121	109	31	25	20	6	67	795
(7)*	(5)	(2)	(5)	(4)	(7)	(6)	(8)	(4)	(1)	(2)	(3)	(6)	(2)	(62)
108**	15	46	0	34	79	98	113	105	30	23	17	0	65	733

3.2. Thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn xét theo số lượng âm tiết cấu thành (Xem bảng 16)

Các số liệu trong các bảng thống kê dưới đây được thể hiện như sau:

Hàng số đầu tiên là tổng số các đơn vị thuộc nhóm thuật ngữ với số âm tiết tương ứng. Hàng thứ 2 với kí hiệu một sao (*) là số lượng từ thuần Hàn và ngoại lai (bao gồm cả các từ hỗn hợp). Hàng thứ ba với kí hiệu hai sao (**) là số lượng từ thuần gốc Hán trong tổng số các thuật ngữ của nhóm tương ứng.

3.2.1. Nhóm thuật ngữ là từ đơn tiết và song tiết

3.2.1.1. Nhóm thuật ngữ là từ đơn tiết (Xem bảng 17)

Trong số 36/4054 từ đơn âm tiết

(0,89%), có 28/ 36 đơn vị là từ thuần gốc Hán, chiếm 77,78% (구, 강, 법...) và 8/ 36 đơn vị là từ thuần Hàn, chiếm 22,22% (것, 혀, 씨...), không xuất hiện từ đơn tiết có nguồn gốc ngoại lai.

3.2.1.2. Nhóm thuật ngữ là từ song tiết (Xem bảng 18)

Ở nhóm thuật ngữ là từ song tiết, có 795/4054 đơn vị (19,61%). Trong đó có 733/795 đơn vị là từ thuần gốc Hán (92,20%), 62 từ thuần Hàn và ngoại lai trong tổng số 795 từ (7,80%). Có thể thấy, số từ thuần Hàn và ngoại lai ít nhất ở mục vần ㅈ với 1 đơn vị, cao nhất ở mục vần ㅇ với 8 đơn vị. Số từ gốc Hán cao nhất ở mục vần ㅇ, không có từ nào ở mục vần ㅅ.

3.2.2. Nhóm thuật ngữ là từ đa âm tiết

Bảng 19

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
164	20	98	0	76	140	151	174	169	50	48	22	4	81	1.197
(13)*	(7)	(14)	(0)	(10)	(7)	(11)	(13)	(8)	(4)	(4)	(3)	(4)	(12)	(110)
151**	13	84	0	66	133	140	161	161	46	44	19	0	69	1087

Bảng 20

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
139	14	72	0	70	116	105	183	140	26	34	20	5	61	985
(21)*	(5)	(7)	(0)	(12)	(13)	(17)	(25)	(13)	(0)	(2)	(5)	(5)	(7)	(132)
118**	9	65	0	58	103	88	158	127	26	32	15	0	54	853

Bảng 21

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㄷ	ㅌ	
94	8	49	0	36	55	70	108	103	11	18	8	3	41	604
(19)*	(4)	(18)	(0)	(5)	(6)	(21)	(25)	(12)	(3)	(5)	(2)	(3)	(14)	(137)
75**	4	31	0	31	49	49	83	91	8	13	6	0	27	467

3.2.2.1. Nhóm thuật ngữ là từ 3 âm tiết

Đây là nhóm có số lượng các đơn vị thuật ngữ cao nhất, gồm 1.197/4054 đơn vị (29,52%). Kết quả phân loại cho thấy có 110/1197 đơn vị có nguồn gốc thuần Hàn và ngoại lai (9,19%), có 1087/1197 đơn vị thuần gốc Hán (90,81%). Có thể thấy tần số xuất hiện của các từ thuần gốc Hán trong nhóm này có độ chênh lệch lớn. Trong khi có hai mục vẫn ㄹ và ㅌ không có từ thuần gốc Hán thì ở mục vẫn ㅇ và ㅈ lại có tới 161 đơn vị, ở mục ㄱ có 151 đơn vị. (Xem bảng 19)

3.2.2.2. Nhóm thuật ngữ là từ 4 âm tiết

Nhóm thuật ngữ được cấu tạo bởi 4 âm tiết có 985/4054 đơn vị (24,30%), trong đó nhóm từ thuần gốc Hán là

853/985 đơn vị (86,60%). Các đơn vị thuần Hàn, ngoại lai và hỗn hợp có 132/985 đơn vị (13,40%), trong đó các mục vẫn ㄱ và ㅇ có số lượng cao lần lượt là 21 và 25. Ở nhóm các đơn vị thuần gốc Hán, số lượng cao nhất ở mục vẫn ㅇ (158 đơn vị), tiếp đó là ㅈ (127 đơn vị), mục vẫn ㅌ không có đơn vị thuần gốc Hán nào. (Xem bảng 20)

3.2.2.3. Nhóm thuật ngữ là từ 5 âm tiết

So với nhóm 3, 4 âm tiết, số lượng nhóm thuật ngữ cấu thành bởi 5 âm tiết bắt đầu giảm, chỉ còn 604/4054 đơn vị (14,90%). Ở tiểu nhóm này, số lượng các từ thuần gốc Hán giảm, chỉ còn 467/604 đơn vị (77,32%), nhóm các từ thuần Hàn, từ ngoại lai và hỗn hợp tăng lên với 137/604 đơn vị (22,68%). (Xem bảng 21)

Bảng 22

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
36	5	22	0	31	2	28	46	40	9	8	5	3	28	263
(14)*	(2)	(15)	(0)	(12)	(1)	(13)	(21)	(2)	(2)	(5)	(1)	(3)	(8)	(99)
22**	3	7	0	19	1	15	25	38	7	3	4	0	20	164

Bảng 23

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
12/4	3/0	8/0	3/1	25/3	0/3	11/6	16/5	9/8	2/1	5/3	0/0	0/0	8/3	102/37
5/2*	3/0	4/0	3/1	7/2	0/1	5/3	5/3	4/2	1/0	0/3	0/0	0/0	4/1	(41/18)
7/2**	0/0	4/0	0/0	18/1	0/2	6/3	11/2	5/6	1/1	5/0	0/0	0/0	4/2	61/19

Mục vần ㅈ dẫn đầu với 91 đơn vị ở nhóm thuần gốc Hán, mục vần ㅊ, ㅋ không có đơn vị nào. Nhóm từ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp có mục vần ㅅ không có đơn vị nào, mục ㅇ có số lượng lớn nhất với 25 đơn vị.

3.2.2.4. Nhóm thuật ngữ là từ 6 âm tiết

Có thể thấy, số lượng nhóm thuật ngữ gồm 6 âm tiết giảm mạnh, chỉ còn 263/4054 đơn vị (6,49%). Số lượng các từ thuần Hán chiếm 164/263 đơn vị (62,36%), còn lại là các từ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp với 99 đơn vị (37,64%). (Xem bảng 22)

Số lượng các thuật ngữ ở các mục vần mỗi nhóm có độ chênh khá lớn: Ở nhóm từ thuần gốc Hán, mục vần ㅅ, ㅈ không có đơn vị nào, trong khi đó có tới 38 đơn vị ở mục vần ㅊ. Ở nhóm từ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp, mục vần ㅅ không có đơn vị nào, tần số xuất hiện cao nhất ở vần ㅇ với 21 đơn vị.

3.2.2.5. Nhóm thuật ngữ là từ 7-8 âm tiết (Xem bảng 23)

Nhóm thuật ngữ có 7 âm tiết gồm 102/4054 đơn vị (2,52%) với tỉ lệ khá cân đối giữa hai tiểu nhóm 41:61. Tuy nhiên, nhóm thuật ngữ có 8 âm tiết giảm mạnh, chỉ còn 37/4054 đơn vị (0,91%), số lượng của nhóm thuần gốc Hán hầu như ngang bằng với nhóm còn lại: 18:19.

3.2.2.6. Nhóm thuật ngữ là từ 9-10-11 âm tiết

Các thuật ngữ được thống kê và thể hiện trong bảng theo thứ tự sau: thuật ngữ 9 âm tiết/ thuật ngữ 10 âm tiết/ thuật ngữ 11 âm tiết. Như vậy, có 20/4054 đơn vị 9 âm tiết, chiếm 0,49% (동사와 형용사의 차이...), 8/4054 đơn vị 10 âm tiết chiếm 0,20% (국어 어휘 사용 빈도 조사...) và 6/4054 đơn vị 11 âm tiết chiếm 0,15% (국민학교 교과서 어휘 조사...). (Xem bảng 24)

Kết quả khảo sát, thống kê, phân loại cho thấy: Không xuất hiện các đơn vị có 12, 13, 14, 15, 16 âm tiết. Chỉ có 1 đơn vị (0,02%) được cấu tạo bởi 17 âm

Bảng 24

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
3/3/1	0	1/2/1	0	0/1/0	0	3/0/1	3/0/2	7/1/0	0	0	1/0/0	0	2/1/1	20/8/6
1/0/0*	0	1/1/1	0	0/1/0	0	2/0/0	2/0/2	3/0/0	0	0	1/0/0	0	2/1/0	12/3/3
2/3/1**	0	0/1/0	0	0/0/0	0	1/0/1	1/0/0	4/1/0	0	0	0/0/0	0	0/0/1	8/5/3

