

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

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

ISSN: 2354 - 0621

TẠP CHÍ HÀN QUỐC Số 2 (40) 5/2022

Số 2 (40)
5/2022

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

Số 2(40)
5/2022

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

ISSN 2354 - 0621

TỔNG BIÊN TẬP
MAI NGỌC CHỦ

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
ĐẶNG THIẾU NGÂN

TRƯỞNG PHÒNG TRỊ SỰ
LƯU TUẤN ANH
NGUYỄN THỊ THẨM

TRƯỞNG PHÒNG ĐỐI NGOẠI
TRẦN THỊ HƯỜNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
Chủ tịch
MAI NGỌC CHỦ

Phó chủ tịch
PARK JI HOON

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

Tòa soạn: 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
ĐT: 09122111106; 0918485969; 01646996986
Email: tapchihanquoc@gmail.com

Giấy phép xuất bản số: 1232/GP-BTTTT
In tại: Công ty TNHH Hương Khánh
Số 22 ngõ 8 đường Lê Trọng Tấn, Phường La Khê,
Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

Mục lục

LÊ HẢI YẾN Phép so sánh và tượng trưng về con người trong tiếng Hàn	3
NGUYỄN THỊ THANH THỦY Biểu hiện tình thái nhận thức về khả năng hiện thực trong tiếng Hàn và tiếng Việt	10
NGUYỄN THỊ THU HIỀN So sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt	20
LÊ THỊ HẢI YẾN Đối chiếu phương thức láy từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt (trọng tâm nghiên cứu các từ liên quan đến con người)	33
ĐỖ THỊ KIỀU DIỄM, LÊ ANH PHƯƠNG Nghiên cứu phân tích lỗi sai khi sử dụng phép kính ngữ trong tiếng Hàn của sinh viên năm 3 khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế	41
CAO THỊ HẢI BẮC Hiện trạng tiếp nhận Hallyu thời kì hậu Covid 19 và hàm ý chính sách cho phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam	54
LÊ THỊ VIỆT HÀ, NGUYỄN THỊ PHƯƠNG NGÀ, VŨ ĐÌNH HOÀ, HOÀNG VĂN HẢO Chính sách hỗ trợ kinh tế của Hàn Quốc trong đại dịch Covid-19 và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam	65

"This work was supported by Core University Program for
Korean Studies through the Ministry of Education of the
Republic of Korea and Korean Studies Promotion Service of the
Academy of Korean Studies (AKS-2019-OLU-2250003)."

<i>HOÀNG THỊ YẾN, PHẠM THỊ TUYẾT</i>	74
Đặc điểm các phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi trong tục ngữ tiếng Hàn (Trọng tâm vào các từ chỉ gọi con giáp không phải là vật nuôi)	
<i>LƯU HÀ LINH</i>	85
Dự án “Học tiếng Hàn với BTS” - Làn gió mới trong giảng dạy tiếng Hàn tại Ulis	
<i>HÀ THU HƯỜNG</i>	94
Làn sóng Hàn lưu trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 và bài học đối với Việt Nam	
<i>HOÀNG THỊ YẾN, NGUYỄN THỊ HUỆ QUYÊN</i>	105
Đặc điểm phân bố của tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt dựa trên số lượng âm tiết (Trọng tâm vào các đơn vị có yếu tố chỉ con số)	
<i>PHẠM QUỲNH GIAO</i>	114
Tiếng Hàn và cảm xúc, suy nghĩ thể hiện qua ngôn ngữ	

한국학 저널

베트남 한국학술연구회

제2(40)호

2022년5월

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

Ph.D. TRAN THI HUONG

편집위원회 위원장

Prof.Ph.D. MAI NGOC CHU

부위원장

Ph.D. PARK JI HOON

위원

DANG THIEU NGAN

LUU TUAN ANH

NGUYEN THI THAM

PHAN THU HIEN

TRAN VAN TIENG

LE DANG HOAN

XUAN CHUNG

LE THI THU GIANG

TRAN THI HUONG

NGHIEM THI THU HUONG

발행: 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
문의: 0912211106; 0918485969; 01646996986
이메일: tapchihanquoc@gmail.com;

발행허가: 1232/GP-BTTTT

인쇄: Công ty TNHH Hường Khánh

Số 22 ngõ 8 đường Lê Trọng Tấn, Phường La Khê,
Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

목록

LE HAI YEN	3
한국어의 사람에 관한 비유와 상징 표현 연구	
NGUYEN THI THANH THUY	10
한국어와 베트남어의 양태 표현 방법 연구 - '가능성 추측' 인식 양태를 중심으로	
NGUYEN THI THU HIEN	20
한국어와 베트남어 감탄문의 통사적 구조 대조연구	
LE THI HAI YEN	33
한국어와 베트남어 조업법의 반복 방식에 대한 대조연구 - 사람 행동 관련 의성의태어 중심으로	
DO THI KIEU DIEM, LE ANH PHUONG	41
한국어 경어법 사용의 오류 분석 연구 - 후에외국어대학교 한국언어 및 문화학과 3 학년생을 대상으로	
CAO THI HAI BAC	54
코로나 19 팬데믹 이후의 베트남 내 한류 현황 및 베트남의 문화산업을 위한 시사점	
LE THI VIET HA, NGUYEN THI PHUONG NGA, VU ĐINH HOA, HOANG VAN HAO	65
코로나 19 팬데믹 상황에서의 한국의 경제 지원 정책 분석	
HOANG THI YEN, PHAM THI TUYET	74
한국어 속담에 나타난 지칭 어휘의 의미 범주의 특징 - 가축이 아닌 지신 동물을 지칭하는 어휘를 중심으로	
LUU HA LINH	85
"Learn! Korean with BTS" - 한국어 교육의 새바람	

"This work was supported by Core University Program for
Korean Studies through the Ministry of Education of the
Republic of Korea and Korean Studies Promotion Service of the
Academy of Korean Studies (AKS-2019-OLU-2250003)."

<i>HA THU HUONG</i>	94
코로나 팬데믹 속에서의 한류와 베트남을 위한 시사점	
<i>HOANG THI YEN, NGUYEN THI HUE QUYEN</i>	105
음절수에 의한 한국어와 베트남어 속담의 분포적 특징 - 숫자 관련 속담을 중심으로	
<i>PHAM QUYNH GIAO</i>	114
한국어를 통해 알아보는 한국인의 감정과 사고방식	

PHÉP SO SÁNH VÀ TƯỢNG TRƯNG VỀ CON NGƯỜI TRONG TIẾNG HÀN

Lê Hải Yến*

Tóm tắt

Phép so sánh và tượng trưng là những biện pháp tu từ được sử dụng nhiều không chỉ trong thơ văn mà ngay cả trong đời sống giao tiếp thường ngày. Tuy nhiên, các hình ảnh so sánh, tượng trưng không giống nhau ở tất cả các dân tộc và các nền văn hoá. Bởi vậy, việc tìm hiểu về các hình ảnh so sánh, tượng trưng trong tiếng Hàn là điều cần thiết để người học có thể sử dụng tiếng Hàn chính xác và tự nhiên hơn. Bài viết này trình bày về khái niệm phép so sánh và tượng trưng trong tiếng Hàn, thống kê các hình ảnh so sánh, tượng trưng liên quan đến con người thường được sử dụng trong tiếng Hàn theo hai nhóm - nhóm miêu tả dáng vẻ con người và nhóm miêu tả tính cách con người.

Từ khoá: so sánh, tượng trưng, con người, tiếng Hàn

1. Đặt vấn đề

‘호랑이 선생님’ (giáo viên hổ), ‘아이의 고사리손’ (bàn tay dương xỉ của em bé), ‘신혼살림의 깨소금 맛’ (tân hôn muối vùng) là các cách diễn đạt rất quen thuộc với người Hàn Quốc, nhưng nếu là người Việt học tiếng Hàn hẳn sẽ khó tránh được các thắc mắc như “Gọi giáo viên là con hổ không sợ vô lễ à?”, “Sao bàn tay em bé dễ thương vậy lại bị gọi là tay dương xỉ?”, hay “Cuộc sống tân hôn lại có vị muối vùng nghĩa là gì?” bởi người Việt thường không nói như vậy. Các cách diễn đạt này trong tiếng Hàn thực chất muốn chỉ người giáo viên nghiêm khắc, tận tụy vì học sinh, đôi bàn tay nhỏ thon đáng yêu của em bé và một cuộc sống tân hôn vui vẻ thú vị. Đây là một trong các ví dụ về việc sử dụng phép so sánh và tượng trưng trong ngôn ngữ của người Hàn. Tuy nhiên không phải lúc nào người học cũng có thể bắt gặp các cách nói này trong giáo trình học tiếng, vì vậy cần phải có các nghiên cứu tổng hợp, giải thích các hình ảnh so sánh và tượng trưng được sử dụng trong hoạt động giao tiếp bằng ngôn ngữ của người Hàn. Thực tế cho thấy, người học ngoại ngữ cho dù có kiến thức tốt về từ vựng và ngữ pháp vẫn gặp khó khăn trong việc giao tiếp một cách tự nhiên như người bản xứ do sự khác biệt về văn hoá. Bài viết này sẽ tập trung vào thống kê các cách diễn đạt sử dụng phép so sánh và tượng trưng liên quan đến con người trong tiếng Hàn, để người học có thể hiểu rõ và sử dụng các phép so sánh, tượng trưng bằng tiếng Hàn hiệu quả hơn.

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

2. Khái niệm phép so sánh và tượng trưng

So sánh (비유) được định nghĩa trên Từ điển Naver là việc không trực tiếp miêu tả một sự vật, hiện tượng nào đó mà mượn một sự vật, hiện tượng khác nhưng có đặc điểm tương tự để miêu tả. Theo sách “한국어를 배울 때 알아야 하는 한국의 언어문화” (Nội dung Văn hoá ngôn ngữ Hàn Quốc cần biết khi học tiếng Hàn) (2020), phép so sánh được giải thích là việc mượn một sự vật khác tương tự để miêu tả hình dáng hoặc trạng thái của một sự vật nào đó một cách hiệu quả hơn. Qua những cách định nghĩa trên đây, có thể rút ra được cách thức của phép so sánh là mượn tên gọi của một sự vật, hiện tượng có đặc điểm giống hoặc gần giống với đối tượng muốn nói đến để miêu tả đối tượng đó, và tác dụng của phép so sánh là làm tăng thêm sức gợi hình, gợi cảm cho biểu đạt. Từ đó cũng có thể thấy rằng, muốn tiến hành phép so sánh, cần có sự vật, hiện tượng gốc (원관념) – đối tượng muốn nói đến, và sự vật, hiện tượng bổ trợ (보조관념) – đối tượng có đặc điểm tương tự để làm rõ cho đối tượng muốn nói đến.

Phép so sánh được chia làm nhiều loại nhỏ, trong đó có ba loại cơ bản quen thuộc hay được nhắc đến là phép so sánh trực tiếp (직유법), phép ẩn dụ (은유법), phép nhân cách hoá (의인법).

(1) 그는 여우처럼 교활하다.

Cô ta gian xảo như con cáo.

(2) 내 마음은 호수요.

Tâm hồn tôi là một hồ nước.

(3) 강물은 말없이 흐른다.

Dòng sông trôi lặng lẽ.

So sánh trực tiếp là biện pháp tu từ so sánh trực tiếp hai sự vật có tính chất hoặc hình dáng tương tự nhau, trong câu thường kết hợp với các từ “같이”, “처럼”, “듯이”, “인양”, v.v... như ví dụ (1). Còn ẩn dụ là biện pháp tu từ mượn một sự vật, hiện tượng để

gián tiếp ám chỉ trạng thái hoặc hành động của một đối tượng nào đó, thường được dùng theo cấu trúc “A là B.” như ví dụ (2). Biện pháp nhân cách hoá là biện pháp tu từ mượn hành động, cảm xúc của con người để miêu tả những sự vật không phải là con người, như trong ví dụ (3).

Còn tượng trưng (상징) theo Từ điển Naver là việc thể hiện các sự vật, quan niệm, hoặc tư tưởng trừu tượng bằng các sự vật cụ thể. Cuốn sách “한국어를 배울 때 알아야 하는 한국의 언어문화” (Nội dung Văn hoá ngôn ngữ Hàn Quốc cần biết khi học tiếng Hàn) (2020) định nghĩa phép tượng trưng là phương thức biểu đạt dùng sự vật cụ thể để gợi lên những sự vật, quan niệm, tư tưởng trừu tượng ... khó có thể diễn tả bằng lời. Khi nói đến phép tượng trưng sẽ cần nhắc tới biểu tượng (상징물). Trong đời sống hàng ngày, quá trình con người gán lên hình dạng, màu sắc, âm thanh của một sự vật, hiện tượng cụ thể nào đó một ý nghĩa đặc biệt, nhằm để truyền tải một ý nghĩa, thông điệp nào đó khác cũng chính là quá trình tạo ra các biểu tượng. Ví dụ khi nhắc đến “가시밭길” (con đường cánh đồng gai) thì người Hàn Quốc sẽ liên tưởng tới đường đời, cuộc sống khó khăn. Vốn dĩ cánh đồng gai không có điểm chung với cuộc sống khổ nạn, nhưng hình ảnh gai nhọn mang tính gợi hình cao, nên người Hàn đã dùng hình ảnh này để tượng trưng cho con đường nhân sinh nhiều trắc trở. Ngược lại hình ảnh “꽃길” (con đường hoa) lại giúp liên tưởng tới con đường thuận lợi, gặt hái được nhiều thành công vì hoa tượng trưng cho cái đẹp, cho sự rực rỡ.

(4) 이런 풍토에서는 예술가가 걸어야 하는 길이 그야말로 가시밭길입니다. <박경리, 토지>

Trên vùng đất như vậy, con đường mà nhà nghệ thuật phải đi qua chính là con đường cánh đồng gai. <Park Kyung-ni, Vùng đất>

(5) 항상 꽃길만 걸길 바래.

Chúc cậu luôn đi trên con đường hoa.

Trong hoạt động giao tiếp, phép tượng trưng giúp cho việc giao tiếp trở nên có chiều sâu và chặt chẽ hơn. Đặc biệt đối với những người học ngoại ngữ, nếu hiểu được ý nghĩa tượng trưng trong ngôn ngữ và văn hoá của ngoại ngữ mình theo học thì có thể hiểu được chính xác và giao tiếp hiệu quả hơn. Tuy nhiên có một điểm cần lưu ý về phép tượng trưng, đó là không phải lúc nào cũng có thể chỉ ra một cách rõ ràng mối quan hệ giữa cái muốn nói đến và cái được dùng để tượng trưng cho nó như các ví dụ trên. Như Jo Hyun Yong (2018:153) đã nói biểu tượng mang tính trực quan cao, bởi biểu tượng thể hiện trí tuệ trực quan sâu sắc nào đó mà không thể nắm bắt được bằng cách biểu đạt trực tiếp. Cũng chính nhờ đặc điểm này của phép tượng trưng mà có rất nhiều biểu tượng mang ý nghĩa thần thánh, thần bí được sử dụng trong tôn giáo.

Phép so sánh và phép tượng trưng với định nghĩa và đặc điểm như trên trở thành một nội dung quan trọng không thể thiếu đối với người học ngoại ngữ nói chung và người Việt học tiếng Hàn nói riêng. Nếu là những người cùng chung một nền văn hoá thì sẽ có thể hiểu được dễ dàng phép so sánh và phép tượng trưng mà người tham gia giao tiếp đang sử dụng. Tuy nhiên, do mỗi một nền văn hoá sẽ có những cách suy nghĩ, liên tưởng khác nhau nên người học ngoại ngữ sẽ gặp khó khăn khi đối phương sử dụng các hình ảnh so sánh hoặc tượng trưng trong giao tiếp. Về phạm vi bài viết, người viết sẽ tập trung vào phép so sánh và tượng trưng liên quan đến con người trong tiếng Hàn, cụ thể là những hình ảnh so sánh, tượng trưng miêu tả dáng vẻ và tính cách của con người, được thống kê từ các ví dụ trong Từ điển Naver, và Từ điển quốc ngữ Hàn Quốc.

3. Phép so sánh và tượng trưng về con người trong tiếng Hàn

Trong tiếng Hàn, chúng ta có thể tìm được rất nhiều các cách diễn đạt về con người có sử dụng phép so sánh và tượng trưng. Bài viết này sẽ chia phép so sánh, tượng trưng về con người trong tiếng Hàn thành hai loại, bao gồm phép so sánh, tượng trưng miêu tả dáng vẻ của con người và phép so sánh, tượng trưng miêu tả tính cách của con người.

3.1. Phép so sánh và tượng trưng miêu tả dáng vẻ của con người

Dáng vẻ của con người trong phần này bao gồm đặc điểm của một bộ phận cụ thể trên cơ thể người, đặc điểm tổng thể (xinh, xấu, béo, gầy ...), cách hành động của con người.

Trước hết, về đặc điểm của một bộ phận cụ thể trên cơ thể người, có thể kể đến các cách diễn đạt như sau. Để chỉ gương mặt xinh xắn, người Hàn Quốc so sánh với hình ảnh quả táo như trong câu “사과 같은 우리 각시 얼굴 예쁘기도 하지요.” (Con dâu tôi có gương mặt xinh xắn như một trái táo.). “사과” (quả táo) cũng được dùng để so sánh với bầu má ửng đỏ, ví dụ “그 아이의 두 뺨은 잘 익은 사과처럼 붉었다.” (Hai má của đứa trẻ ửng đỏ như trái táo chín.). Bên cạnh đó, để miêu tả gương mặt tròn, nếu như trong tiếng Việt, hay nói là “mặt tròn như cái đĩa” thì người Hàn liên tưởng tới hình ảnh trăng rằm “보름달 얼굴” (mặt trăng rằm). Còn gương mặt đỏ bừng lên trong tiếng Hàn được ví với “홍당무” là củ cải đỏ, bởi vậy khi nói “얼굴은 홍당무가 되었다.” thì có nghĩa là “Mặt như củ cải đỏ.”. Trong thực tế, phim Hàn có một bộ phim được đặt tên là “미쓰 홍당무” (2008) có thể tạm dịch là “Cô nàng củ cải đỏ”. Bên cạnh đó “과 뿌리” (rễ hành) là hình ảnh được dùng để ví với mái tóc bạc trắng, nên nếu như người Việt hay chúc nhau sống đến đầu bạc răng long, thì người

Hàn hay nói sống lâu đến khi mái tóc trở thành rẽ hành, ví dụ “이 자리에서 두 사람은 검은 머리가 파 뿌리 될 때까지 백년해로하기로 약속하였습니다.” (Tại đây, hai người đã hứa sẽ bên nhau bách niên giai lão đến khi mái tóc đen thành bạc trắng như rẽ hành.) Tiếp đến, để miêu tả đôi môi đỏ, trong tiếng Việt hay dùng cách diễn đạt môi đỏ như son, còn người Hàn lại mượn hình ảnh đỏ mọng của quả anh đào “앵두 같은 입술” (đôi môi như quả anh đào). Cùng là để chỉ màu đỏ, nhưng nếu là mũi bị đỏ do uống rượu, hoặc do trời lạnh thì người Hàn lại dùng một hình ảnh so sánh khác không phải quả anh đào mà là quả dâu tây. Ví dụ như “밤새 추위에 떨었더니 딸기코가 되었다.” (Rét run cả đêm nên giờ mũi đỏ như quả dâu tây.), hay “밤낮으로 술만 먹더니 아주 딸기코가 되었군.” (Uống rượu hết đêm đến ngày, mũi đỏ ửng như quả dâu tây.). Bên cạnh đó, để miêu tả bàn tay của em bé, như phần trên đã đề cập, người Hàn sẽ mượn hình ảnh cây dương xỉ để diễn tả những ngón tay nhỏ, thon, mềm mại, như trong câu “아이들은 고사리손으로 피아노를 치고 바이올린을 연주하였다.” (Các em bé đã biểu diễn piano và chơi violin bằng những ngón tay dương xỉ.)

Tiếp theo, nói về đặc điểm tổng thể, bao quát của một người, tiếng Hàn có sử dụng các hình ảnh so sánh mượn từ con vật như “돼지” (con lợn), từ thực vật như “호박” (bí ngô), “토마토” (cà chua), hoặc từ sự vật như “강철” (gang thép). “돼지” (con lợn) thường được sử dụng để miêu tả người có ngoại hình mập mạp, hoặc vẻ ngoài xấu xí, quê mùa, như ví dụ “그는 요즘 살이 너무 찌서 돼지 같다.” (Anh ta gần đây tăng cân nhiều như lợn.), hay câu tục ngữ “돼지에 진주” (lợn mà đeo ngọc trai). “호박” (bí ngô) được dùng để nói về những người phụ nữ quê mùa, không xinh đẹp, như trong câu “호박에 줄 곳는다고 수박이 되지 않는다.” (Có kẻ sọc lên bí ngô thì cũng không thành dưa

hầu được), “호박 같이 생겼다.” (Trông như quả bí ngô.). Còn “강철” (gang thép) được dùng để so sánh với những người có thân hình vạm vỡ, rắn chắc, ví dụ “그는 몸이 강철같이 탄탄하다.” (Cơ thể anh ta rắn chắc như gang thép.)

Để nói về cách hành động của con người, tiếng Hàn đã mượn hình ảnh của “강아지” (cún con), “토끼” (con thỏ). “토끼” (con thỏ) có ý nghĩa tượng trưng là mặt trắng, nhưng trong phép so sánh “토끼” (con thỏ) được dùng với ý nghĩa khác. Thông qua các cách nói như như trong các câu “강아지처럼 놀아요.” (Chơi đùa như chú cún.), “토끼처럼 뛰놀아요.” (Chạy nhảy như thỏ con.), “토끼 같은 자식” (đứa con đáng yêu như chú thỏ), có thể thấy được hình ảnh “강아지” (cún con), “토끼” (con thỏ) được dùng để miêu tả hình ảnh chơi đùa vui vẻ, hoạt bát và đáng yêu. Bên cạnh đó, “제비” (chim én) là loài chim tượng trưng cho sự trả ơn, đền ơn trong câu chuyện Hongbu Nolbu, nhưng trong phép so sánh, người Hàn Quốc còn mượn hình ảnh của “제비” (chim én) để miêu tả cho đáng vẻ thanh thoát, nhanh nhẹn, hoạt bát của con người, như “제비처럼 날렵하다” (nhanh như chim én), hay “저에 좀 보아라, 꼭 물찬제비처럼 깔끔하게 생겼다야” (Nhìn nó xem, trông nó lanh lẹ như chim én.) Còn để nói ai đó hành động chậm chạp, nếu như trong tiếng Việt hay gọi là “chậm như rùa”, “chậm như ốc sên” thì tiếng Hàn sử dụng cách nói “굼벵이처럼 느리다” (Chậm như con bọ).

Ngoài ra, trong tiếng Hàn còn có một số hình ảnh vừa thể hiện ngoại hình vừa thể hiện cách hành động của con người như “화초” (cây cảnh), “고추” (quả ớt). Trong đó “화초” (cây cảnh) chỉ người có ngoại hình đẹp, được lớn trong hoàn cảnh sung túc, nhưng lại thiếu thực tế, không biết làm gì, ví dụ “화초 며느리” (con dâu như cây cảnh). Còn “고추” (quả ớt) được dùng so

sánh với người có vóc dáng nhỏ bé nhưng lại nhanh nhẹn và khéo léo, tục ngữ Hàn Quốc có câu “작은 고추가 더 맵다” (Ốt càng bé càng cay).

3.2. *Phép so sánh và tượng trưng miêu tả tính cách của con người*

Để miêu tả về tính cách con người, người Hàn đã sử dụng các hình ảnh so sánh tượng trưng từ động vật, thực vật, và sự vật, trong đó phép so sánh, tượng trưng sử dụng các loài vật, đặc biệt là các loài vật trong 12 con giáp chiếm số lượng áp đảo.

Trước hết, xét về phép so sánh, tượng trưng dùng hình ảnh động vật để miêu tả tính cách con người, có thể kể đến “개” (con chó), “여우” (con cáo), “뱀” (con rắn), “곰” (con gấu), “호랑이” (con hổ), “돼지” (con lợn), “공작” (con công), “앵무새” (con vẹt), “양” (con cừu), “소” (con bò), ... Trong đó, “개” (con chó) là loài vật có ý nghĩa tượng trưng rất khác với ý nghĩa so sánh. “개” (con chó) tượng trưng cho lòng trung thành, nhưng khi được dùng để so sánh “개 같다” (như chó) thì con chó lại mang ý nghĩa tục, không hay. “여우” (con cáo) được dùng để chỉ người phụ nữ sắc sảo, nhanh nhẹn, bởi vậy người Hàn hay nói “여우 같은 아내” (người vợ như cáo), hoặc người lắm mưu mô như “그 여우 같은 사람이 또 무슨 음한 생각으로 그런 말을 꺼냈을까?” (Con người mưu mô như cáo ấy lại đang âm mưu cái gì mà lại nói thế?). Cũng để nói đến tính cách gian xảo, mưu kế, ngoài “여우” (con cáo), người Hàn còn dùng hình ảnh con rắn, ví dụ “뱀같이 간교하다” (Gian xảo như rắn). Tiếp đến, gấu là loài vật to lớn và được sùng bái là tổ tiên của người Hàn xuất hiện trong thần thoại Dangun, tuy nhiên khi được dùng để so sánh với con người, gấu lại được dùng để chỉ người chậm chạp, ngốc nghếch. Vì vậy khi nói “곰 같은 아내” (vợ như gấu) nghĩa là đang muốn chỉ người vợ không được nhanh nhẹn, ngược lại với người vợ