Bảng 25

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅅ	ㅇ	
(1) 3	0	0	0	2	1	7	4	5	2	0	1	0	3	28
(2) 108	15	46	0	34	79	98	113	105	30	23	17	0	65	733
(3) 151	13	84	0	66	133	140	161	161	46	44	19	0	69	1087
(4) 118	9	65	0	58	103	88	158	127	26	32	15	0	54	853
(5) 75	4	31	0	31	49	49	83	91	8	13	6	0	27	467
(6) 22	3	7	0	19	1	15	25	38	7	3	4	0	20	164
(7~8) 7/2	0/0	4/0	0/0	18/1	0/2	6/3	11/2	5/6	1/1	5/0	0/0	0/0	4/2	61/19
(9~11) 2/3/1	0	0/1/0	0	0/0/0	0	1/0/1	1/0/0	4/1/0	0	0	0/0/0	0	0/0/1	8/5/3
492	44	238	0	229	368	408	558	543	121	120	62	0	245	3.428

Bảng 26

Thuần Hán	Thuần ngoại lai	Hỗn hợp Hán với Hán	Hỗn hợp Hán/Hàn với ngoại lai	Tổng
196	76	269	85	626
31,31	12,14	42,97	13,58	100%

tiết là thuật ngữ hỗn hợp được tạo bởi các âm tiết Hán và Hàn: 대등한 관계와 종속적 관계로 이어진 문장. Trật tự các âm tiết sắp xếp theo nguồn gốc như sau: *Hán Hán - Hàn - Hán Hán - Hàn-Hán Hán Hán - Hán Hán - Hàn - Hàn Hàn Hàn - Hán Hán*. Đây là đơn vị có cấu trúc danh ngữ phức tạp (Động từ định ngữ + N1+ tính từ định ngữ + N2+ giới từ + Động từ định ngữ + N trung tâm).

Tổng hợp một số kết quả nghiên cứu chính:

Phân bố của thuật ngữ thuần gốc Hán ở các mục văn theo số lượng âm tiết

Chúng tôi thống kê và phân loại các đơn vị thuật ngữ thuần gốc Hán theo số

lượng âm tiết (các số trong ngoặc đơn in đậm ở cột 1 bên trái) của từng danh mục văn (từ văn ㄱ đến văn ㅎ). Có hai mục văn ㄹ và ㅋ không xuất hiện từ thuần gốc Hán. (Xem bảng 25)

Số đơn vị thuần gốc Hán xuất hiện cao nhất ở nhóm các từ được cấu tạo bởi 3 âm tiết (=1087 đơn vị); số đơn vị thuần gốc Hán thấp nhất (3 đơn vị) ở nhóm có 11 âm tiết.

Phân bố của nhóm thuật ngữ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp

Tỉ lệ phân bố của các nhóm thuần Hàn, thuần ngoại lai, hỗn hợp thể hiện ở bảng 26.

Bảng 27

1 AT	2 AT	3 AT	4 AT	5 AT	6 AT	7-8 AT	9~11 AT	17 AT	Tổng
8	62	110	132	137	99	41/18	12/3/3	1	626
1,28	9,90	17,57	21,09	21,88	15,82	6,55/2,88	1,92/ 0,48/ 0,48	0,16	100%

Bảng 28

	1AT	2 AT	3 AT	4 AT	5 AT	6 AT	7-8 AT	9~11 AT	17 AT
Tổng/ 100%	36	795	1197	985	604	263	102/37	20/8/6	1
Thuần Hàn, ngoại lai +HH	8 22,22	62 7,80	110 9,19	132 13,40	137 22,68	99 37,64	41/18 40,20/ 48,65	12/3/3 60,00/ 37,50/ 50,00	1 100
Thuần gốc Hán	28 77,78	733 92,20	1087 90,81	853 86,60	467 77,32	164 62,36	61/19 59,80/ 51,35	8/5/3 40,00/ 62,50/ 50,50	0 0,00

Bảng 29

		ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	ㅆ	ㅇ	
Động/ tính từ		1	0	2	0	0	1	4	2	4	0	0	1	0	0	15 0,37
Định từ/ngữ		19	2	5	0	2	15	9	17	12	5	5	3	0	4	98 2,42
Danh từ/ ngữ	Phái sinh	10	7	10	0	4	8	5	6	5	1	3	1	2	0	62 1,53
	Gốc	557	66	275	22	239	406	454	620	583	125	139	77	18	298	3879 95,68
		587	75	292	22	245	430	472	645	604	131	147	82	20	302	4054 100%

Sự phân bố của các thuật ngữ là từ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp ở các nhóm chia theo số âm tiết cấu thành được thể hiện qua bảng 27.

Phân bố của các 2 nhóm thuật ngữ (thuần gốc Hán và nhóm gồm các thuật ngữ còn lại) ở các nhóm chia theo số lượng âm tiết. (Xem bảng 28)

Phân bố của các thuật ngữ theo tính chất từ loại ở các mục văn (Xem bảng 29)

Kết luận

Kết quả khảo sát, thống kê, phân loại và phân tích cho thấy: Hệ thống thuật ngữ NNH tiếng Hàn có nguồn gốc đa dạng và cấu trúc - hình thái phức tạp.

Về nguồn gốc của thuật ngữ NNH tiếng Hàn

Số lượng từ thuần gốc Hán chiếm tỉ lệ cao với 84,56%, từ thuần Hàn 4,83%, từ thuần ngoại lai 1,87%, nhóm có nguồn

gốc hỗn hợp 8,73%. Điều này cho thấy ảnh hưởng của chữ Hán và văn hóa Hán đến ngôn ngữ Hàn là rất lớn và sâu sắc. Tỷ lệ đáng kể của nhóm từ có nguồn gốc hỗn hợp cũng như sự có mặt của nhóm từ thuần ngoại lai cho thấy sự hòa nhập mạnh mẽ của dân tộc Hàn với thế giới bên ngoài, tạo động lực phát triển cho ngôn ngữ. Nguồn gốc đa dạng của thuật ngữ NNH tiếng Hàn cho thấy hệ thống này có “tính thống nhất” và “tính quốc tế” khá nổi bật.

Có thể thấy, dạng thức kết hợp của các nhóm thuật ngữ phân theo nguồn gốc hình thành đơn giản hay phức tạp, ít hay nhiều tầng bậc tùy thuộc vào tính chất, lượng nhiều hay ít của âm tiết cấu thành thuật ngữ. Kết quả khảo sát cho thấy, khi số lượng âm tiết của các nhóm thuật ngữ càng tăng thì tỷ lệ nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp cũng tăng dần lên. Thuật ngữ nhóm này thường được tạo thành bởi nhiều đơn vị từ loại, phong phú về nguồn gốc và đa dạng về dạng thức kết hợp.

Về cấu trúc - hình thái của thuật ngữ NNH tiếng Hàn

Số lượng các thuật ngữ là danh từ/ danh ngữ chiếm đại đa số (95, 68%) trong hệ thống thuật ngữ NNH tiếng Hàn. Bên cạnh đó còn có các động/ tính từ, các định từ/ định ngữ, các danh từ/ danh ngữ phái sinh từ động/ tính từ.

Số lượng âm tiết cấu thành đơn vị thuật ngữ phân bố rải từ 1 âm tiết đến 11 âm tiết. Các đơn vị cấu thành bởi 2, 3, 4 âm tiết có số lượng lớn nhất, các đơn vị 1 âm tiết, 10, 11 âm tiết có số lượng ít hơn rất nhiều, đặc biệt chỉ có 1 đơn vị 17 âm tiết. Điều này giúp thuật ngữ NNH tiếng Hàn thể hiện rõ và đảm bảo đặc trưng “ngắn gọn, dễ hiểu” của thuật ngữ nói chung.

Số lượng từ thuần gốc Hán ở nhóm 2, 3, 4 âm tiết chiếm tỷ lệ cao (trên dưới 90%). Điều này giúp đảm bảo “tính chính xác” của thuật ngữ do đặc điểm của từ gốc Hán. Trong khi đó, các từ thuần Hàn, ngoại lai và hỗn hợp đạt tỷ lệ xuất hiện cao nhất ở nhóm 9 âm tiết (60%). Hiện tượng này có thể giải thích như sau: Khi số lượng các âm tiết trong một đơn vị lớn, cấu trúc càng phức tạp, tất sẽ cần đến nhiều phương tiện liên kết, cần sử dụng nhiều dạng thức kết hợp. Tuy nhiên, thuật ngữ càng nhiều âm tiết, cấu trúc sẽ lỏng lẻo và không đáp ứng được yêu cầu “ngắn gọn, dễ hiểu”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Thiện Giáp, (2010), 777 khái niệm Ngôn ngữ học, Nxb ĐHQGHN.
2. Hoàng Văn Hành (2010), Tuyển tập Ngôn ngữ học, Nxb Khoa học xã hội: Về sự hình thành và phát triển thuật ngữ tiếng Việt, in trong Ngôn ngữ số 4, 1983.