như cáo được nhắc tới ở trên. “호랑이” (con hổ) cũng là một nhân vật quan trọng xuất hiện trong thần thoại Dangun và ngày nay, người Hàn dùng hình ảnh của hổ khi nói đến những người có tính cách nghiêm khắc như “호랑이 선생님” (giáo viên như hổ). “돼지” (con lợn) là loài vật tượng trưng cho tiền bạc, hoặc là tế vật dâng lên các vị thần, nhưng khi để so sánh với con người, thì con lợn lại mang ý nghĩa tiêu cực là người tham lam, ví dụ “그 돼지가 내 뭇의 돈까지 모두 쟁긴 것이 틀림없다.” (Chắc chắn con lợn đầy đã cuỗm luôn cả phần tiền của tôi rồi.), hoặc người trơ trẽn như câu tục ngữ “돼지도 낮을 불히겠다” (Lợn mà biết đỏ mặt). Ngoài ra, tiếng Hàn còn sử dụng hình ảnh “걸귀” (lợn nái) để so sánh với những người tham ăn, ví dụ “걸귀처럼 먹다” thì nghĩa là “ăn như lợn nái”. Để chỉ người kiêu căng, ngạo mạn, người Hàn mượn hình ảnh của loài công, điều này được thể hiện qua câu tục ngữ “공작이 날거미를 먹고 살까” (Công mà ăn kiến sống), hay câu “그는 대부분의 기자들이 그렇듯이 공작처럼 거만하면서도 한편으로 묘하게 겸손한 척하는 사나이였다.” (Anh ta vừa ngạo mạn như loài công giống phần lớn cánh kí giả khác, lại vừa giả bộ khiêm tốn một cách rất tinh vi.). Cũng giống như trong tiếng Việt, người Hàn cũng mượn hình ảnh “앵무새” (con vẹt) để so sánh những người chỉ biết nói nhại lại lời người khác mà không hiểu bản chất như trong câu tục ngữ “말은 앵무새” (nói như vẹt). Còn để miêu tả những người có tính cách hiền lành, nhẹ nhàng, thay vì dùng hình ảnh không có thật của “bụt” như trong tiếng Việt, người Hàn mượn hình ảnh của những chú cừu. Ví dụ “삼촌은 평소에 양처럼 온순하지만 술만 먹으면 난폭해진다.” (Chú tôi bình thường hiền như cừu nhưng chỉ cần uống rượu vào là lại trở nên hung hãn.), “평소에는 순한 양 같은 그 사람도 한번 화가 나면 야수로 돌변한다.” (Người thường ngày hiền như cừu như anh

ta, chỉ cần một lần nổi giận thì cũng thành dã thú.). Một loài vật nữa khá quen thuộc với cả người Hàn và người Việt là “sò” (con bò) cũng được sử dụng để so sánh với người chất phác, cằn cù. Ví dụ “그는 우직한 소처럼 말없이 일만 했다.” (Anh ta cứ lầm lũi làm việc như một chú bò.)

Tiếp đến, phép so sánh, tượng trưng sử dụng hình ảnh của thực vật liên quan đến con người, tiêu biểu có thể kể đến “매화” (hoa mai), “난초” (hoa lan), “국화” (hoa cúc), “대나무” (cây tre) tượng trưng cho tứ quân tử. Các loài cây này thiên về tượng trưng cho những phẩm hạnh cao quý, tốt đẹp của con người hơn là miêu tả tính cách thông thường. “매화” (hoa mai) là loài hoa nở vào mùa xuân, sau khi vượt qua giá rét của mùa đông, nên hoa mai tượng trưng cho tinh thần bất khuất, chiến thắng gian khổ, khó khăn, và cũng tượng trưng cho tinh thần của bậc hiền sĩ. “난초” (hoa lan) là loài hoa không sắc sỡ nhưng lại thanh cao, nở trong núi sâu và toả hương đến tận nơi xa, nên được so sánh với sự kiên cường bên trong dù vẻ bên ngoài có vẻ yếu đuối. “국화” (hoa cúc) là loài hoa nở bền, ngay cả vào cuối thu khi những loài hoa khác đã héo, nên tượng trưng cho tinh thần bất khuất. Còn “대나무” (cây tre) được so sánh với người kiên định không chịu thỏa hiệp như cách nói “대쪽 같은 성격” (tính như thanh tre). Bên cạnh đó, các hình ảnh so sánh, tượng trưng liên quan đến con người là các loài hoa còn có “진달래” (hoa đỗ quyên), “벚꽃” (hoa đào), “연꽃” (hoa sen). “진달래” (hoa đỗ quyên) tượng trưng cho người chiến sĩ đã hi sinh trong chiến tranh, còn “벚꽃” (hoa đào) hay còn được gọi là “사쿠라” (sakura) tượng trưng cho những kẻ phản quốc. “연꽃” (hoa sen) là hình ảnh xuất hiện nhiều trong Phật giáo, tượng trưng cho sự cao sang vươn lên từ bùn đất. Ngoài những hình ảnh mang tính truyền

thống như trên, trong tiếng Hàn còn có các hình ảnh so sánh từ thực vật khác nói về tính cách con người như “양파” (hành tây), “토마토” (cà chua), “잡초” (cây dại). Nếu như “양파” (hành tây) do đặc điểm có thể bóc được nhiều lớp nên được ví với những người hai mặt “양파 같은 사람” (người như củ hành tây), thì “토마토” (cà chua) lại được so sánh với người thật thà, trong sạch, ví dụ “겉과 속이 같은 토마토처럼 투명하고 깨끗한 사람” (người trong sạch và dễ hiểu như quả cà chua vỏ và ruột đều giống nhau). Nếu như “화초” (cây cảnh) ở phần trên được tượng trưng cho người lớn lên trong sung sướng, không biết đến khó khăn thì “잡초” (cây dại) là hình ảnh tượng trưng cho sức sống mạnh mẽ, giống như cỏ dại lớn lên không có ai chăm sóc nhưng vẫn vươn lên mạnh mẽ, kiên cường.

Cuối cùng, phép so sánh, tượng trưng sử dụng hình ảnh của sự vật liên quan đến con người có số lượng ít hơn, ví dụ như “돌” (đá), hay “담벼락” (tường rào). Trong đó, “돌” (đá) được dùng để chỉ những người chậm hiểu, ngốc nghếch, nên người Hàn hay nói “돌머리” (đầu đá), hay ví dụ “이렇게 쉬운 것도 못 풀다니 그는 정말 돌인가 봐.” (Câu dễ thế này mà cũng không làm được, chắc cậu ta là đầu đá rồi.) Còn “담벼락” (tường rào) được ví với người chậm hiểu, cố chấp, ví dụ “아니, 이런 담벼락 같은 사람을 어디 보았나?” (Ở đâu ra kiểu người lại không thông như bức tường thế này?).

4. Kết luận

Jo Hyun Yong (2018) đã viết phép so sánh và tượng trưng chứa đựng nhiều mặt diện sâu sắc đến mức có thể coi là tinh túy của một nền văn hoá. Bởi vậy, việc tìm hiểu về phép so sánh và tượng trưng được sử dụng trong một ngôn ngữ sẽ giúp người học nắm được phần hồn của một dân tộc, hình thành trực quan và sử dụng ngoại ngữ

một cách thông thạo, tự nhiên hơn. Bài viết này đã trình bày về khái niệm phép so sánh, tượng trưng trong tiếng Hàn, và thống kê các hình ảnh so sánh, tượng trưng liên quan đến dáng vẻ và tính cách con người. Qua đây, có thể thấy các hình ảnh so sánh, tượng trưng miêu tả dáng vẻ và tính cách con người được sử dụng trong tiếng Hàn rất đa dạng, trong đó một phần lớn thuộc về các hình ảnh lấy từ động vật, kể đến là thực vật và sau cùng là sự vật. Bài viết vẫn còn một số hạn chế như các câu ví dụ được trích trong từ điển nên có thể chưa sinh động như trong đời sống giao tiếp thực tế, và chưa có đối chiếu với phép so sánh, tượng trưng trong tiếng Việt. Tuy nhiên, hy vọng bài viết có thể trở thành nguồn tài liệu tham khảo để người học bước đầu tiếp cận và nâng cao năng lực tiếng Hàn qua phép so sánh và tượng trưng liên quan đến con người.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) Jo Hyun Yong, “Tiếng Hàn, bàn về văn hoá”, NXB Hawoo, 2018. (조현용, “한국어, 문화를 말하다”, 도서출판 하우, 2018)
- 2) Kim Yeol Gyu, “Con người, văn hoá Hàn Quốc qua biểu tượng”, NXB IlJoKak, 2014. (김열규, “상징으로 말하는 한국인, 한국문화”, 일조각, 2014)
- 3) Lee Mi Hyang chủ biên, “Nội dung văn hoá ngôn ngữ Hàn Quốc cần biết khi học tiếng Hàn”, NXB SoThong, 2020. (이미향 편, “한국어를 배울 때 알아야 하는 한국의 언어문화”, 소통, 2020)
- 4) Từ điển Naver <https://dict.naver.com/>
- 5) Trang web Viện Quốc ngữ Hàn Quốc <https://www.korean.go.kr/>

Abstract:

FIGURATIVELY AND SYMBOL RELATING TO HUMANS IN KOREAN

Figuratively and symbol are rhetorical device that are used a lot not only in poetry but also in daily communication. However, the figurative and symbolic meanings are not the same across all people and cultures. Therefore, learning about figurative and symbolic images in Korean is essential so that learners can use Korean more accurately and naturally. This article presents the definition of figuratively and symbol in Korean, and lists figurative and symbolic images related to people commonly used in Korean in two groups - the group describing the human physical appearance and the group describing the human personality.

Keywords: figuratively, symbol, human, Korean

BIỂU HIỆN TÌNH THÁI NHẬN THỨC VỀ KHẢ NĂNG HIỆN THỰC TRONG TIẾNG HÀN VÀ TIẾNG VIỆT

Nguyễn Thị Thanh Thủy*

Tóm tắt

Trong giao tiếp, bên cạnh nội dung thông tin miêu tả, bao giờ cũng có một loại thông tin giúp người nói biểu lộ thái độ, tâm lý của mình, gọi là tình thái (modality). Mặc dù có nhiều nghiên cứu về tình thái trong tiếng Hàn, cũng như trong tiếng Việt nhưng lại chưa có nhiều các công trình so sánh, đối chiếu phương tiện biểu hiện tình thái giữa hai ngôn ngữ. Vì vậy, để người học tiếng Hàn và tiếng Việt có thể sử dụng các biểu hiện tình thái một cách phù hợp, bài viết này sẽ tiến hành chỉ ra và phân tích các đặc trưng ngữ nghĩa của các biểu hiện ngữ pháp tình thái nhận thức (cụ thể hơn là tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực) trong tiếng Hàn và tiếng Việt, từ đó so sánh, đối chiếu để chỉ ra điểm tương đồng, khác biệt. Kết quả nghiên cứu đối chiếu này hy vọng sẽ giúp người học nắm bắt, hiểu rõ sắc thái của các biểu hiện tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực trong tiếng Hàn và tiếng Việt, từ đó có khả năng sử dụng đúng biểu hiện tình thái trong từng tình huống phù hợp.

Từ khóa: Tình thái, tình thái nhận thức, khả năng hiện thực, biểu hiện ngữ pháp

1. Đặt vấn đề

Cùng với mối quan hệ ngoại giao ngày càng phát triển giữa Hàn Quốc và Việt Nam, nhu cầu giao lưu, học hỏi tiếng Hàn và tiếng Việt càng trở nên cấp thiết hơn. Điều này đặt ra yêu cầu cần có thêm nhiều nghiên cứu đối chiếu ngôn ngữ nhằm làm rõ điểm tương đồng và khác biệt giữa tiếng Hàn và tiếng Việt. Đồng thời, một trong những vấn đề quan trọng, góp phần quyết định đến sự thành công trong giao tiếp đó là yếu tố “Tình thái” (modality). Trong giao tiếp, bên cạnh nội dung thông tin miêu tả, bao giờ cũng có một loại thông tin giúp người nói biểu lộ thái độ, tâm lý của mình, gọi là tình thái (modality). Mặc dù có nhiều nghiên cứu về tình thái trong tiếng Hàn, cũng như trong tiếng Việt nhưng lại chưa có nhiều các công trình so sánh, đối chiếu phương tiện biểu hiện tình thái giữa hai ngôn ngữ.

Vì vậy, để người học tiếng Hàn và tiếng Việt có thể sử dụng các biểu hiện tình thái một cách phù hợp, bài viết này sẽ tiến hành chỉ ra các biểu hiện ngữ pháp tình thái nhận thức (cụ thể hơn là tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực) trong tiếng Hàn và tiếng Việt, làm sáng tỏ các đặc trưng ngữ nghĩa, ngữ pháp của chúng, sau đó so sánh, đối chiếu để chỉ ra điểm tương đồng, khác biệt. Kết quả nghiên cứu đối chiếu này hy vọng sẽ giúp người học nắm bắt, hiểu rõ sắc thái của các biểu hiện tình thái trong tiếng Hàn và tiếng Việt, từ đó có khả năng sử dụng đúng biểu hiện tình thái trong từng tình huống phù hợp.

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

2. Một số khái niệm tiền đề

2.1. Khái niệm “Tình thái”

Về khái niệm tình thái trong tiếng Hàn, có thể kể đến các học giả tiêu biểu là Jang Kyung Hee (1985) đã đưa ra quan điểm: “Tình thái là phạm trù ngữ pháp biểu hiện thái độ tâm lý của người nói đối với sự việc”, Moon Byeong Yeol cho rằng: “Tình thái là hình thức ngữ pháp thể hiện phán đoán chủ quan của người nói đối với mệnh đề và sự tình trong câu”. Có thể thấy, các tác giả này đều quan niệm tình thái là phạm trù ngữ pháp biểu thị thái độ, tâm lý của người nói về sự kiện.

Trong tiếng Việt, Hoàng Trọng Phiến cho rằng: “Tình thái là phạm trù ngữ pháp của câu ở dạng tiềm tàng, nó có mặt trong tất cả các kiểu câu. Điều này thể hiện ở chỗ các câu có giá trị thời sự, nó có tác dụng

thông báo một điều mới mẻ. Qua đó, người nghe hiểu rằng người nói có thái độ thế nào đối với hiện thực”.

Từ các quan điểm được nêu ra ở trên, có thể kết luận rằng: Câu- ngoài vai trò truyền đạt thông tin, còn đồng thời thể hiện cảm xúc, thái độ, mong muốn, ý định, dự đoán, nghĩa vụ, năng lực... của người nói. Phạm trù ngữ pháp thể hiện thái độ tâm lý này của người nói hay người thực hiện hành động được gọi là “Tình thái”.¹

2.2. Các phạm trù tình thái

Như đã trình bày, từ những góc độ tiếp cận khác nhau và cách giải quyết khác nhau, các nhà nghiên cứu tình thái đã phân lập các nhóm ý nghĩa thuộc phạm trù tình thái khác nhau. Trong tiếng Hàn, dựa trên một số nghiên cứu tiêu biểu, có thể chỉ ra một số phạm trù tình thái như sau:

< Bảng 2.2.1> Phạm trù tình thái tiêu biểu trong tiếng Hàn

Phạm trù tình thái	Nghiên cứu tiêu biểu
Tình thái hướng tới chủ ngữ (주어중심 양태), tình thái hướng tới người nói (화자중심 양태)	Kim Ji Eun (1998)
Tình thái nhận thức, tình thái nghĩa vụ, tình thái đánh giá	Lee Hyo Jeong (2004)
Tình thái nhận thức, tình thái nghĩa vụ, tình thái năng động, tình thái chứng cứ	Lee Ki Gap (2006)
Tình thái mệnh đề (tình thái nhận thức, tình thái chứng cứ) Tình thái sự việc (tình thái nghĩa vụ, tình thái năng động, tình thái đánh giá)	Moon Byeong Yeol(2007)

Kim Ji Eun (1998) phân chia tình thái thành tình thái hướng tới chủ ngữ và tình thái hướng tới người nói. Lee Ki Gap ngoài tình thái nhận thức, tình thái nghĩa vụ, còn bổ sung thêm tình thái năng động và tình thái chứng cứ. Moon Byeong Yeol chia tình thái thành tình thái mệnh đề và tình thái sự việc.

Tiếng Việt cũng có nhiều quan điểm về việc phân chia phạm trù tình thái, có thể kể đến:

< Bảng 2.2.2> Phạm trù tình thái tiêu biểu trong tiếng Việt

Phạm trù tình thái	Nghiên cứu tiêu biểu
Tình thái của hành động phát ngôn (ý chí, ý muốn, mục đích của người nói...), tình thái của lời phát ngôn (thái độ, cách đánh giá của người nói)	Cao Xuân Hạo (1991), Diệp Quang Ban (1996)
Tình thái nhận thức, tình thái nghĩa vụ, tình thái năng động	Trần Hữu Phúc (2014)
Tình thái nhận thức, tình thái nghĩa vụ	Nguyễn Văn Hiệp, Ngũ Thiện Hùng (2003)

¹ 외국인을 위한 한국어 1: 285, (Tiếng Hàn dành cho người nước ngoài 1, tr.285)

Tuy có nhiều quan điểm về phân chia các phạm trù tình thái nhưng có thể thấy rằng tình thái đạo nghĩa và tình thái nhận thức- hai kiểu tình thái nguyên thủy nhất- được quan tâm nhất và có vị trí quan trọng trong tất cả các công trình nghiên cứu. Tuy nhiên, phạm vi bài nghiên cứu này sẽ đi sâu tìm hiểu về tình thái nhận thức, cụ thể là phương thức ngữ pháp biểu hiện nghĩa tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực.

2.3. Phương tiện ngữ pháp biểu hiện tình thái nhận thức

Trong tiếng Hàn, tình thái nhận thức được định nghĩa là phần tình thái thể hiện thái độ của người nói đối với tính chất của thông tin được nói đến trong câu. Các nhóm nghĩa thuộc tình thái nhận thức khá đa dạng như: tính khả năng, tính chắc chắn, dự đoán, suy luận, xác suất xảy ra... Trong phạm vi bài nghiên cứu này, đối tượng được tập trung phân tích chính là tình thái nhận thức mang sắc thái khả năng hiện thực.

Ở Việt Nam, nghĩa tình thái nhận thức cũng được xem xét về khái niệm, vị trí trong công trình của Nguyễn Văn Hiệp, Nguyễn Thị Nhung, về phương tiện biểu đạt trong công trình của Ngũ Thiện Hùng,... từ đó có thể đưa ra một số phác thảo ban đầu về nghĩa tình thái nhận thức trong câu như sau: “Nghĩa tình thái nhận thức là một loại của tiểu nhóm nghĩa tình thái biểu thị quan hệ giữa người nói với điều được nói ra trong câu. Tính chủ quan trong tình thái nhận thức thể hiện ở những bằng chứng về kinh nghiệm, về sự cảm nhận tức thời qua các giác quan, về thông tin nghe qua người khác hay sự suy luận mang tính cá nhân của người nói nhằm thể hiện những cam kết có

phạm vi, mức độ vào tính chân thực của điều được nói ra.” Loại nghĩa này thường biểu hiện qua tiểu loại tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực.

Như vậy, dựa vào các định nghĩa trên, ta hiểu rằng tình thái nhận thức là phần tình thái thể hiện vị thế hiểu biết của cá nhân người nói đối với tính chân thực của điều được nói đến trong câu, dựa trên những bằng chứng hoặc cơ sở suy luận nào đó mà người nói có được.

Theo Bybee & Fleischman, “Tình thái là lĩnh vực ngữ nghĩa gắn liền với nhiều yếu tố ngữ nghĩa mà các ngôn ngữ diễn đạt. Nó bao gồm một diện rộng các sắc độ ngữ nghĩa... Tình thái có thể được biểu hiện bởi nhiều cách khác nhau, hình thái, từ vựng, cú pháp hay qua ngữ điệu”. Tình thái nhận thức cũng vậy, phương thức biểu hiện của nó trong tiếng Hàn và tiếng Việt được thể hiện qua ngữ âm, từ vựng và ngữ pháp. Các phương tiện biểu hiện tình thái trong tiếng Hàn và tiếng Việt có cả những nét tương đồng về ngữ âm, một phần từ vựng và có những nét khác biệt, chủ yếu là ở phương tiện ngữ pháp, cụ thể hơn là kết cấu ngữ pháp tình thái trong tiếng Hàn và cấu trúc vị từ tình thái trong tiếng Việt. Do đó nội dung bài nghiên cứu sẽ tập trung so sánh đối chiếu hai bộ phận ngữ pháp này của tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực.

Các nghiên cứu đi trước về kết cấu ngữ pháp tình thái nhận thức trong tiếng Hàn có thể kể đến Jang Kyung Hee (1985), Kim Ji Eun (1998), Lee Hyo Jeong (2003), Lee Pil Yeong (2006), Moon Byeong Yeol (2007), Om nyo (2009)... và được thể hiện qua các kết cấu tiêu biểu sau:

< Bảng 2.3.2> Các kết cấu ngữ pháp tình thái nhận thức tiếng Hàn tiêu biểu

Danh mục các biểu hiện tình thái tiêu biểu	
-지/구나/나/는가/(으)니까 싶다, -나/는가/(으)니까 보다/하다, - (으)ㄴ/ 는/ (으)ㄴ것 같다/ 모양이다, -(으)ㄴ 법하다, -(으)ㄴ 수 있다, -(으)ㄴ줄 알다, (으)ㄴ 뻔하다, 나보다, -(으)ㄴ지도 모르다, -기 쉽다/어렵다, -(으)ㄴ 수밖에 없다, -(으)ㄴ/(으)ㄴ 성싶다, -(으)ㄴ/(으)ㄴ 성싶다,...	

Bảng trên là danh mục kết cấu ngữ pháp tình thái được thống kê từ nghiên cứu của các học giả tiêu biểu đi trước về biểu hiện tình thái. Dựa vào bảng trên, đầu tiên bài nghiên cứu này sẽ chọn ra các nhóm biểu hiện có mức độ ngữ pháp hóa cao và có tần suất sử dụng cao trong tiếng Hàn hiện đại, còn những kết cấu không thông dụng hoặc tần suất sử dụng thấp như ‘-(으)ㄴ 성싶다’ thì sẽ không xét đến. Đồng thời các kết cấu ngữ pháp được chọn cũng là kết cấu có mối quan hệ ngữ nghĩa tương

đương để có thể đối chiếu được với tiếng Việt. Bên cạnh đó như đã nêu ở phần trước, các kết cấu được đưa ra dưới đây là các kết cấu thuộc: tình thái khả năng hiện thực. Từ các tiêu chí vừa nêu, nghiên cứu này quyết định lựa chọn biểu hiện ngữ pháp ‘-(으)ㄴ 수 있다’ và ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ trong tiếng Hàn, chỉ tình thái nhận thức mang sắc thái khả năng hiện thực để so sánh, đối chiếu.

Còn các nghiên cứu tiêu biểu đi trước về kết cấu ngữ pháp tình thái trong tiếng Việt có thể được hệ thống lại qua bảng sau:

< Bảng 2.3.3> Các biểu hiện tình thái tiếng Việt tiêu biểu

Danh mục các biểu hiện tình thái tiêu biểu
có thể, có khi, chưa biết chừng, lỡ, chẳng may, mất, hết, nở, té ra, hóa ra, chực, hòng, nghĩ, cho, đoán, đố, tiên liệu, tin, tính, thấy, nghe chừng, trông, nói, bảo, thấy bảo, có thể, phải chăng, toan, dám, đã, sẽ, còn, không thể, không được, có khi, tính, chưa biết chừng, thấy, nghe chừng, chịu, đang tâm, hóa ra, ngại, sẵn lòng, chớm, đâm ra,...

Bảng trên là danh mục động từ tình thái- ngữ pháp được thống kê từ nghiên cứu của các tác giả tiêu biểu đi trước về phương tiện biểu hiện tình thái. Dựa vào bảng trên, bài nghiên cứu này sẽ chọn ra các kết cấu vị từ tình thái nhận thức (mang sắc thái khả năng hiện thực), có tần suất sử dụng cao và được đa số các tác giả thừa nhận. Đồng thời các kết cấu vị từ tình thái được chọn đều có mối quan hệ ngữ nghĩa tương đương để có thể đối chiếu được với tiếng Hàn. Từ các tiêu chí vừa nêu, nghiên

cứu này quyết định lựa chọn biểu hiện ngữ pháp ‘**có thể P²**’ và ‘**có thể A cũng có thể B**’ trong tiếng Việt, chỉ tình thái nhận thức mang sắc thái khả năng hiện thực để so sánh, đối chiếu.

Sau khi dựa vào các tiêu chí đã nêu, sử dụng phương pháp thống kê và chọn lọc, nghiên cứu đã phân loại được các nhóm nghĩa thuộc tình thái nhận thức và các biểu hiện tương ứng ở cả hai ngôn ngữ. Bảng dưới đây sẽ cụ thể hóa đối tượng được so sánh, đối chiếu trong nghiên cứu này:

Tiểu nhóm nghĩa tình thái nhận thức	Biểu hiện tình thái nhận thức trong tiếng Hàn	Biểu hiện tình thái nhận thức trong tiếng Việt
Tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực	-(으)ㄴ 수 있다 -(으)ㄴ 지 모르다.	- Cấu trúc ‘có thể P’ - Cấu trúc ‘có thể A cũng có thể B’

² P: Phát ngôn

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này tập trung vào so sánh, đối chiếu các biểu hiện ngữ pháp của tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực trong tiếng Hàn và tiếng Việt, vì vậy để làm rõ đặc trưng về mặt ý nghĩa và đặc trưng về mặt ngữ pháp của các biểu hiện tình thái, đầu tiên, nghiên cứu sẽ sử dụng phương pháp miêu tả kết hợp phân tích để làm rõ ý nghĩa và các hạn chế về thì, thể, ngôi của các biểu hiện. Sau đó tiến hành sử dụng phương pháp so sánh đối chiếu để chỉ ra những điểm tương đồng và khác biệt của các biểu hiện ngữ pháp chỉ tình thái nhận thức trong tiếng Hàn và tiếng Việt. Kết quả nghiên cứu hi vọng sẽ giúp người học nắm bắt được sắc thái và cách dùng phù hợp của các biểu hiện để hoạt động giao tiếp đạt hiệu quả cao hơn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc trưng ngữ nghĩa của biểu hiện ngữ pháp tình thái khả năng hiện thực

Tình thái khả năng hiện thực là tình thái mà người nói không cam kết điều mình nói ra là đúng hay sai mà chỉ đưa ra phỏng đoán về một điều gì đó có thể xảy ra, đang, sẽ xảy ra nhưng người nói không biết chắc chắn. Trong tiếng Hàn, biểu hiện ngữ pháp thể hiện tình thái khả năng hiện thực là kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ còn trong tiếng Việt, kết cấu ngữ pháp thể hiện tình thái thực hữu là cấu trúc ‘có thể P’, ‘Có thể A cũng có thể B’. Trong phần này, bài nghiên cứu sẽ phân tích làm rõ đặc trưng ngữ nghĩa của các biểu hiện.