3. Cao Xuân Hạo và Hoàng Dũng (2005), Từ điển thuật ngữ Ngôn ngữ học đối chiếu Anh-Việt, Việt-Anh, Nxb KHXH;
4. Hà Quang Năng chủ biên (2012), *Thuật ngữ học: những vấn đề lí luận và thực tiễn*, Nxb TĐBK.
5. Vương Toàn chủ biên (2003), Từ điển thuật ngữ Ngôn ngữ học Việt Anh Pháp Nga, Nxb Từ điển Bách khoa.
6. Lê Đức Trọng (1993), *Từ điển giải thích thuật ngữ Ngôn ngữ học (Việt-Anh-Pháp-Nga)*, Nxb thành phố HCM.
7. Nguyễn Như Ý chủ biên (1996), Từ điển giải thích Thuật ngữ Ngôn ngữ học, Nxb Giáo dục, Hà Nội;

Tiếng Hàn

8. 박경자 외 (2001), 응용언어학사전, 경진문화사도서출판.
9. 이은정 (2005), 국어학·언어학 용어사전, 백산출판사, 2005.

PHƯƠNG PHÁP DẠY - HỌC TỪ XUNG HÔ VÀ CÁCH XUNG HÔ TIẾNG HÀN HIỆU QUẢ CHO NGƯỜI VIỆT NAM

Lã Thị Thanh Mai *

1. Mở đầu

Những năm gần đây, tiếng Hàn là một trong những ngoại ngữ được nhiều người Việt Nam yêu thích, số lượng người học tiếng Hàn ngày càng tăng nhanh. Tuy nhiên, giữa tiếng Hàn và tiếng Việt có nhiều điểm khác biệt khiến cho người Việt khi học tiếng Hàn đã gặp không ít khó khăn.

Trong giao tiếp hàng ngày của mỗi dân tộc, xung hô là hành động ngôn ngữ được sử dụng rất nhiều và không thể thiếu được. Đặc biệt, cách xung hô (CXH) trong tiếng Hàn rất đa dạng và phức tạp so với tiếng Việt khiến người Việt rất dễ mắc lỗi khi học và sử dụng tiếng Hàn. Để truyền đạt thông tin có hiệu quả nhất đến người nghe, người nói phải biết kết hợp yếu tố ngôn ngữ và yếu tố văn hoá một cách thích hợp. Nếu người nói sử dụng từ xung hô (TXH), CXH không đúng chuẩn mực thì sẽ bị coi là vô lễ, thiếu lịch sự, dẫn đến hiện

tượng “sốc văn hoá” làm đình trệ quá trình giao tiếp.

Trong thực tế giảng dạy, chúng tôi thấy rằng sinh viên Việt Nam còn mắc nhiều lỗi khi sử dụng các từ ngữ xung hô bằng tiếng Hàn.

Chính vì những lý do nêu trên, chúng tôi đã chọn bài viết của mình là “Phương pháp dạy - học từ xung hô và cách xung hô tiếng Hàn hiệu quả cho người Việt Nam”. Thông qua việc phân tích kết quả phiếu điều tra, chúng tôi chỉ ra những lỗi thường mắc phải khi sử dụng từ ngữ xung hô bằng tiếng Hàn của sinh viên và sau đó, đề xuất phương pháp dạy - học TXH và CXH hiệu quả cho người học.

Chúng tôi đã tiến hành điều tra 200 sinh viên đang học tiếng Hàn Quốc tại Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại Ngữ - Đại học Quốc gia Hà Nội.

* ThS., Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Chúng tôi hi vọng kết quả nghiên cứu của bài viết này có thể giúp ích cho việc dạy và học tiếng Hàn cũng như tiếng Việt với tư cách như một ngoại ngữ, đồng thời phục vụ cho việc dịch thuật tiếng Hàn sang tiếng Việt và ngược lại.

2. Các lỗi xưng hô bằng tiếng Hàn của sinh viên và phương hướng khắc phục lỗi

2.1. Các lỗi xưng hô bằng tiếng Hàn của sinh viên

Theo kết quả điều tra, chúng tôi đã phát hiện được nhiều lỗi về cách dùng TXH và CXH của sinh viên khi sử dụng tiếng Hàn. Cụ thể là sinh viên đã mắc phải những lỗi như sau:

Thứ nhất, sinh viên chưa hiểu được rõ về CXH trong nhà trường và xưng hô bằng cách kết hợp chức vị của người Hàn Quốc. Ngoài ra còn do ảnh hưởng của tiếng mẹ đẻ nên sinh viên đã phạm lỗi. Ví dụ, phần lớn người Việt Nam hay có thói quen gọi thầy/cô bằng hình thức kết hợp với tên riêng, như *cô Hoa, thầy Thịnh ...*, nhưng người Hàn lại gọi thầy/cô bằng chức vị + *님 / nim*, hoặc gọi bằng họ kết hợp chức vị + *님 / nim*, như *교수님 / giáo sư, 선생님 / thầy/cô giáo...*

Thứ hai, sinh viên chưa nắm chắc CXH kết hợp với từ chỉ chức vị. Khi gọi người có chức vị cao hơn mình ở trong công ti, người nói buộc phải dùng CXH tôn kính, chỉ gọi bằng “*직위 / chức vị + 님*

/nim” như “*이사님 / Isanim*”. Đây là cách xưng hô thích hợp và tôn kính nhất. Còn khi gọi người có địa vị thấp hơn mình thì người nói không dùng hình thức tôn kính kết hợp đuôi *nim*. Ở Việt Nam không có cách xưng hô như thế này. Vì vậy sinh viên rất dễ mắc lỗi.

Thứ ba, sinh viên thường mắc lỗi khi sử dụng CXH ngoài xã hội là do họ không có cơ hội nhìn, xem trực tiếp và trải nghiệm thực tế nên đã sử dụng CXH không đúng, không phù hợp.

Thứ tư, sinh viên vẫn chưa phân biệt được rõ các CXH bằng hình thức kết hợp tên của người Hàn.

Thứ năm, sinh viên không hiểu rõ cách sử dụng TXH bằng danh từ thân tộc trong tiếng Hàn nên thường mắc lỗi khi xưng hô.

Thứ sáu, sinh viên thường mắc lỗi khi sử dụng TXH trong gia đình, đặc biệt là xưng hô giữa các anh chị em.

Thứ bảy, sinh viên chưa hiểu rõ các cách kết thúc đuôi câu kết hợp với TXH trong tiếng Hàn nên thường mắc lỗi. Vì kết thúc đuôi câu trong tiếng Hàn có hai loại, một loại kết thúc đuôi câu dạng thông thường, một loại kết thúc đuôi câu dạng lịch sự, kính trọng. Khi dùng TXH tôn kính, người nói buộc phải sử dụng cả dạng ngữ pháp lịch sự và đuôi tôn kính thì câu mới đúng và phù hợp văn phong.

2.2. Phương hướng và biện pháp khắc phục lỗi xưng hô trong việc dạy - học tiếng Hàn cho sinh viên

Đề xuất một số phương hướng để khắc phục những lỗi mà người Việt Nam dễ mắc phải khi sử dụng TXH và CXH bằng tiếng Hàn.

Thứ nhất, sinh viên cần phải hiểu rõ và thuộc lòng các CXH chính và các TXH thông dụng. Việc này đòi hỏi người học phải chăm chỉ, tự chủ trong việc học tập cũng như tìm kiếm tư liệu học tập. Ví dụ: sau khi kết thúc buổi học, người học cần phải làm bài tập hoặc tự đặt câu hay làm hội thoại với TXH và CXH đã được học trên lớp.

Thứ hai, giáo viên có thể biên soạn giáo trình chính hay giáo trình bổ trợ hoặc biên soạn tài liệu tham khảo về xưng hô trong tiếng Hàn để dạy cho sinh viên. Trong giáo trình cần có phần từ mới về TXH và phần bài tập liên quan đến các cách xưng hô, các hội thoại theo nhiều ngữ cảnh, tình huống khác nhau. Đặc biệt cần bổ sung những CXH và TXH không xuất hiện trong giáo trình đang giảng dạy để dạy cho sinh viên. Vì sau khi tốt nghiệp, sinh viên phải hiểu biết rõ ràng, tường tận và biết sử dụng đúng hệ thống các CXH và TXH trong tiếng Hàn.

Thứ ba, giáo viên rất cần thường xuyên đổi mới phương pháp giảng dạy so với cách dạy truyền thống. Có thể dạy TXH và CXH bằng cách đưa ra các tình

huống hội thoại điển hình hoặc cho sinh viên diễn kịch đơn giản theo các tình huống thực tế để hiểu nội dung.

Thứ tư, có thể sử dụng phim ảnh của Hàn Quốc hiện nay làm nguồn tư liệu để việc giảng dạy TXH và CXH mang tính cập nhật. Chính phim ảnh Hàn Quốc sẽ giúp sinh viên có thể thấy được một cách trực quan các nhân tố giao tiếp quy định việc chọn và sử dụng các TXH, CXH thích hợp như: nhân tố hoàn cảnh giao tiếp, nhân tố tuổi tác, nhân tố vị thế xã hội hay vai giao tiếp, nhân tố mục đích giao tiếp, và nhân tố chiến lược giao tiếp,... Nhờ vậy, sinh viên sẽ dường như được trải nghiệm thực tế cách dùng TXH và CXH trong sinh hoạt của người Hàn Quốc.

Thứ năm, cần thiết kế buổi học riêng để dạy về CXH và TXH trong tiếng Hàn. Hiện tại không có buổi học dạy riêng về phần xưng hô nên giáo viên sẽ tiến hành dạy phần xưng hô thông qua các buổi học về văn hoá và ngôn ngữ. Đặc biệt qua buổi học dạy nghe và dạy nói, học sinh có thể luyện tập được nhiều CXH.

Thứ sáu, cần dạy cách xưng hô tôn kính - dạng kính ngữ, đuôi liên kết “**님** /nim”. Nếu muốn biểu hiện sự tôn kính đối với người nghe, cần gắn đuôi liên kết “**님** /nim” vào cuối từ xưng hô. Đặc biệt người học phải chú ý sử dụng TXH tôn kính đúng theo tình huống.

Thứ bảy, khi dạy CXH bằng hình thức kết hợp với từ chỉ chức vị, nghề nghiệp, cần dạy mức độ tôn kính khác nhau theo mẫu câu cụ thể.

Thứ tám, cần dạy cách liên kết câu với TXH và kết thúc đuôi câu một cách thích hợp theo tình huống.

Thứ chín, khi dạy cách xưng hô kết hợp với tên, vì có các hình thái đa dạng nên cần phải dạy tình huống sử dụng phân biệt theo từng hình thái.

Thứ mười, khi dạy TXH và CXH ngoài xã hội, cần chỉ cho người học thấy được những TXH và CXH được dùng phổ biến và tự nhiên nhất theo các tình huống cụ thể. Ví dụ: khi hỏi thăm đường, người Hàn Quốc thường dùng từ “저기요 /jɔkiyɔ”.

Các biện pháp khắc phục lỗi xưng hô trong việc dạy - học tiếng Hàn cụ thể như sau:

Thứ nhất, giáo viên chỉ ra cho người học thấy được những CXH giống nhau trong tiếng Hàn và tiếng Việt, để người học tận dụng được sự hiểu biết từ tiếng mẹ đẻ loại suy sang sử dụng bằng tiếng Hàn có hiệu quả cao. Chẳng hạn:

- Xưng hô bằng ĐTNX trong tiếng Hàn và tiếng Việt, chủ yếu được người trên dùng cho người dưới, nhưng người dưới không được dùng xưng hô với người trên. Nhưng được dùng để xưng hô trong quan hệ bạn bè, những người

cùng trang lứa, đồng cấp khi thân thiết. Ví dụ: bạn bè có thể gọi nhau (너/no, 당신/dangsin, bạn, mày...).

- Cả người Hàn và người Việt cùng có cách xưng hô/hô gọi bằng tên riêng và chủ yếu được dùng trong quan hệ giữa người trên đối với người dưới hoặc giữa bạn bè và những người cùng trang lứa. Ví dụ: bạn bè gọi nhau (Thu, Tuấn, 수진, 미선씨...). Người Hàn Quốc dùng tên riêng kèm tên đệm để hô gọi.

- Khi xưng hô ngoài xã hội, phần lớn người Hàn và người Việt đều sử dụng TXH là danh từ chỉ quan hệ thân tộc (anh, chị, cô, bác, ông, bà..., 아줌마 /ajumma - cô/bác, 아저씨 /ajosi-chú/bác, 할머니 /halmoni - bà...).

- Khi giao tiếp ở những nơi công cộng, người Hàn cũng như người Việt đều dựa vào tuổi tác của đối ngôn để chọn cách xưng hô. Ví dụ: gọi người nhiều tuổi hơn mình một chút là (anh, chị, 언니/누나, 오빠/형).

- 당신/dangsin cũng như từ “mình” trong tiếng Việt được dùng nhiều trong quan hệ vợ chồng hoặc bạn bè quen biết nhau.

- Trong tiếng Hàn và tiếng Việt đều có hình thức gọi tên riêng kèm tên đệm kết hợp với hô ngữ. Tiếng Việt (ơi), tiếng Hàn (아/야). Ví dụ: Bạn bè gọi nhau là Hà ơi, Thu ơi, 수진아, 수희야...

- Cách xưng hô thay vai được dùng

cả trong tiếng Hàn và tiếng Việt. Cách xưng hô này thường được dùng khi vợ chồng gọi nhau khi đã có con hay người trên gọi người dưới hoặc anh chị em gọi nhau từ vai của con mình. Ví dụ, sau khi kết hôn và sinh con, anh trai - 형 /hyeong/ 오빠/ôpa, chị gái - 언니/onni/ 누나/nuna thường thay đổi cách xưng hô với em mình, gọi em trai, em gái mình là *chú* - 작은 아버지, *cô* - 고모, *cậu* - 외삼촌, *dì* - 이모... thay cho con cái.

- Sau khi kết hôn và có con, vợ chồng người Hàn và người Việt thường gọi nhau theo hình thức kết hợp tên con cái như (mẹ Hoa, bố Tuấn, 수진 엄마/mẹ Su Jin,...).

Thứ hai, giáo viên chỉ ra các CXH chỉ có trong tiếng Hàn mà không có trong tiếng Việt. Đặc biệt giáo viên cần nhấn mạnh những trường hợp người Việt hay sai khi sử dụng. Chỉ ra những điểm khác biệt với tiếng Việt, chẳng hạn:

- Trong tiếng Hàn, 나/na và 저/jeo - ĐTNX ngôi 1, số ít - có khả năng kết hợp với tiểu từ 이/가 thành 내가/제가 - hình thái này không xuất hiện trong tiếng Việt.

- 우리/uri - ĐTNX ngôi 1, số nhiều - trong tiếng Hàn có cách dùng đặc biệt khác với tiếng Việt. Mặc dù là đại từ nhân xưng chỉ số nhiều nhưng chúng vẫn được sử dụng rất rộng rãi với tư cách là đại từ chỉ một cá thể, và đặc biệt khi chỉ sự sở hữu.

- Trong tiếng Hàn khi sử dụng các từ xưng hô 오빠/ôpa, 형/hyeong - anh trai và 언니/onni, 누나/Nuna - chị gái thì giới tính của người nói quyết định đến việc lựa chọn TXH (trừ từ 언니/onni - khi xưng hô ngoài xã hội).

- Trong tiếng Hàn có hình thức xưng hô thể hiện sự tôn kính. Khi người nói muốn thể hiện sự tôn kính với đối phương thì gắn đuôi 님/nim tôn kính vào sau danh từ chỉ quan hệ thân tộc hoặc danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp hay học hàm học vị. Ví dụ: 할머니 + 님 = 할머니 (bà), 사장 + 님 = 사장님 (giám đốc).

- Trong tiếng Hàn, có nhiều từ xưng hô vốn là từ chỉ quan hệ họ hàng có cấu tạo theo lối ghép từ: một từ gốc chỉ quan hệ họ hàng được ghép với từ khác để tạo thành một từ mới chỉ quan hệ họ hàng. Ví dụ: 크다 (lớn) + 아버지 (bố) = 큰 아버지 (bố lớn/bác).

- Người Hàn không bao giờ gọi đối ngôn chỉ bằng “tên riêng” đơn độc như người Việt (Minh, Thu, Trí...) dù là bạn bè thân thiết. Họ gọi nhau bằng cả tên đệm như 수진/Su Jin, 상욱/Sang Uk...

- Các từ xưng hô “선생님 /sionsengnim, 사장님 /sajangnim” của tiếng Hàn không phải chỉ được dùng để gọi những người dạy học thầy/cô giáo ở trường học hoặc những người là giám đốc/sếp ở các công ti hay công sở, mà chúng còn được sử dụng để xưng hô

trong các tình huống chung, đặc biệt khi người nói muốn tôn trọng đối ngôn.

- Các từ 부인 /*buin* và 사모님 /*samônim* của tiếng Hàn được sử dụng để gọi vợ của thầy giáo hoặc vợ của những người có chức vị cao trong xã hội.

- Trong tiếng Hàn có cách xưng hô gọi theo địa danh hay nơi ở của người nghe kết hợp với danh từ chỉ chức vụ hoặc danh từ thân tộc. Ví dụ: 부산 고모 - có nghĩa tiếng Việt là “cô/cô em Busan”. Hay 인천 지점장 - có nghĩa tiếng Việt là “trưởng chi nhánh Incheon”.

- Từ “여보/*yobô*”, “당신/*dangsin*”, được dùng chung để xưng hô trong các cặp vợ chồng người Hàn, vợ và chồng đều có thể gọi nhau bằng hai từ đó.

Thứ ba, giáo viên cần chỉ ra các CXH vừa có trong tiếng Hàn và vừa có trong tiếng Việt, song có sự khác nhau mà người Việt dễ bị lỗi do ảnh hưởng chuyển di tiêu cực từ tiếng mẹ đẻ để học sinh cần hết sức lưu ý, tránh những “cú sốc” về văn hóa khi xưng hô. Cụ thể:

- Cách xưng hô bằng danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp đều được sử dụng trong tiếng Hàn và tiếng Việt. Nhưng trong tiếng Hàn được sử dụng phổ biến và tự nhiên hơn tiếng Việt. Người Hàn, khi xưng hô với cấp trên chủ yếu dùng danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp hay chức danh khoa học, học vị kết hợp với đuôi “님/*nim*” tôn kính. Đặc biệt, người Hàn còn sử dụng họ kết hợp

với chức vụ và nghề nghiệp hay học hàm học vị, còn người Việt dùng tên riêng kết hợp với chức vụ và nghề nghiệp, đây là điểm khác biệt khiến người học hay bị mắc lỗi. Để tránh mắc lỗi khi xưng hô bằng danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp trong trường học (đối với thầy/cô hay cấp trên) hay trong cơ quan/ công ti (đối với cấp trên), người học nên xưng hô theo cách “직위 + 님” là đúng nhất, hoặc có thể dùng “성 + 직위 + 님” khi muốn chỉ định.