4.1.1. Ngữ nghĩa của biểu hiện ngữ pháp tình thái khả năng hiện thực trong tiếng Hàn

- ‘-(으)ㄴ 수 있다’

‘-(으)ㄴ 수 있다’ là kết cấu ngữ pháp được tạo nên bởi vĩ tố dạng định ngữ ‘-(으)ㄴ’ kết hợp với danh từ phụ thuộc ‘수’, trợ từ bổ trợ ‘도’ và tính từ ‘있-’. Yeom Jae Sang (1999) cho rằng “‘-(으)ㄴ 수 있다’ là dự

đoán không chắc chắn của người nói đối với mệnh đề dựa trên kiến thức hoặc niềm tin của bản thân”, theo Kim Ki Hyuk (1999) , ‘-(으)ㄴ 수 있다’ biểu hiện hai ý nghĩa, đó là ‘tính khả năng’ và ‘năng lực’. Quan điểm của Ahn Ju Hoo (2004): ‘-(으)ㄴ 수 있다’ là suy đoán về tính khả năng thực hiện của người nói với nội dung mệnh đề dựa trên kinh nghiệm bản thân hoặc thực tế trực quan. Tính khả năng thực hiện của hành động được nói ra và khả năng không thực hiện được hành động là ngang nhau.

- Ví dụ kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’

- a. 아마 이번 시험이 그에게는 마지막 기회가 될 수도 있어.
- b. 지금 민호는 집에 있을 수도 있다.
- c. 선생님도 가끔 실수하는 수가 있다.
- d. 원숭이도 나무에서 떨어질 수 있다.

Trên đây là các ví dụ sử dụng kết cấu ngữ pháp ‘-(으)ㄴ 수 있다’ thể hiện tình thái khả năng hiện thực. Trong các tình huống trên người nói nghĩ rằng khả năng xảy ra của mệnh đề trong câu là thấp, không có tính chắc chắn cao nên đã đưa ra một phỏng đoán ở mức độ xác thực thấp. Trong đó, ví dụ a, b kết hợp cả tiểu từ bổ trợ chỉ sự nhượng bộ ‘도’ để thể hiện một dự đoán rằng sự việc trong câu có khả năng xảy ra nhưng cũng có khả năng không xảy ra. Ví dụ c thể hiện ý nghĩa rằng khả năng giáo viên mắc lỗi là điều có thể xảy ra một cách ngẫu nhiên. Và trường hợp ví dụ d, có thể có khả năng khi sẽ ngã trên cây xuống nhưng tính khả năng này rất thấp vì khi vốn là loài từ khi sinh ra đã sống trên cây rồi.

- ‘-(으)ㄴ지 모르다’

Noh Ji Ni- Lee Yun Jin (2004) cho rằng ‘-(으)ㄴ지 모르다’ là một dự đoán với một mệnh đề thể hiện thái độ không chắc chắn ở mức độ cao và mở ra tính khả năng về một sự việc đối lập. Theo Lee Min Hye (2005) thì trong các biểu hiện dự đoán, ‘(으)ㄴ/는/(으)ㄴ지 모르다’ có tính chắc chắn thấp nhất.

• **Ví dụ kết cấu (-(-으)ㄴ지 모르다**

- a. 그는 한국에 갈지도 모른다.
- b. 지금 서울은 새벽일지도 몰라.
- c. 지금쯤 아이가 학교 정문으로 나오고 있을지도 몰라.
- d. 승부가 어떻게 될지 모른다.

Trên đây là các câu dự đoán sử dụng -(-으)ㄴ지 모르다 thể hiện khả năng xảy ra của mệnh đề, hoặc cũng có thể xảy ra theo hướng ngược lại. Ví dụ a được hiểu là người đó có thể đi Hàn Quốc, cũng có thể không đi được; ví dụ b ta hiểu rằng giờ này ở Seoul có thể là giữa đêm, cũng có thể là không phải, tương tự, ví dụ c, giờ này đứa trẻ có thể ở công trường rồi, cũng có thể không, ví dụ d có thể thắng hoặc có thể thua, thể hiện sự không chắc chắn của người nói, khả năng giữa thắng và thua là 50%.

4.1.2. Ngữ nghĩa của biểu hiện ngữ pháp tình thái khả năng hiện thực trong tiếng Việt

• **Cấu trúc “có thể P”**

Bài nghiên cứu này coi “có thể P” như một vị từ tình thái khi vị từ này hoạt động với tư cách là một thành tố kèm động từ hay thành tố gắn với thành tố chính của vị ngữ. “Có thể P” biểu đạt một thái độ khẳng định có phần dè dặt đối với khả năng hiện thực của sự tình. Khi nói “có thể”, người nói không cam kết phát ngôn nhất định đúng, nhưng ít nhất, phát ngôn là điều mà người nói muốn người nghe quan tâm, và từ sự cân nhắc khả năng này, có thể xem đó như là điểm xuất phát hay tiền đề để tiếp nhận một ý định sâu xa hơn hay hàm ý thực sự của người nói.

• **Ví dụ cấu trúc “Có thể P”**

- a. Phim bắt đầu cũng đã lâu, anh ấy có thể sẽ không tới nữa đâu!
- b. Nhiều sao thế này mai có thể nắng to đấy.
- c. Lan có thể sẽ đến nơi vào sáng mai không chừng.

Trong các phát ngôn trên, có thể thấy rằng các đoán định với “có thể P” biểu đạt một thái độ khẳng định có phần dè dặt đối với khả năng hiện thực của sự tình. Chẳng hạn, ở các ví dụ a,b,c người nói không cam kết điều mình nói ra là đúng hay sai mà chỉ đưa ra phỏng đoán về một điều gì đó có thể xảy ra, đang, sẽ xảy ra nhưng người nói không dám chắc chắn.

• **Cấu trúc “Có thể A cũng có thể B”**

Khi kết hợp với một vị từ khác trong phát ngôn, “có thể” là một vị từ tình thái biểu hiện khả năng, năng lực nào đó của đối tượng. Nhưng khi hiện diện trong cấu trúc “Có thể A cũng có thể B”, “có thể” mang chức năng mới, vừa thể hiện vai trò liên kết giữa hai hành vi ngôn ngữ vừa vẫn biểu hiện khả năng có thể xảy ra của cả hai sự kiện trong phát ngôn. Và hai sự kiện này đều thể hiện thái độ không chắc chắn của người nói. Cấu trúc “Có thể A cũng có thể B” là một trong những phương tiện ngôn ngữ biểu hiện quá trình nhận thức và thái độ đánh giá hiện thực của người nói trong phát ngôn. Hai trường hợp có thể xảy ra trong cấu trúc này ta chỉ có thể dự đoán khả năng xảy ra của nó: có hoặc không, đúng hoặc sai, tốt hoặc xấu... điều này quy định ngữ nghĩa của hai sự kiện A và B trong phát ngôn phải có tính chất trái ngược.

• **Ví dụ về cấu trúc “Có thể A cũng có thể B”**

- a. Tôi có thể ghé Huế cũng có thể về thẳng Nha Trang.
- b. Tàu có thể về đến ga đúng giờ cũng có thể nó bị muộn hơn chút ít.

Hành động trong ví dụ a thể hiện sự không chắc chắn của người nói, ở đây có thể xảy ra hai khả năng: khả năng thứ nhất, anh ta có thể ghé qua Huế, khả năng thứ hai, anh ta không ghé Huế mà về thẳng Nha Trang, vì còn phụ thuộc vào lí do chủ quan, khách quan nên phỏng đoán này vẫn chỉ nằm trong dự kiến, người nói đang chờ một

điều xác định trong tương lai. Ví dụ b cũng thế, có hai trường hợp có thể xảy ra: trường hợp thứ nhất, tàu có thể về đến ga đúng giờ, trường hợp thứ hai, nó có thể về muộn hơn thời gian quy định một chút. Cả hai trường hợp trên đều được người nói đoán định, chưa thể khẳng định tàu có đến đúng giờ hay không, chỉ có thể dự đoán khả năng xảy ra của hiện thực: có hoặc không...

4.1.3. Điểm tương đồng và khác biệt

Hai biểu hiện chỉ tình thái khả năng hiện thực trong tiếng Hàn, là ‘-(으)ㄴ 수 있다’ ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P” và “Có thể A cũng có thể B” và

“Có thể A cũng có thể B” trong tiếng Việt đều được sử dụng khi dùng khi người nói đưa ra dự đoán với mức độ chắc chắn thấp đối với mệnh đề dựa trên kinh nghiệm bản thân, kiến thức vốn có hoặc căn cứ vào trực quan. Tuy nhiên như đã phân tích ở trên, trong các biểu hiện trên, mức độ xác thực của kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’ cao hơn so với ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể A cũng có thể B” có mức độ xác thực tương đương hoặc cao hơn ‘-(으)ㄴ 지 모르다’, vì vậy có thể đối chiếu mức độ xác thực của dự đoán được người nói đưa ra như sau:

‘-(으)ㄴ 수 있다’		“Có thể P”
‘-(으)ㄴ 지 모르다’		“Có thể A cũng có thể B” (mức độ chắc chắn)

4.2. Đặc trưng cú pháp của biểu hiện ngữ pháp tình thái khả năng hiện thực

4.2.1. Đặc điểm cú pháp của biểu hiện ngữ pháp tình thái khả năng hiện thực trong tiếng Hàn và tiếng Việt

Ở phần này, nghiên cứu sẽ tập trung phân tích đối chiếu các hạn chế về thức, hạn chế về ngôi, hạn chế về thì thể giữa ‘-(으)ㄴ 수 있다’ ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P” và “Có thể A cũng có thể B”.

• Hạn chế về thức

Sự hạn chế về thức và mối quan hệ đối ứng giữa kết cấu ngữ pháp ‘-(으)ㄴ 수 있다’ ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” biểu hiện tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực sẽ được xem xét qua các ví dụ dưới đây.

Ví dụ về thức trần thuật:

- 이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할 수도 있어요.
- 이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할지도 몰라요.
- Cô Lee có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay.
- Cô Lee có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay cũng có thể không.

Ví dụ về thức nghi vấn:

- 이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할 수도 있지요?
- *이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할지도 모르겠지요?
- Cô Lee có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay đúng không?
- Cô Lee có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay cũng có thể không đúng không?

Ví dụ về thức cảm thán:

- 이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할 수도 있네요!
- 이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할지도 모르겠네요!
- *Cô Lee cũng có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay đấy!
- *Cô Lee có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay cũng có thể không đấy!

Ví dụ về thức mệnh lệnh:

- *이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할 수도 있어라.
- *이 선생님은 오늘 바로 한국에 도착할지도 몰라라.
- *Cô Lee hãy có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay đi.
- *Cô Lee hãy có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay cũng có thể không đi.

Ví dụ về thức thỉnh dụ:

a. *우리 오늘 바로 한국에 도착할 수 있다.

b. *우리 오늘 바로 한국에 도착할지도 모르자.

c. *Chúng ta có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay đi!

d. *Chúng ta có thể về đến Hàn Quốc ngay hôm nay cũng có thể không đi!

Qua các ví dụ nêu trên, ta thấy rằng, ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” giống nhau ở chỗ đều có thể áp dụng được với thức trần thuật, còn với thức yêu cầu phải thực hiện một hành động như thức mệnh lệnh, thức thỉnh dụ thì các biểu hiện trên đều không áp dụng được, bởi vì phát ngôn của người nói ở đây thể hiện sự ‘dự đoán’ nên không thể tương ứng với việc yêu cầu hay rủ rê được.

Còn điểm khác nhau, *thứ nhất*, kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” đều có thể áp dụng với thức nghi vấn được nhưng riêng kết cấu ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ thì không. Ta thấy, kết cấu, ‘-(으)ㄴ 수 있다’ được sử dụng ở thức nghi vấn để thể hiện người nói đã biết trước khả năng hôm nay cô Lee có thể về đến Seoul và hỏi lại người nghe để nhằm mục đích xác nhận lại, hay hai câu hỏi trong tiếng Việt được nêu ra nhằm thể hiện sự phán đoán dè dặt của người nói về tính khả năng của sự việc và hỏi để tìm kiếm thêm căn cứ từ người nghe. Nhưng thức nghi vấn chỉ áp dụng được với kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’ chứ không áp dụng được với ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ là vì bản thân vĩ tố (으)ㄴ 지 đã thể hiện ý hỏi một cách hiển nhiên về dự đoán của người nói rồi, vì vậy ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ không áp dụng được cho câu hỏi nữa. *Thứ hai*, nếu như ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ có thể sử dụng trong thức cảm thán để thể hiện thái độ có phần ngạc nhiên của người nói đối với sự việc vừa được biết

đến thì trong tiếng Việt, cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” chủ yếu chỉ sự phỏng đoán về một điều gì đó có thể xảy ra, đang, sẽ xảy ra nhưng người nói không dám chắc chắn chứ dùng để biểu thị sắc thái bất ngờ, ngạc nhiên.