- Cả hai dân tộc đều có lỗi xưng hô bằng đại từ chỉ định. Trong tiếng Hàn: “여기요/*yokiyô*, 저기요/*jokiyô*”, tiếng Việt: *đây, đấy, đằng ấy, ấy, này*. Nhưng trong tiếng Hàn, “여기요/*yokiyô*, 저기요/*jokiyô*” được dùng để xưng hô hay hô gọi rất phổ biến và tự nhiên trong trường hợp gọi đồ ăn ở quán ăn, ở nhà hàng, hay hỏi thăm đường, hoặc ở những nơi công cộng... Còn trong tiếng Việt, lỗi xưng hô bằng đại từ chỉ định được dùng không phổ biến, thường chỉ được dùng để xưng hô giữa bạn bè và người thân. Người học lưu ý khi xưng hô ngoài xã hội (ở siêu thị, cửa hàng, ngoài chợ, hỏi thăm đường, trong quán ăn) trường hợp không đoán được tuổi của đối phương hoặc khó lựa chọn TXH thì cách an toàn nhất là nên dùng từ “저기요/*jokiyô*” để xưng hô.

- CXH bằng họ tên trong tiếng Hàn có sự gắn kết với các hậu tố 님/*nim*, 씨/*ssi*, 군/*kun*, 양/*yang* như (김군, 김양, 김수

진 님, 수진 씨...). Hình thức này không xuất hiện trong tiếng Việt nên người học cũng hay bị mắc lỗi. Tốt nhất khi xưng hô với người trên hay người nhiều tuổi hoặc người gặp lần đầu nên xưng hô theo cách “성 + 이름 + 님” là hiệu quả và an toàn nhất. Còn đối với những người đã quen biết có độ tuổi ngang bằng nên xưng hô theo cách “성 + 이름 + 씨” hoặc “이름 + 씨”.

- Trong tiếng Hàn có cách xưng hô: “Mrs/ Miss/ Mr + 성/họ” được sử dụng khá phổ biến trong các công ti / cơ quan. Ví dụ: *Mr Kang/미터 강*, *Miss Kim/미스 김*, *Mrs Park/미스터 박*... Cách xưng hô này chỉ xuất hiện trong các công ti liên doanh với nước ngoài ở Việt Nam, nhưng không phổ biến. Cách xưng hô này người học cần lưu ý, chủ yếu cấp trên gọi cấp dưới hoặc người nhiều tuổi gọi người ít tuổi.

3. Đề xuất phương pháp dạy - học TXH và CXH tiếng Hàn hiệu quả

3.1. Các phương pháp dạy - học TXH và CXH tiếng Hàn

Thông qua việc phân tích kết quả phiếu điều tra và kinh nghiệm thực tế giảng dạy, chúng tôi đưa ra một số đề xuất ứng dụng vào việc dạy - học TXH và CXH bằng tiếng Hàn như sau:

- Dạy và giải thích những điểm khác nhau và giống nhau về TXH và CXH của tiếng Hàn và tiếng Việt. Đặc biệt cần giải thích kĩ hơn cho người học

về những TXH và CXH tiếng Hàn mà không xuất hiện trong tiếng Việt để hạn chế những lỗi sai mà người học hay mắc phải. Ví dụ, khi xưng hô bằng danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp, người Hàn chủ yếu xưng hô bằng chức danh kết hợp đuôi “님/nim” tôn kính trong quan hệ cấp dưới đối với cấp trên như (사장님 /sajangnim - giám đốc).

- Tạo điều kiện cho sinh viên có nhiều cơ hội giao lưu với người Hàn thông qua các sự kiện như thảo luận, diễn đàn, hội thảo, xêmina,... về các hình thức xưng hô trong tiếng Hàn và các yếu tố văn hóa ảnh hưởng đến CXH, đặc biệt trong đối chiếu Hàn - Việt. Và tạo điều kiện cho sinh viên có cơ hội sang Hàn Quốc thực tập, trải nghiệm cuộc sống sinh hoạt thực tế của người dân Hàn Quốc.

- Tổ chức các buổi học ngoại khóa, đi thực tế cho sinh viên. Ví dụ, giáo viên liên hệ với các công ti hay cơ quan, công sở Hàn Quốc để cho sinh viên đến giao lưu hoặc thăm quan thực tế để biết về mô hình làm việc hay cách xưng hô ở trong công ti của Hàn Quốc.

- Khi dạy TXH và CXH, cho sinh viên tự làm hội thoại hoặc tập đóng kịch đơn giản với nhau. Ngoài ra, có thể kết hợp dạy TXH và CXH qua hình thức chơi game đoán từ, điền từ... để gây sự hứng thú cho người học và giúp người học có thể hiểu và thuộc TXH và CXH một cách dễ dàng.

- Sử dụng tập bài giảng chúng tôi biên soạn (gồm TXH và CXH, kính ngữ, các hội thoại, các dạng bài tập) dạy lồng ghép vào các giờ học nói, nghe, tiếng Hàn văn phòng, đối chiếu ngôn ngữ.

- Người học phải chăm chỉ học tập và làm các bài tập liên quan đến TXH và CXH tiếng Hàn. Chủ động học tập và tìm kiếm tư liệu qua phim ảnh, internet, sách...

- Khi dạy cách xưng hô bằng sự kết hợp họ tên, chúng tôi đã tiến hành dạy các tình huống sử dụng phân biệt theo hình thái bởi vì hình thái xưng hô kết hợp tên của tiếng Hàn rất đa dạng như: “성/호 + 이름/tên riêng kèm tên đệm + 님/nim, 이름/tên riêng kèm tên đệm + 씨/ssi, 성/호 + 이름/tên riêng kèm tên đệm + 씨/ssi, 이름/tên riêng kèm tên đệm + 아/야, 성/호 + 씨/ssi, 성/호 + 군/kun/ 양/yang, 성/호 + 이름/tên riêng kèm tên đệm + 씨/ssi...”.

Trong phần này, chúng tôi chỉ ra những lưu ý cho người học như sau:

- Khi bạn bè hay những người cùng trang lứa thường xưng hô với nhau bằng hình thức “이름/tên riêng kèm tên đệm + 씨/ssi”, hoặc “이름/tên riêng kèm tên đệm + 아/야 - hô ngữ (à, ơ)”, nhưng người ít tuổi không thể xưng hô với người nhiều tuổi ngoài xã hội như vậy.

- Người ít tuổi nên xưng hô với người nhiều tuổi bằng hình thức “성/호 + 이름/tên riêng kèm tên đệm + 님/nim”.

- Người nhiều tuổi gọi người ít tuổi bằng “성/호 + 씨/ssi, 성/호 + 군/kun/ 양/yang, 이름/tên riêng kèm tên đệm + 씨/ssi”.

- Khi dạy xưng hô bằng sự kết hợp từ chỉ chức vị, nghề nghiệp nêu mức độ tôn kính khác nhau. Trong tiếng Hàn có 5 hình thức tôn kính theo thứ tự: '직위 + 님', '성 + 직위 + 님', '성 + 이름 + 직위 + 님', '성 + 이름 + 직위', '성 + 직위'.

- Người học cần phải thuộc và nhớ cách sử dụng chúng đúng theo các tình huống. Ví dụ, cấp dưới xưng hô với cấp trên phải lịch sự, tôn kính theo cách '직위 + 님'.

- Lưu ý trong cơ quan hay công ty của Hàn Quốc, người Hàn chủ yếu xưng hô với nhau bằng chức vụ hoặc bằng nghề nghiệp hay học hàm học vị.

- Dạy kính ngữ trong tiếng Hàn hay các hình thái xưng hô tôn kính kết hợp đuôi 님 /nim. Ví dụ, '할아버지 /ông(nghĩa gốc) - 할아버님 /ông(nghĩa kính trọng), 어머니 /mẹ(nghĩa gốc)- 어머니 /mẹ (nghĩa kính trọng)...

- Dạy điểm khác nhau khi sử dụng hình thức xưng hô bằng danh từ chỉ nghề nghiệp và chức vị với danh từ thân tộc ngoài xã hội. Ví dụ: lựa chọn “사장님” thay thế “아저씨/아주머니” sau đó có thể xưng hô để đề cao hoặc tôn kính người nghe.

(11) Khi dạy xưng hô bằng đại từ chỉ định, dạy điểm khác nhau của “저기요/Jokiyô” và “여기요/Yokiyô” theo tình

huống sử dụng. Ví dụ: khi hỏi thăm đường người Hàn thường dùng “저기요 /Jơkiyô”.

(12) Dạy CXH bằng danh từ thân tộc. Vì danh từ thân tộc không chỉ xưng hô trong gia đình mà còn được dùng để xưng hô ngoài xã hội khá phổ biến. Giáo viên cần chỉ ra những điểm khác biệt về cách dùng TXH thân tộc dùng xưng hô trong gia đình và xưng hô ngoài xã hội. Đặc biệt lưu ý khi xưng hô trong gia đình không kết hợp danh từ thân tộc với đuôi nim/nim để xưng hô trực tiếp với ông, bà, bố, mẹ, cô, chú, cậu, dì, anh, chị ruột của mình.

(13) Dạy cách kết thúc đuôi câu kết hợp với từ xưng hô một cách tự nhiên và thích hợp theo các tình huống. Nếu dùng TXH tôn kính thì kết thúc đuôi câu cũng phải ở dạng đuôi lịch sự, tôn kính.

3.2. Các dạng bài tập luyện tập về TXH và CXH tiếng Hàn

Chúng tôi đề xuất một số dạng bài tập luyện tập trên lớp về TXH và CXH tiếng Hàn ứng dụng vào dạy - học cho sinh viên Việt Nam như sau:

Bài tập 1: 이야기를 들어서 빈칸에 호칭어를 기재하세요.

(Nghe câu chuyện sau đó điền TXH vào chỗ trống)

가게주인:, 뭘 찾으세요?

젊은여자:, 저 옷을 보여주세요.

가게주인: 네, 여기 있습니다.

젊은여자:, 다른 색이 없어요?

Bài tập 2: 대화를 들어서 베트남어로 통역하시오.

(Nghe hội thoại, sau đó dịch ra tiếng Việt)

가: 아저씨, 경희대학교가 어디에 있습니까?

나: 조금더 가면 오른쪽에 있어요.

가:

나:

Bài tập 3: 주소와 상황을 알아져서 대화를 만들어보시오.

(Cho biết trước địa chỉ và tình huống, sau đó sinh viên tập đối thoại)

회사에서 같은 동료사이의 대화
대학교에서 과장님과 대학생사이의 대화
백화점에서 직원과 손님사이의 대화
집에서 어머니/ 아버지와 자식사이의 대화

Bài tập 4: 호칭어를 보여줘서 학생들간의 간단히 역할극을 해보시오.

(Cho biết từ xưng hô, sau đó sinh viên tập đóng kịch để đối thoại với nhau)

어저씨, 선생님, 사장님
사모님, 부인, 아주머니, 아줌마,
아주머님

Bài tập 5: 아래의 호칭어들중, 적절한 호칭어를 선택하고 빈칸에 넣으세요.

(Trong những TXH dưới đây, hãy chọn TXH thích hợp và điền vào chỗ trống)

어머니, 엄마, 어머니님, 선생,
선생님, 아주머니,
아줌마, 아주머님, 사모님, 선배님,
선배, 언니

가: (며느리가 시어머니에게)
....., 커피를 드세요.

나: (학생이 학교에서 선생님에게)
....., 어디에 가세요?

다: (직원이 사장님의 아내에게)
....., 언제 오셨습니까?

라: (후배가 선배에게)....., 종합
시험을 통과했어?

Bài tập 6: 아래에 호칭어들과 대화를
만들어 보세요.

(Tập đặt hội thoại hoặc đặt câu với
những từ xưng hô cho dưới đây)

아버님, 할머니, 고모님, 이모님,
누님,
이사님, 부장님, 사모님, 교수님,
박사님

Bài tập 7: 호칭법에 알맞은 어미가 사
용된 것 고르시오.

(Hãy lựa chọn đuôi kết thúc câu đúng
với cách xưng hô)

사장님, 4시에 회의가(있습니다/ 있어
요/ 있어/ 있네요.)

너, 어디(가니/ 가/ 가요/ 갑니까/ 가십
니까?)

미숙씨, 논문 다(썼어요/ 썼어/ 썼니/
썼습니까?)

Bài tập 8: 호칭어와 어미가 맞게 고치
시오.

(Hãy chữa lại đuôi kết thúc câu cho
đúng với TXH)

아주머니, 공기밥 한 개 줘
아저씨, 서울 병원이 어디에 있어?
과장님, 손님이 기다리고 있어.
선배님, 포도와 사과를 먹으라.

Bài tập 9: 적절한 호칭법을 골라서 알
맞은 것에 “V” 표시시오.

(Hãy lựa chọn CXH thích hợp và đánh
dấu “V” vào phần trả lời đúng)

가: (직원이 사장님에게)

사장님/ 최사장님/ 최사장, 전화가 왔
습니다.

나: (회사에서 같은 동료사이)

조대리/ 대리님/ 조대리님, 오늘 저녁
식사어때요?

Bài tập 10: A의 단어와 의미가 같은 B
의 경어를 연결하십시오.

(Hãy liên kết từ tôn kính ở cột B có
cùng nghĩa với từ ở cột A).

STT	Cột A	Cột B
01	밥	약주
02	술	잡수시다
03	먹다	주무시다
04	마시다	드시다
05	자다	진지

3.3. Những lưu ý khi dịch thuật tiếng Hàn

Khi dạy môn biên dịch/dịch viết,
phiên dịch/dịch nói, chúng tôi đã tiến
hành như sau:

- Khi dạy dịch nói hay dịch viết,
chúng tôi đã cung cấp cho sinh viên bản
dịch gốc giúp họ có thể đọc và xem lại
một cách dễ dàng. Chúng tôi phát tài liệu
trước khi yêu cầu dịch, còn khi dạy dịch
nói thì chúng tôi phát sau hoặc phát trước
khi học tùy thuộc vào nội dung bài học
(khó hay dễ, dài hay ngắn).

- Khi dịch, chúng tôi yêu cầu
sinh viên phải chọn TXH đúng ngữ cảnh
và cấu trúc ngữ pháp càng sát với văn bản
gốc càng tốt, nếu giữ được nguyên văn

hóa gốc càng tốt, tuy nhiên đôi khi chúng tôi cho phép sinh viên điều chỉnh để phù hợp với văn hóa của người đọc hoặc người nghe.

- Chúng tôi luôn luôn lưu ý sinh viên rằng, tiếng Hàn là loại hình ngôn ngữ chấp dính, còn tiếng Việt là loại hình ngôn ngữ đơn lập nên khi dịch có thể không có sự tương đương về mặt cấu trúc. Do đó người dịch cần nắm vững các cấu trúc diễn đạt đồng nghĩa khác nhau, đặc biệt khi dịch nghĩa bóng. Người dịch phải có vốn kiến thức tốt về ngôn ngữ cũng như văn hóa.

- Khi dịch ĐTNX chúng tôi lưu ý sinh viên tới những điểm sau: ĐTNX trong tiếng Hàn cũng rất đa dạng, đặc biệt ngôi thứ nhất số ít chỉ có 3 từ 나 /na, 너 /no, và 저 /jo (là dạng khiêm nhường) và ngôi thứ nhất số nhiều có 우리 /uri, 우리들 /uridul, và 저희 /johui, 저희들 /johuidul (dạng khiêm nhường) nhưng trong tiếng Việt thì ĐTNX ngôi thứ nhất lại rất đa dạng và phong phú nên khi chuyển dịch sang tiếng Việt, người dịch phải dịch tùy theo tình huống và hoàn cảnh giao tiếp, một ĐTNX có thể được dịch bằng nhiều từ khác nhau tùy theo hoàn cảnh giao tiếp cụ thể. Ví dụ, 너 /no có thể dịch là *cậu/ bạn/ mày/em, mi, anh, chị...*

- Khi dịch TXH là danh từ chỉ quan hệ thân tộc chúng tôi cũng luôn lưu ý sinh viên rằng một số danh từ thân tộc

được dùng xưng hô trong gia đình cũng được dùng xưng hô ngoài xã hội, nhưng có những danh từ thân tộc được sử dụng ngoài xã hội nhưng lại không được dùng để xưng hô trong gia đình. Ví dụ: 아줌마 /ajumma chỉ dùng để xưng hô ngoài xã hội chứ không được dùng xưng hô trong gia đình. Khi dịch ngược sang tiếng Hàn, chúng tôi lưu ý sinh viên chú ý đến các danh từ thân tộc kết hợp với hậu tố 님 /nim được dùng để dịch cho những trường hợp nào. Ví dụ: khi gọi bố mẹ chồng, con dâu buộc phải gọi là 어머니 /omonim, 아버지 /abonim chứ không được gọi là 엄마 /omma, 아빠 /apa hay 어머니 /omoni, 아버지 /aboji. Nhưng con ruột thì lại gọi bố mẹ đẻ của mình là 엄마 /omma, 아빠 /apa hay 어머니 /omoni, 아버지 /aboji.

Ví dụ:

교빈: 다녀왔습니다, 아버지,

(KyôBin : Con chào bố ạ.)

미인: 어디 있다가 이제 오는 거야, 가출이라도 한 줄 알고 깜짝했잖아,

(Mi In: Con đi đâu bây giờ-mới về thế, con có biết là mẹ rất lo lắng khi con ra khỏi nhà không).

[Sự quyến rũ của người vợ - Phim truyền hình]

- Khi dịch TXH là danh từ chỉ chức vụ, nghề nghiệp, chúng tôi đặc biệt lưu ý sinh viên 5 CXH chính được người Hàn dùng để xưng hô rất phổ biến ở các công ti hay cơ quan của Hàn Quốc.

Người Hàn Quốc đặc biệt coi trọng chức vị nên khi xưng hô phải thân trọng. Và khi dịch sang tiếng Việt cần phải khớp hoặc sát với các chức vụ của tiếng Việt. Ví dụ: từ 지사님 /jisanim có nghĩa là "trưởng chi nhánh" hay "trưởng đại diện", nhưng đôi khi bản thân người Hàn Quốc lại muốn được người Việt gọi là *tổng giám đốc* giống như chức danh của người Việt. Còn khi dịch từ tiếng Việt sang tiếng Hàn, lưu ý cần gắn thêm đuôi "님/nim" vào sau các danh từ chỉ chức vụ và nghề nghiệp hay học hàm học vị trong các trường hợp cấp dưới xưng hô đối với cấp trên.