- **Hạn chế về ngôi chủ ngữ**

Dựa vào các ví dụ dưới đây, nghiên cứu sẽ chỉ ra những hạn chế về ngôi của ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B”. Hạn chế về ngôi được chia theo ngôi thứ nhất, ngôi thứ hai, ngôi thứ ba và phân tích chủ yếu ở câu trần thuật và câu nghi vấn.

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ nhất trong câu trần thuật

a. 나는 대학교에 합격할 수도 있다.

b. 나는 대학교에 합격할지도 모른다.

c. Tôi cũng có thể đỗ đại học.

d. Tôi có thể đỗ đại học, cũng có thể không.

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ hai trong câu trần thuật

a. 너는 대학교에 합격할 수도 있다.

b. 너는 대학교에 합격할지도 모른다.

c. Cậu cũng có thể đỗ đại học.

d. Cậu cũng có thể đỗ đại học, cũng có thể không.

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ ba trong câu trần thuật

a. 그는 대학교에 합격할 수도 있다.

b. 그는 대학교에 합격할지도 모른다.

c. Cô ấy cũng có thể đỗ đại học.

d. Cô ấy có thể đỗ đại học, cũng có thể không.

Có thể thấy, các cấu trúc biểu hiện tình thái nhận thức khả năng hiện thực đều chỉ chịu sự hạn chế về thức, chứ không chịu hạn chế về ngôi chủ ngữ, tức là trong câu trần thuật, các biểu hiện ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” đều có thể kết hợp với cả ba ngôi chủ ngữ.

Đối với câu nghi vấn, như đã phân tích ở trên, kết cấu ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ không áp dụng được với dạng thức câu hỏi nên các ví dụ dưới đây sẽ chỉ xét về kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B”.

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ nhất trong câu nghi vấn

- a. 나는 대학교에 합격할 수도 있지요?
- b. Tôi có thể đỗ đại học được đúng không?
- c. Tôi có thể đỗ đại học, cũng có thể không, đúng không?

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ hai trong câu nghi vấn

- a. 너는 대학교에 합격할 수도 있지요?
- b. Cậu có thể đỗ đại học được đúng không?
- c. Cậu có thể đỗ đại học cũng có thể không, đúng không?

Ví dụ về chủ ngữ ngôi thứ ba trong câu nghi vấn

- a. 그는 대학교에 합격할 수도 있지요?
- b. Cô ấy có thể đỗ đại học được đúng không?
- c. Cô ấy có thể đỗ đại học cũng có thể không, đúng không?

Cũng giống với câu trần thuật, trong câu nghi vấn, các biểu hiện ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” đều có thể kết hợp với cả ba ngôi chủ ngữ.

• **Hạn chế về thì**

Dựa vào các ví dụ dưới đây, nghiên cứu sẽ xem xét những hạn chế về thì của ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B”.

Ví dụ về thì quá khứ

- a. 나 열심히 공부했다면 그때 졸업했을 수 있다.
- b. 나 그때 열심히 공부했다면 그때 졸업했을지도 모른다.

c. Nếu tôi chăm học thì lúc đó đã có thể tốt nghiệp được rồi.

d. *Nếu tôi chăm học thì lúc đó đã có thể tốt nghiệp được cũng có thể đã không tốt nghiệp được rồi.

Ví dụ về thì hiện tại

- a. 민호는 지금 집에 있을 수 있다.
- b. 민호는 지금 집에 있을지도 모르다.
- c. Min Hoo có thể ở nhà bây giờ.
- d. Min Hoo có thể ở nhà bây giờ, cũng có thể không.

Ví dụ về thì tương lai

- a. 저 오늘은 일찍 퇴근할 수 있겠다.
- b. 저 오늘은 일찍 퇴근할지 모르겠다.
- c. Hôm nay tôi có thể sẽ tan làm sớm.
- d. Hôm nay tôi có thể sẽ tan làm sớm, cũng có thể không.

Qua các ví dụ trên có thể kết luận rằng ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” giống nhau ở chỗ đều có thể kết hợp với thì hiện tại và tương lai. Riêng cấu trúc có thể A cũng có thể B thể hiện suy đoán về những hành động đang nằm trong dự kiến, người nói đang chờ một sự xác nhận trong tương lai, vì vậy, nó không kết hợp được với thì quá khứ. Như vậy, hai kết cấu tiếng Hàn ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P” của tiếng Việt không chịu hạn chế về thì, còn “Có thể A cũng có thể B” chỉ kết hợp được với thì hiện tại và tương lai.

4.2.4 Điểm tương đồng và khác biệt

Từ các phân tích chi tiết ở trên, bảng dưới đây sẽ tổng hợp lại và đưa ra kết quả đối chiếu điểm tương đồng - khác biệt về các hạn chế cú pháp của kết cấu ‘-(으)ㄴ 수 있다’, ‘-(으)ㄴ 지 모르다’ và cấu trúc “Có thể P”, “Có thể A cũng có thể B” biểu thị tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực trong tiếng Hàn và tiếng Việt.

Hạn chế về cú pháp		Kết cấu '-(으)ㄴ 수있다'	Kết cấu '-(으)ㄴ 지모르다'	Cấu trúc "Có thể P"	Cấu trúc "Có thể A cũng có thể B"
Thức	Thức trần thuật	O	O	O	O
	Thức nghi vấn	O	O	O	O
	Thức cảm thán	O	O	X	X
	Thức mệnh lệnh	X	X	X	X
	Thức thỉnh dụ	X	X	X	X
Ngôi chủ ngữ (câu trần thuật/ câu nghi vấn)	Ngôi thứ nhất	O/ O	O/ X	O/ O	O/ O
	Ngôi thứ hai	O/ O	O/ X	O/ O	O/ O
	Ngôi thứ ba	O/ O	O/ X	O/ O	O/ O
Thì	Quá khứ	O	O	O	X
	Hiện tại	O	O	O	O
	Tương lai	O	O	O	O

5. Kết luận

Như vậy, bài nghiên cứu này đã tiến hành chỉ ra các biểu hiện về tình thái nhận thức chỉ khả năng hiện thực qua ngữ pháp trong tiếng Hàn và tiếng Việt, làm sáng tỏ các đặc trưng ngữ nghĩa, ngữ pháp của chúng trong tiếng Hàn và tiếng Việt, sau đó chỉ ra điểm tương đồng, khác biệt. Tiếng Hàn và tiếng Việt là những ngôn ngữ văn cảnh cao, trong lời nói có nhiều sắc thái ý nghĩa, vì vậy kết quả đối chiếu, nghiên cứu này hy vọng giúp người học hiểu rõ sắc thái của các biểu hiện tình thái trong cả tiếng Hàn và tiếng Việt, từ đó có khả năng hiểu được hàm ý trong câu nói của đối phương, giúp người học dễ dàng nắm bắt hơn khi học tập tiếng Hàn và tiếng Việt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) Bùi Trọng Ngoãn (2004) “Đặc điểm ngữ nghĩa của các ĐTTT nhận thức phân hữu và không thực hữu”, Tạp chí Ngôn ngữ (4) tr 36-44.
- 2) Diệp Quang Ban (1996), “Ngữ pháp tiếng Việt”, Nxb Giáo dục.
- 3) Cao Xuân Hạo (1991), Tiếng Việt- Sơ thảo ngữ pháp chức năng (Tập 1), Nxb KHXH, Tp Hồ Chí Minh.
- 4) Nguyễn Văn Hiệp (2001) “ Về một khía cạnh phân tích tác động tình thái”, Tạp chí Ngôn ngữ (5)
- 5) 국립국어연구원 편저 (2005), 외국인을 위한 한국어분법 1, 2 두산동아.

6) 문병열 (2007), “한국어의 보문 구성 양태 표현에 대한 연구”, 석사학위논문, 서울대학교.

7) 장박함 (2016) “한-중 인식 양태 표현 비교 연구”, 석사학위논문, 한국 교원대학교.

8) 학수 (2020) ‘한-중 양태 표현 비교 연구’, 석사학위논문, 전주대학교.

Abstract:

In communication, besides the content that the information describes, there is always a type of information that helps the speaker express his or her attitude called 'Modality'. Although there are many studies on modality in Korean, as well as in Vietnamese, there are not many works comparing the means of expressing modality between the two languages. Therefore, in order for Korean and Vietnamese learners to be able to use modality expressions appropriately, this article will proceed to point out and analyze the semantic features of modality grammatical expressions (focus on Non-factive epistemic modality) in Korean and Vietnamese then compare to show similarities and differences. The results of this comparative study hope to help learners understand the nuances of epistemic modality expressions (focus on Non-factive epistemic modality) in Korean and Vietnamese, thereby being able to properly use modality expressions in suitable situation.

Key words: Modality, Modality expression; Epistemic modality; Non-factive

SO SÁNH ĐẶC ĐIỂM CẤU TRÚC CÚ PHÁP CỦA CÂU CẢM THÁN TIẾNG HÀN VÀ TIẾNG VIỆT

Nguyễn Thị Thu Hiền*

Tóm tắt

Câu cảm thán là câu có chức năng bộc lộ cảm xúc như vui, buồn, giận dữ, sung sướng, ... Đặc biệt đối với người Hàn Quốc và người Việt Nam, thói quen bộc lộ tình cảm, cảm xúc bằng các câu cảm thán được thể hiện rất rõ trong giao tiếp hàng ngày cũng như phim ảnh. Nhìn vào các cuộc hội thoại giữa người Hàn Quốc và người Việt Nam có thể thấy sự tương đồng và khác biệt trong cách biểu đạt cảm thán của con người hai nước. Một trong những yếu tố làm nên sự khác biệt này chính là do đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn khác tiếng Việt. Bài viết tiến hành so sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt thông qua việc cấu trúc hóa câu cảm thán dựa vào nòng cốt câu. Từ đó, bài viết giúp người học và học giả có cái nhìn mới rõ ràng hơn, hệ thống hơn về sự tương đồng và khác biệt trong đặc điểm cú pháp hay còn gọi là đặc điểm phương thức tạo câu cảm thán trong tiếng Hàn và tiếng Việt.

Từ khóa: câu cảm thán, đặc điểm cấu trúc, nòng cốt câu, từ cảm thán, yếu tố cảm thán

1. Đặt vấn đề

Việt Nam và Hàn Quốc thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1992 tính đến nay đã được gần 30 năm. Kể từ khi thiết lập mối quan hệ này, hai nước Việt Nam và Hàn Quốc đã thắt chặt thêm mối quan hệ anh em và đạt được nhiều thành tựu to lớn trong nhiều lĩnh vực, trong đó không thể không nói đến lĩnh vực ngôn ngữ. Đặc biệt, nghiên cứu về lĩnh vực ngôn ngữ là vô cùng cần thiết và quan trọng để cả hai nước trao đổi thông tin, hợp tác cùng phát triển. Tuy nhiên thực trạng cho thấy người học vẫn phạm phải khá nhiều lỗi sai trong quá trình sử dụng câu cảm thán do các kiến thức trong nhà trường thường ít đề cập sâu đến phạm trù câu cảm thán và do sự khác biệt về đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt. Trước thực trạng đó, việc nghiên cứu một cách hệ thống, đầy đủ hơn về câu cảm thán; so sánh, đối chiếu sự tương đồng và khác biệt về đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt sẽ mang ý nghĩa thực tiễn và lý luận cao. Ý nghĩa thực tiễn là giúp người dạy và người học sử dụng thành thạo câu cảm thán tiếng Hàn, tiếng Việt trong việc dạy và học, trong giao tiếp với người bản ngữ. Ý nghĩa lý luận là góp phần bổ sung cách tiếp cận mới, chỉ ra điểm tương đồng và khác biệt về đặc điểm cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt.

Khảo sát lịch sử nghiên cứu về câu cảm thán tiếng Hàn cho thấy các nghiên

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

cứu phân loại và phân tích đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn còn hạn chế. Nghiên cứu của Noh Dae-kyu (1997) đã phân tích một cách hệ thống về đặc điểm của câu cảm thán tiếng Hàn từ nhiều góc độ như âm vị, hình thái, cú pháp, ngữ nghĩa - ngữ dụng. Đặc biệt, với đặc điểm cú pháp, Noh Dae-kyu chủ yếu đi sâu vào phân tích các vĩ tố kết thúc câu chứa sắc thái cảm thán nhưng chưa phân tích được mối quan hệ giữa nòng cốt câu và các yếu tố liên quan. Tiếp cận ở phạm vi nhỏ hẹp hơn, nghiên cứu của Cho Yong-joon (2017) chỉ tập trung phân tích đặc điểm của vĩ tố cảm thán “어라” cũng như chỉ ra cách kết hợp của vĩ tố này với các động từ và tính từ để bày tỏ tình cảm, cảm xúc của người nói. Nghiên cứu của Cho Yong-joon cũng đã cố gắng công thức hóa, cấu trúc hóa các kiểu câu cảm thán nhưng với chỉ dừng lại ở phạm vi khá hẹp là tìm hiểu cách tạo câu cảm thán từ một vĩ tố “-어라”. Khác với cách tiếp cận từ góc độ lý thuyết của No Dae-kyu và Cho Yong-joon, Hong Chong-son (2017) đã tìm hiểu về câu cảm thán từ góc độ thực tế là trong khẩu ngữ tiếng Hàn. Tác giả Hong Chong-son đã tiến hành khảo sát câu cảm thán xuất hiện trong 5 bộ phim truyền hình dài tập được chiếu trên ti vi gần đây. Sau đó tiến hành phân tích tần suất xuất hiện của các vĩ tố mang sắc thái cảm thán. Như vậy, phần lớn các nghiên cứu về câu cảm thán tiếng Hàn nói chung và đặc điểm cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn nói riêng đều tập trung phân tích các vĩ tố kết thúc câu chứa sắc thái cảm thán. Những nghiên cứu tiếp cận từ góc độ phân tích mối quan hệ giữa nòng cốt câu với các yếu tố liên quan còn hạn chế.