- Khi chuyển dịch TXH 저기요 /jokiyô và 여기요 /jokiyô, chúng tôi lưu ý người dịch phải dựa theo các tình huống và ngữ cảnh cụ thể để chuyển dịch sang tiếng Việt cho phù hợp. Ví dụ: 저기요 /jokiyô khi chuyển dịch sang tiếng Việt có rất nhiều nghĩa như "cô ơi", "chị ơi", "em ơi", "bác ơi", "đây"...

- Khi dịch các cách xưng hô bằng họ tên của người Hàn sang tiếng Việt chúng tôi lưu ý người dịch cũng phải chú ý những trường hợp gọi bằng họ tên, cần phải thêm các danh từ thân tộc vào trước tên hay họ tên của người Hàn. Ví dụ: trong hội thoại có CXH 김수진 씨 /KimSuJin ssi thì phải dịch là *anh KimSuJin* hay *chị KimSiJin*...

- Chúng tôi nêu một lưu ý nữa là trong một số hội thoại tiếng Hàn, mặc dù

không xuất hiện các TXH, nhưng khi dịch sang tiếng Việt buộc phải thêm TXH để phù hợp với văn hóa xưng hô trong tiếng Việt. Câu trong tiếng Việt thường phải có chủ ngữ, nếu không sẽ bị coi là ăn nói xách mé, vô lễ, mất lịch sự.

Ví dụ: 애리: 사랑해요. 제발 나버리지 마요. 내옆에있어줘요,

약속해줘요, 다신 나버리지 않겠다고,

(ERy: *Em yêu anh*. Xin *anh* đừng bỏ em. *Anh* hãy luôn ở bên cạnh em.

Anh hứa đi. Hãy hứa rằng *anh* sẽ không bỏ em thêm một lần nào nữa.)

[Sự quyến rũ của người vợ - Phim truyền hình]

4. Kết luận

Trong giao tiếp ngôn ngữ, luôn có sự kết hợp giữa ngôn ngữ với các yếu tố văn hóa. Mỗi dân tộc có một bản sắc văn hóa riêng, đặc biệt là trong cách xưng hô khi giao tiếp.

Tính lịch sự cũng chi phối và được thể hiện qua cách xưng hô. Nếu xưng hô bất lịch sự hoặc dùng TXH, CXH không thích hợp sẽ gây "sốc văn hóa" và ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp. Do vậy cần phải lựa chọn TXH và CXH một cách thận trọng để làm cho người nghe hài lòng và cảm thấy thỏa mãn thì cuộc giao tiếp mới đạt được mục đích.

Kết quả điều tra cho thấy rằng nhu cầu về học cách xưng hô của sinh viên là rất cao. Trên cơ sở kết quả điều tra, bài

viết đã chỉ ra những lỗi mà sinh viên Việt Nam thường mắc, đặc biệt là lỗi trong việc sử dụng cách xưng hô bằng danh từ chỉ chức vụ, nghề nghiệp trong công ti hay xưng hô bằng danh từ thân tộc trong gia đình và ngoài xã hội. Bài viết đã đưa ra 10 phương hướng, và các biện pháp cụ thể khắc phục lỗi xưng hô bằng tiếng Hàn, đưa ra 13 đề xuất về việc dạy - học từ xưng hô và cách xưng hô tiếng Hàn và 10 dạng bài tập để cho sinh viên luyện tập. Ngoài ra, chúng tôi cũng đưa ra 09 điểm cần lưu ý khi dịch thuật TXH tiếng Hàn sang tiếng Việt và ngược lại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trương Thị Diễm (2002), *Từ xưng hô có nguồn gốc danh từ thân tộc trong giao tiếp tiếng Việt*, Luận án Tiến sĩ ngữ văn, Đại học Vinh.
2. Lê Thanh Kim (2002), *Từ xưng hô và cách xưng hô trong các phương ngữ tiếng Việt*, Luận án Tiến sĩ ngữ văn, Viện ngôn ngữ học.
3. Nguyễn Văn Khang chủ biên (1996), *Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt*, Nhà xuất bản Văn hóa - Thông tin.
4. Lê Quang Thiêm (1998), *Văn hóa văn minh & Yếu tố văn hóa truyền thống Hàn*, Nhà xuất bản Văn học.
5. Nguyễn Minh Thuyết & Kim Young Soo (1996), *Mấy nhận xét về từ xưng hô trong tiếng Việt và tiếng Hàn Quốc*, Tương đồng văn hoá Việt Nam-Hàn Quốc, Nhà xuất bản Văn hoá-Thông Tin.
6. Nguyễn Đức Tồn (2003), *Mấy vấn đề lý luận và phương pháp dạy- học từ ngữ tiếng Việt trong nhà trường*, Nhà xuất bản ĐHQG Hà Nội.
7. 강영 (2006), 외국인을 위한 한국어 호칭어 교육, 비교한국학 14-2, 국제비교한국학회.
8. 강현자 (2005), 한국어 호칭의 특성: 사회언어학적 접근, 언어와 문화 1-2, 한국언어문화교육학회.
9. 박정운 (1997), 한국어 호칭어 체계, 사회언어학 5권 2호.
10. 박상천 (2004), 외국인을 위한 한국어 호칭 교육 방안 연구, 경희대학교 대학원 석사논문.
11. 손춘섭 (2010), 한국어 호칭어의 교육 방안에 대한 연구, 관신논단 19, 광신대학교.
12. 전혜영 (1994), 외국인 대상의 한국어 호칭어 교육, 이승환 교수정년기념논문집, 한국문화사.

MỘT VÀI CẢM NGHĨ VỀ TẬP THƠ “EM ĐÃ SỐNG VÌ AI”

Lê Đăng Hoan *

Kim Kwang-kyu sinh vào năm 1941, tại Seoul. Ông được nhà xuất bản Mire (Hàn Quốc) lựa chọn là một trong một trăm nhà thơ tiêu biểu trong nền thơ hiện đại của Hàn Quốc.

Ông tốt nghiệp đại học tại khoa Văn học Đức, trường đại học Seoul và nghiên cứu sinh, nhận bằng Tiến sĩ cũng tại trường đại học Seoul. Hiện nay ông là giáo sư tại trường đại học Hanyang tại Seoul.

Nhà thơ Kim Kwang-kyu bắt đầu đăng đàn văn học Hàn Quốc với tác phẩm “Văn học và trí tuệ” (1975); và tập thơ đầu tiên của ông là “Giấc mơ cuối cùng làm ướt át chúng ta” (1978). Sau đó ông liên tiếp xuất bản các tập thơ như “Không phải thế” (1983); “Như con người bé bỏng” (1988); tuyển tập thơ “Bóng dáng tình yêu xưa mờ nhạt” (1988); tập thơ “không phải” và nhiều tập thơ khác. Tập thơ “Em đã sống vì ai” được nhà xuất bản Mun-hak-kwa-ji-

seong (NXB Văn học và Tri thành) xuất bản năm 1991, bao gồm những bài thơ đặc sắc Kim Kwang-kyu viết trong 1986-1998, được chia làm 4 giai đoạn : 1986-1988, 1988-1990, 1990-1994 và 1994-1998.

Ông đã được nhận nhiều giải thưởng văn học ở Hàn Quốc như Giải thưởng văn học Nok-won, Giải thưởng tác giả ngày nay, Giải thưởng văn học Kim Su-yeong.

Thơ Kim Kwang-kyu đã được dịch ra tiếng Đức và rất được người đọc hâm mộ...

Ở Việt Nam trong tập thơ dịch “Năm nhà thơ hiện đại Hàn Quốc” do nhà thơ Nguyễn Quang Thiều dịch cũng đã có một số bài thơ trong tập “Sự cảm dỗ của xưởng rèn” của nhà thơ Kim Kwang-kyu.

Tập thơ “Em đã sống vì ai” là tập thơ bao gồm những bài thơ tiêu biểu của nhà thơ Kim Kwang Kyu viết trong thời

* TS., Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam.

gian có nhiều biến động ở Hàn Quốc, thời kỳ đất nước Hàn Quốc đã và đang xây dựng để trở thành một nước công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Thơ ông mang tính xã hội sâu sắc. Các yếu tố xã hội ở đây có nhiều hình thái mâu thuẫn, và thể hiện quan điểm phê phán của tác giả.

Ngoài ý nghĩa xã hội, thơ Kim Kwang-kyu còn mang tính hiện thực, phản ánh cuộc sống đa dạng để đưa ra những lý giải, quan điểm cá nhân trong từng hoàn cảnh cụ thể.

Người ta nói rằng thơ ông thuộc loại thơ dễ hiểu, nhưng trong cái dễ hiểu đó chứa đựng tính phức tạp của tư duy và sự sâu sắc của âm thanh.

Tập thơ “Em đã sống vì ai” thể hiện quan điểm của tác giả đối với con người, con người đối với xã hội, đối với thiên nhiên.