Trong khi đó, các nghiên cứu về câu cảm thán tiếng Việt lại chủ yếu tập trung vào đặc điểm hình thái và đặc điểm cấu trúc cú pháp. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng

Ngọc (2004) đã phân tích câu cảm thán tiếng Việt dưới nhiều góc độ khác nhau, bao gồm cả đặc điểm hình thái và đặc điểm ngữ nghĩa, ngữ dụng. Đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Việt cũng có được đề cập đến trong nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Ngọc (2004) nhưng còn hạn chế, chưa đi sâu và phân tích kĩ. Phạm Thanh Vân (2010) đã khảo sát các phương thức thể hiện hành động cảm thán trong tiếng Việt và đã chỉ ra bốn phương thức biểu hiện của hành động cảm thán bao gồm: sử dụng các phương tiện trực tiếp, sử dụng kết cấu biểu hiện ý cảm thán, sử dụng ngữ điệu, sử dụng các phương tiện gián tiếp biểu thị ý nghĩa cảm thán. Bùi Thị Thanh Mai (2006) đã tiến hành đối chiếu câu cảm thán tiếng Anh và tiếng Việt. Nghiên cứu này có thể coi là một trong những nghiên cứu đối chiếu ban đầu về câu cảm thán tiếng Việt với các ngôn ngữ khác ở Việt Nam. Tuy nhiên, về đặc điểm cấu trúc cú pháp, nghiên cứu này không đi vào phân tích mối quan hệ của các yếu tố liên quan với bộ phận nòng cốt câu mà phân tích dựa vào sự xuất hiện của các từ cảm thán, phó từ chỉ mức độ, ngữ điệu,... Nghiên cứu của Hồ Thị Thanh Linh (2007) đã tiến hành phân tích đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Anh và có liên hệ với tiếng Việt. Tuy nhiên phân tích về đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Việt chưa sâu. Đến đây có thể thấy, mặc dù đã có những nghiên cứu chỉ ra đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Việt dựa trên việc phân tích mối quan hệ của các yếu tố cảm thán với thành phần nòng cốt câu nhưng chưa nhiều và cần phải có những nghiên cứu chuyên sâu hơn về vấn đề này. Đặc biệt, những nghiên cứu đối chiếu đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt cũng còn rất hạn chế.

Chính vì thế, bài viết này tập trung vào so sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu

cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt thông qua việc phân tích mối quan hệ giữa nòng cốt câu và các thành phần liên quan, từ đó cấu trúc hóa, công thức hóa thành các kiểu câu cảm thán tiếng Hàn, tiếng Việt. Nhiệm vụ nghiên cứu được đặt ra như sau: thứ nhất, xác lập cơ sở lý thuyết và phân loại câu cảm thán tiếng Hàn, tiếng Việt dựa vào mối quan hệ giữa nòng cốt câu và các thành phần liên quan; thứ hai so sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt thông qua việc cấu trúc hóa - công thức hóa mối quan hệ giữa nòng cốt câu và các thành phần liên quan.

Về giá trị khoa học và giá trị thực tiễn, bài viết góp phần bổ sung, hoàn thiện khung kiến thức về câu cảm thán tiếng Hàn, tiếng Việt dưới góc độ cấu trúc cú pháp. Bên cạnh đó, góp phần cung cấp nguồn tài liệu tham khảo cho các học giả khi nghiên cứu về câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt. Bài viết cũng mở ra triển vọng ứng dụng kết quả nghiên cứu trong quá trình dạy và học câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt.

2. Phương pháp nghiên cứu

Về phương pháp nghiên cứu tư liệu, bài viết đã tham khảo các nguồn nghiên cứu về câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt tại Hàn Quốc, Việt Nam và một số công trình nghiên cứu quốc tế khác. Trên cơ sở kế thừa và phát huy thành quả của các nghiên cứu đi trước, người viết đã tham khảo và đưa ra khung lý thuyết phục vụ cho việc phân tích đề tài.

Về phương pháp phân tích cấu trúc, bài viết đã phân tích đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt thông qua thao tác cấu trúc hóa, sơ đồ hóa mối quan hệ giữa thành phần nòng cốt câu và các thành phần khác. Qua đó rút ra được vị trí và khả năng kết hợp của các từ cảm thán, yếu tố cảm thán so với thành phần nòng cốt câu.

Về nguồn dữ liệu câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt, bài viết đã tổng hợp tư liệu từ nhiều nguồn khác nhau: (1) Nguồn dữ liệu từ các công trình nghiên cứu đi trước; (2) Nguồn dữ liệu từ các tác phẩm văn học; (3) Nguồn dữ liệu từ các giáo trình tiếng Hàn; (4) Nguồn dữ liệu từ đời sống.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý thuyết về câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt

Trong tiếng Hàn và tiếng Việt, ngoài từ cảm thán ra, các yếu tố tạo nên câu cảm thán còn là các trợ từ (조사), phó từ (부사), tục từ (속어),... Để tiến hành phân loại các loại hình câu cảm thán và phân tích đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn, tiếng Việt, cần làm rõ khái niệm về câu cảm thán, từ cảm thán, yếu tố cảm thán và thành phần nòng cốt câu.

3.1.1. Khái niệm câu cảm thán

Đã có nhiều định nghĩa về câu cảm thán trong tiếng Hàn. Nam Ki-sim và Koh Young-gun đã đưa ra định nghĩa câu cảm thán là câu biểu hiện cảm xúc của người nói trong bối cảnh người nói tự độc thoại hoặc người nói không nhận thức được sự tồn tại của người nghe (Nam & Koh, 1985, tr. 347). Tương tự như vậy, Na Chan-jeon đã chỉ ra định nghĩa câu cảm thán tiếng Hàn là câu dùng để tự nói ra suy nghĩ của bản thân hoặc biểu hiện cảm xúc của bản thân khi không nhận thức được sự tồn tại của người nghe (Na Chan-jeon, 2007, tr. 127). Đại từ điển quốc ngữ tiêu chuẩn tiếng Hàn cũng định nghĩa về câu cảm thán là câu có tác dụng biểu hiện cảm xúc của người nói khi người nói tự độc thoại hoặc không biết đến sự hiện diện của người nghe. Từ đó có thể thấy điểm chung của các nhà nghiên cứu là nhấn mạnh câu cảm thán tiếng Hàn là câu dùng để bộc lộ cảm xúc của người nói khi bản thân người nói tự bộc bạch hoặc không

nhận thức được có sự hiện diện, tồn tại của người nghe.

Câu cảm thán trong tiếng Việt được định nghĩa là câu có chức năng biểu hiện và truyền đạt những cảm xúc cảm tính và lý tính, những tình cảm, trạng thái khác nhau của chủ quan người nói trước một hiện thực khách quan bất ngờ (Nguyễn Thị Hồng Ngọc, 2004, 33). Câu cảm thán trong tiếng Việt có dạng thức cơ bản như sau:

Câu cảm thán = nòng cốt câu + yếu tố cảm thán

(1): Cô ấy xinh thật!

↓ ↓
nòng cốt câu yếu tố cảm thán

Tuy nhiên cũng có trường hợp câu cảm thán có dạng thức đặc biệt là chỉ dùng từ cảm thán và đứng độc lập thành một câu.

Câu cảm thán = yếu tố cảm thán

(2) A! Mẹ về!

Như vậy, bất kể trong tiếng Hàn hay trong tiếng Việt, câu cảm thán được hiểu là câu có chức năng biểu đạt đa dạng nhiều tầng bậc cảm xúc, tình cảm.

3.1.2. Khái niệm từ cảm thán

Theo Đại từ điển quốc ngữ tiêu chuẩn tiếng Hàn, từ cảm thán trong tiếng Hàn được định nghĩa là một từ loại dùng để bày tỏ, bộc lộ sự ngạc nhiên, cảm nhận hay lời gọi đáp,... có tính bản năng của người nói. Cũng cùng quan điểm trên, Park Jeong-ah cũng đã đưa ra định nghĩa tương tự về từ cảm thán là một từ loại nằm trong hệ thống 9 từ loại tiếng Hàn, thể hiện sự cảm thán, sự ngạc nhiên, hay cảm xúc, gọi đáp,... (Park, 2018, tr. 26). Tuy nhiên, nghiên cứu của Joo Mok-sang về từ cảm thán tiếng Hàn lại chỉ ra định nghĩa từ cảm thán là từ được biểu hiện bằng một tiếng được thốt ra giống như tiếng cảm thán có tính chất bộc phát chứ không được biểu hiện bằng một lời có tính chất khái niệm thể hiện cảm xúc, ý chí chủ quan của người nói (Joo, 2007, tr. 104).

Mặc dù Joo Mok-sang đã đưa ra định nghĩa về từ cảm thán tiếng Hàn theo một cách khác, nhưng vẫn nhấn mạnh về tính chất bộc lộ cảm xúc của người nói. Như vậy, dù các nhà nghiên cứu, các nhà ngôn ngữ có những cách diễn đạt khác nhau hoặc nhận định khác nhau về định nghĩa từ cảm thán trong tiếng Hàn nhưng tựu chung lại, từ cảm thán trong tiếng Hàn được hiểu là một từ loại dùng để bày tỏ, bộc lộ cảm xúc hay lời gọi đáp,... có tính chất bộc phát của người nói.

Từ cảm thán trong tiếng Việt là một từ loại được dùng để biểu thị trực tiếp những cảm xúc cảm tính hoặc lý tính, những tình cảm, trạng thái khác nhau của chủ quan người nói trước hiện thực khách quan bất ngờ. Về mặt hoạt động ngôn ngữ, từ cảm thán là từ loại vừa có vai trò là từ, vừa có vai trò tương đương với câu. Chính vì vậy, nếu đứng trong một câu, từ cảm thán thường làm thành phần độc lập, nằm ngoài đoạn ngữ, không có mối liên hệ nào với tổ chức của đoạn ngữ và thường đứng đầu câu.

Như vậy, tựu chung lại thì từ cảm thán trong tiếng Hàn hay trong tiếng Việt đều là từ loại bày tỏ, bộc lộ cảm xúc, tình cảm.

3.1.3. Khái niệm yếu tố cảm thán

Yếu tố cảm thán là những yếu tố ngôn ngữ dùng trong câu cảm thán để biểu thị ý cảm thán ngoài từ cảm thán. Yếu tố cảm thán trong câu cảm thán tiếng Hàn có thể là các vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán, các phó từ, trợ từ cảm thán, các vĩ tố kết thúc câu mang nét nghĩa cảm thán, dấu chấm than,... Yếu tố cảm thán trong tiếng Việt có thể là một từ (kết từ, phó từ, trợ từ,...), một ngữ (ngữ phủ định biểu thị ý cảm thán, ngữ nghi vấn biểu thị ý cảm thán,...) hoặc phương tiện ngoài từ và ngữ như ngữ điệu, trật tự từ được dùng để cấu tạo câu cảm thán.

Ví dụ:

- Tiếng Hàn:

(3):

a) 얼굴이 정말 예쁘다! (Khuôn mặt đẹp thật!)

↓
phó từ

b) 비가 많이 오네! (Mưa to nhỉ!)

↓
vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán

- Tiếng Việt:

(4):

a) Nghìn thu nhớ Bác biết bao nhiêu!

↓
phó từ

b) Khá thương thay!

↓
Trợ từ

Trong các ví dụ trên, câu cảm thán được cấu tạo bởi các yếu tố cảm thán. Sự có mặt của phó từ (ví dụ 3a), vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán (ví dụ 3b) đã cấu tạo nên câu cảm thán tiếng Hàn. Hoặc phó từ “biết bao nhiêu” (ví dụ 4a), trợ từ “thay” (ví dụ 4b) đã góp phần hình thành nên câu cảm thán tiếng Việt để bày tỏ, bộc lộ cảm xúc của người nói. Những yếu tố này không có chức năng trực tiếp bộc lộ tình cảm, cảm xúc như từ cảm thán nhưng đặt trong câu văn và những bối cảnh nhất định, chúng lại có chức năng gián tiếp biểu thị ý cảm thán.