Với con người, tác giả trân trọng tính cần cù lao động, chịu thương chịu khó, vượt qua mọi gian khổ của người Hàn, mà nhờ đó đất nước ông mới phát triển hiện đại như ngày nay, cho nên ông khuyên mọi người rằng:

*"Gian khó chính là lương tâm,
là tài sản của tất cả chúng ta.*

*Hỡi những người con trai con gái,
đang bán tất cả những tài sản cuối cùng này,
để mua trứ những video, điều hòa, xe đua.
Không thể có danh giá gì đâu".*

*...".Điều mà các con phải tìm trở lại,
hỡi chàng rể, con dâu,
không phải là tài sản mẹ cha để lại đâu,
mà gian khó bị rơi vào quên lãng.»*

(Aniri 8)

Ông cảm thông với những người dân bình thường bị cuộc sống hiện đại làm đảo lộn như Seok Kun-y, phải rời nhà ra thành phố làm lao công, như anh Park đào xới cả ruộng nhà để biến nó thành bãi đậu xe, để rồi phải nhận kết quả đáng thương :

*« Máu của người nông dân thuần
phác, cuối cùng rồi cũng sẽ phải trở về
với đất, trộn lẫn với dầu xe ô tô vậy bản.
Điều đó đâu chỉ là nỗi buồn của một
riêng ai! » (P)*

Tác giả ca ngợi những người dân bình thường họ có thể làm nên tất cả chỉ với hai bàn tay trắng:

*"Dù không có gì mang theo,
chỉ là người tầm thường, vô danh.
Ngoài chiếc váy đen bên trong áo khoác,
chân trần mang đôi dày cao su.
Anh tá điền và cô gái,
Họ ngồi sát bên nhau,
Không hạnh phúc lắm sao!
Chỉ tám lòng nhân hậu và thân thể
trẻ trung,
Không mang theo một cái gì hết thảy.
Nhưng ở mọi nơi, họ làm ăn chăm chỉ,*

thì tất cả hoa thơm sẽ nở trên đất họ làm”..

...

“tuy sinh ra không có gì mang theo,
nhưng đã có khối óc thông minh và
đôi tay vạm vỡ.

Họ đưa hết sức mình và gặt hái
nhiều thành quả.”

(Dù không có gì mang theo)

Đối với một con người bình thường
nhưng khi họ rời thế gian này, ra đi vĩnh
viễn, họ đã để lại những chỗ trống không
thể nào bù đắp nổi :

« Để lấp chỗ trống này,
nhiều người về sau,
còn mất ăn, mất ngủ với thời gian,
khóc thầm trong nước mắt,
trần trọc lo âu bằng cả tấm lòng. ”

(Chỗ trống)

Nhiều bài thơ như «Người ấy»,
«Em đã sống vì ai» là những bài thơ đặc
trưng về quan điểm của tác giả về con
người. Đó là quan điểm trên đời này vẫn
còn rất nhiều người tốt, sẵn lòng vì người
khác :

“Tôi vẫn tin rằng trên thế gian này,
còn rất nhiều người như con người ấy.”

(Người ấy),

Tác giả Kim Kwang-kyu có rất
nhiều suy trăn trở, dằn vặt trong xã hội
hiện đại hóa. Ông không phản đối hiện

đại hóa, công nghiệp hóa, nhưng ông băn
khoăn vì những hệ lụy mà nó đưa đến
trong lối sống, thay đổi văn hóa sống,
môi trường sống và nhất là cái xã hội vì
đồng tiền... Ông cảm thấy xã hội càng
hiện đại, con người càng xa dần những
giá trị tinh thần từ xưa để lại. Khi mà
ruộng vườn, khu đất đã thấm mồ hôi của
cha ông bao nhiêu đời phải nhường chỗ
cho những khu công nghiệp, khu cao
tầng. Những nơi đáng ra dành cho trẻ thơ
vui chơi lại trở thành những nơi cho bọn
bán buôn bắt động sản tung hoành;
những mảnh vườn ngày xưa thơm mùi
rượu, mùi kiêu mạch thì bây giờ thành
nơi đổ rác thải..

Những bài như “Nhu một kẻ nhỏ
mọn”, “Mảnh đất No-ru-mok”, “Thời đại
không có người anh”, “Nếu hỏi đường”,
“Chỉ mặc quần”, “Thành phố lo âu”...
và nhiều bài trong tập thơ nói lên điều đó.

« Một mẫu đất Seoul,
mười triệu người sống từng đàn
chen chúc.

Một mảnh đất không để lọt vào kết sắt,
mảnh đất mà bọn con buôn bắt
động sản,

chúng sở hữu, rồi tự do mua bán.
chuyển nhượng, thế chấp, mặc sức
tung hoành.

Cũng trên mảnh đất này, tôi suốt
ngày đêm,

làm ăn cực nhọc,
kiếm từng xu,

*như một kẻ nhỏ mọn thấp hèn,
tiết kiệm từng hào để sống, đưa chen”..*

(Như một kẻ nhỏ mọn)

.. « Ngày xưa cũng từng đã có,

nụ cười trong ánh mắt,

ngụm nước ấm tình đời...

Đến bây giờ,

tất cả,.. tiền đâu!

*Không bán chịu, cũng không ai
mua chịu.*

Tính tiền xong, lùi thủi một mình,

biến dần vào bóng tối...

“Thời đại không có người anh”

*Hay cái xã hội mà một ngày không
có gì đặc biệt là một ngày may mắn:*

“Hôm nay không có việc gì đặc biệt,

*tai nạn giao thông không xảy ra
đáng tiếc,*

không bị trộm ví, móc tiền, ”

...

“Nếu đêm nay nhà không bị cháy,

không kẻ trộm nào rình rập lên vào.

*Thì hôm nay đúng là ngày may mắn
nhường bao”.*

“Ngày may mắn”

*Xã hội đang thay đổi, đang đi lên,
nhưng trong đó còn chứa bao nhiêu điều
trăn trở cho những người bình thường.
Trong cái xã hội đó, người ta bon chen,
làm giàu, và chỉ làm lợi cho một số
người, nhiều khi muốn một ngày bình
yên cũng thật khó.*

*Điều có thể nói thêm về thơ của
Kim Kwang-kyu trong tập “ Em đã sống
vì ai” là triết lý cuộc đời, là sự gắn bó
giữa thiên nhiên và con người.*

*Triết lý cuộc đời cũng được ông thể
hiện trong các bài như “Cây đang lớn”,
“Điều mùa của thiên nga”, “Con đường
của nước” v.v “Nhìn lên cây hồng”,
“Tình yêu của ốc sên”... Khi nhìn một
cảnh cây, một cảnh vật ông thường liên
hệ với cuộc sống của bản thân để muốn
mình là một thành viên trong đó.*

*Nhìn cảnh cây hồng đẹp vào mùa
thu ông cũng muốn:*

“Thoáng chốc ta bỗng thành,

một khoảng trời thu đẹp”.

(Nhìn lên cây hồng)

*“Để dựng được mái nhà chỉ một
gian thôi,*

mà trong đó chứa tình yêu ngần ngừ,

tôi đã trần mình vất vả suốt mười năm.

*Đối với tôi, tình yêu của loài sên bé
nhỏ,*

chúng có nhà từ lúc mới sinh ra,

tình yêu ấy thật rộng lớn bao la!”

(Tình yêu của ốc sên)

*Hay khi nhìn cây lá rụng đầy trên
nền xi măng, đường nhựa (chỉ sự hiện
đại) ông cũng muốn mình được rụng
xuống như những lá cây kia, nhưng
muốn rụng xuống nơi “bằng phẳng cánh
đồng”, hay “thung lũng” là những chỗ
thân quen ngày xưa của ông, mà xin*

đừng rụng xuống “nhựa đường”, “bê tông”:

*“Như cây muốn thoát cuộc đời
Nhưng tôi chẳng muốn rơi nơi
nhựa đường*

*Đừng rơi xuống mái bê tông
Chỉ mong khe núi, cánh đồng gần xa...*

“Cây lá rụng”

Kim Kwang-kyu là nhà thơ thuộc thế hệ sau của thời kỳ thơ mới ở Hàn Quốc. Tập thơ “Em đã sống vì ai” được làm theo thể thơ mới, hiện đại, trong đó có nhiều bài thơ bằng văn xuôi.

Quan điểm về thơ của Kim Kwang Kyu cũng rất đáng được quan tâm. Theo ông, một số thể loại văn hóa có thể tiến hành với tốc độ nhanh, áp dụng máy móc hiện đại như máy tính, nhưng thơ thì không. Tốc độ làm thơ và đọc thơ không thể áp dụng vào máy móc hiện đại, không thể theo tốc độ máy tính, mà phải theo tốc độ của cảm xúc, tư duy, sáng tạo...

THẺ LỆ GỬI BÀI CHO TẠP CHÍ HÀN QUỐC

1. Bài gửi Tạp chí là bài chưa công bố trên các sách, báo, tạp chí khác.
2. Bản thảo được soạn trên máy vi tính, khổ A4, phông chữ Times New Roman (thuộc mã UNICODE), cỡ chữ 13, giãn dòng 1.3.
3. Các Chú thích để ở cuối bài. Theo thứ tự (1), (2), (3), ... căn cứ vào trình tự xuất hiện trong bài viết.
4. Danh mục Tài liệu tham khảo để ở cuối bài, theo từng khối: Việt, Anh, Pháp, Hàn Quốc, Trung Quốc, ... và Internet.
5. Bài viết gửi qua email của Tạp chí. Toà soạn không trả lại bản thảo.
6. Bài viết nào có ảnh thì xin gửi kèm theo file ảnh bên ngoài.