3.1.4. Thành phần nòng cốt câu

Trước khi đi đến quan điểm về thành phần nòng cốt câu, cần hiểu bản chất của từ “nòng cốt”. Nòng cốt có thể được hiểu là bộ phận chủ yếu, làm chỗ dựa vững chắc cho các bộ phận xung quanh. Như vậy, nòng cốt câu là bộ phận chính yếu cấu tạo nên câu, một câu được cấu tạo bởi tối thiểu một chủ ngữ và một vị ngữ, khi đó trật tự câu đảm bảo quy tắc chủ ngữ phải đứng trước vị ngữ (Viện ngôn ngữ học, 2005, tr. 47). Theo quan điểm này, câu chỉ được tạo thành khi

có hai thành phần chính yếu là chủ ngữ và vị ngữ. Theo đó, chủ ngữ và vị ngữ chính là thành phần nòng cốt câu.

Trên cơ sở đó, bài viết này lựa chọn quan điểm nòng cốt câu gồm có chủ ngữ và vị ngữ là hai thành phần chính của câu. Chủ ngữ nêu tên sự vật hiện tượng có hành động, đặc điểm, trạng thái,... được miêu tả ở vị ngữ. Chủ ngữ thường trả lời cho các câu hỏi ai/ con gì/ cái gì? Vị ngữ miêu tả hành động, đặc điểm, trạng thái của chủ thể; trả lời cho các câu hỏi làm gì/ như thế nào/ là gì? Đây là hai thành phần không thể thiếu trong câu để câu có cấu tạo hoàn chỉnh và diễn đạt được một ý trọn vẹn. Tuy nhiên khác với tiếng Việt, trong tiếng Hàn, ở nhiều trường hợp, câu có thể bị khuyết chủ ngữ hoặc vị ngữ - một trong hai thành phần chính của câu nhưng vẫn diễn đạt đủ ý nghĩa trọn vẹn.

3.1.5. Phân loại câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt

Phân loại câu cảm thán tiếng Hàn đã sớm được các nhà nghiên cứu quan tâm và đề cập đến. Noh Dae-kyu (1997) đã phân loại câu cảm thán tiếng Hàn thành các loại hình: câu cảm thán thuần túy, câu cảm thán ý sự (câu cảm thán tu từ), câu cảm thán độc lập, câu cảm thán chứa thành phần bổ trợ mang nghĩa cảm thán, câu cảm thán độc thoại, câu cảm thán truyền tải căn cứ vào sự có mặt của vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán, yếu tố cảm thán, đối tượng tiếp nhận cảm thán. Jeong Seon-ju (2005) đã dựa vào mức độ nhận thức trong quá trình sử dụng biểu hiện cảm thán để phân loại câu cảm thán tiếng Hàn thành câu cảm thán tri giác và câu cảm thán nhận thức. Có thể thấy, các nghiên cứu chỉ ra sự phân loại câu cảm thán tiếng Hàn dựa vào đặc điểm cấu trúc cú pháp còn hạn chế.

Trong khi đó, nghiên cứu về phân loại câu cảm thán tiếng Việt theo đặc điểm cấu

trúc cú pháp lại rất phổ biến. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Ngọc (2004), Hồ Thị Thanh Linh (2007),... đều đã chỉ ra các loại hình câu cảm thán trong tiếng Việt căn cứ vào đặc điểm cấu trúc cú pháp câu. Ở bài viết này, tác giả căn cứ vào đặc điểm cú pháp câu, dựa vào vị trí của từ cảm thán, các yếu tố cảm thán so với thành phần nòng cốt câu để tiến hành phân loại câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt. Kết quả cho thấy câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt giống nhau về các loại hình khi phân tích dựa theo cấu trúc cú pháp.

Căn cứ vào sự có mặt hay không có mặt của nòng cốt câu, câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt được chia thành hai loại chính:

- Loại thứ nhất là câu cảm thán không có nòng cốt câu.

- Loại thứ hai là câu cảm thán có nòng cốt câu.

Câu cảm thán không có nòng cốt câu, tức là không có kết cấu cụm chủ - vị, thường sẽ được cấu tạo bởi đơn vị từ.

(5):

• Tiếng Hàn: 아유! (Au!), 으악! (Ặc!),

에헤 (Ô hô!),...

• Tiếng Việt: Au!, Ặc!, Ô hô!,...

Ví dụ (5) là các câu cảm thán không có nòng cốt câu, được cấu tạo bởi các từ cảm thán.

Câu cảm thán có nòng cốt câu, tức là câu có kết cấu cụm chủ - vị. Trong tiếng Hàn, đôi khi câu khuyết chủ ngữ hoặc vị ngữ nhưng vẫn được coi là câu có nòng cốt câu.

(6):

• Tiếng Hàn

a) 어머, 엄마 왔어!
TCT, CN - VN

b) 오머, 왔어!
TCT, VN

c) 오머, 엄마!
TCT, CN

• Tiếng Việt

a) Ôi, me đến rồi!
TCT, CN - VN

b) Ôi, đến rồi!
TCT, VN

c) Ôi, mẹ!
TCT, CN

(TCT - từ cảm thán, CN - chủ ngữ, VN - vị ngữ)

Ba ví dụ trên đều là các câu cảm thán có nòng cốt câu. Trong đó ví dụ (6a) là câu cảm thán có nòng cốt câu dạng đầy đủ (có kết cấu chủ ngữ - vị ngữ), ví dụ (6b) là câu cảm thán khuyết thành phần chủ ngữ, ví dụ (6c) là câu cảm thán khuyết thành phần vị ngữ.

Dựa vào tiêu chí về việc xác định mối quan hệ giữa nòng cốt câu với từ cảm thán và các yếu tố cảm thán, xem xét vị trí và khả năng kết hợp của chúng, loại câu cảm thán có nòng cốt câu lại có thể được chia nhỏ thành 7 loại hình:

+) Câu cảm thán dùng từ cảm thán với cấu trúc: “*từ cảm thán + nòng cốt câu*”

+) Câu cảm thán dùng từ cảm thán với cấu trúc: “*nòng cốt câu + từ cảm thán*”

+) Câu cảm thán có từ cảm thán xen giữa nòng cốt câu

+) Câu cảm thán có cấu trúc: “*yếu tố cảm thán + nòng cốt câu*”

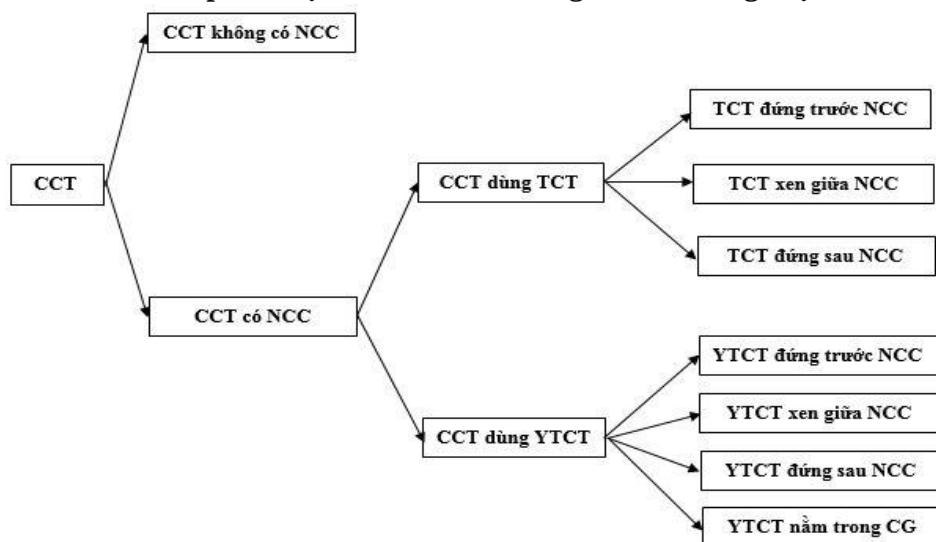
+) Câu cảm thán có cấu trúc: “*nòng cốt câu + yếu tố cảm thán*”

+) Câu cảm thán có yếu tố cảm thán xen vào giữa nòng cốt câu

+) Câu cảm thán có yếu tố cảm thán nằm trong thành phần câu ghép

Từ các loại hình câu cảm thán như trên, có thể khái quát hóa thành sơ đồ phân loại câu cảm thán tiếng Hàn như sau:

Sơ đồ phân loại câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt



(CCT – câu cảm thán, NCC – nòng cốt câu, TCT – từ cảm thán, YTCT – yếu tố cảm thán, CG – câu ghép)

Nhìn vào sơ đồ trên có thể thấy, căn cứ vào vị trí của các từ cảm thán, yếu tố cảm thán so với nòng cốt câu (đứng trước, xen giữa hay đứng sau nòng cốt câu), câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt được phân loại thành các loại hình đa dạng, tạo nên sự phong phú trong cách biểu đạt cảm thán.

3.2. So sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt

3.2.1. Điểm tương đồng

Câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt có khá nhiều điểm tương đồng khi xem xét đặc điểm cấu trúc cú pháp:

Thứ nhất, câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt đều được phân loại thành hai loại hình chính là câu cảm thán không có nòng cốt câu và câu cảm thán có nòng cốt câu.

<Bảng 1> Phân loại câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt

	Câu cảm thán tiếng Hàn	Câu cảm thán tiếng Việt
Câu cảm thán không có nòng cốt câu	어머!	Ôi trời!
	아차!	Thôi chết!
	젠장!	Mẹ kiếp!
	우라질!	Bố khi!
Câu cảm thán có nòng cốt câu	그녀는 정말 노래를 잘하는구나!	Cô gái đó hát hay thực sự!
	날씨가 참 좋군!	Thời tiết đẹp quá!
	우와, 방이 진짜 넓다!	Ái chà, phòng rộng thật!
	발이 얼마나 아플까!	Chân đau biết mấy!

Nhìn vào bảng trên có thể thấy, câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt được chia thành hai loại: câu cảm thán không có nòng cốt câu được cấu tạo bởi đơn vị từ, câu cảm thán có nòng cốt câu được cấu tạo bởi một cụm chủ - vị.

Thứ hai, câu cảm thán không có nòng cốt câu trong tiếng Hàn và tiếng Việt đều được hình thành bởi một từ cảm thán hoặc một từ tục.

<Bảng 2> Câu cảm thán không có nòng cốt câu trong tiếng Hàn và tiếng Việt

	Câu cảm thán tiếng Hàn	Câu cảm thán tiếng Việt
Từ cảm thán	아!	A!
	에 헤	Ô hô!
	아이!	Ui!
Từ tục	빌어먹을!	Bỏ mẹ!
	염병할	Mẹ kiếp!

Qua bảng 2 ta thấy, câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt có thể được hình thành bởi một từ cảm thán: "아/ a", "에 헤/ ô hô", "아이/ ui" hoặc một từ tục: "빌어먹을/ bỏ mẹ", "염병할/ mẹ kiếp".

Thứ ba, câu cảm thán có nòng cốt câu trong tiếng Hàn và tiếng Việt đều được phân loại thành các loại hình:

- Câu cảm thán dùng từ cảm thán với cấu trúc: "*từ cảm thán + nòng cốt câu*"

Trong cả tiếng Hàn và tiếng Việt, từ cảm thán có thể đứng trước thành phần nòng cốt câu để cấu tạo nên câu cảm thán.

(7):

- Tiếng Hàn: 우와, 옷이 너무 예쁘다!

- Tiếng Việt: Ôi, áo đẹp quá!

Trong ví dụ (7) trên, câu cảm thán tiếng Hàn được hình thành bởi từ cảm thán "우와", câu cảm thán tiếng Việt được cấu tạo bởi từ cảm thán "ôi" đứng đầu câu, trước thành phần nòng cốt câu.

- Câu cảm thán có cấu trúc: "*yếu tố cảm thán + nòng cốt câu*"

Trong tiếng Hàn và tiếng Việt, yếu tố cảm thán có thể đứng trước thành phần nòng cốt câu để cấu tạo nên câu cảm thán.

Yếu tố cảm thán có thể đứng trước thành phần nòng cốt câu chính là từ tục.

(8):

- Tiếng Hàn: 제기랄, 또 떨어졌다!

- Tiếng Việt: Bỏ mẹ, lại trượt rồi!

Trong ví dụ (8), từ tục "제기랄/ bỏ mẹ" đứng trước thành phần nòng cốt câu, cấu tạo nên câu cảm thán trong tiếng Hàn và tiếng Việt.

- Câu cảm thán có cấu trúc: "*nòng cốt câu + yếu tố cảm thán*"

Một trong những điểm tương đồng trong tiếng Hàn và tiếng Việt đó chính là các yếu tố cảm thán có thể đứng sau thành phần nòng cốt câu để cấu tạo nên câu cảm thán. Các yếu tố cảm thán có thể đứng sau thành phần nòng cốt câu trong cả câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt là các phó từ và trợ từ.

(9):

- Tiếng Hàn: a) 오늘 날씨가 좋다, 정말!

(Hôm nay thời tiết đẹp thật!)

b) 나는 한데요! (Tôi đi đây)

- Tiếng Việt: a) Hôm nay thời tiết đẹp thật!

b) Đau lòng thay!

Trong ví dụ (9) ở trên, yếu tố cảm thán đứng sau thành phần nòng cốt câu trong tiếng Hàn là phó từ “정말” (thật) và trợ từ “-다요”. Yếu tố cảm thán đứng sau thành phần nòng cốt câu trong tiếng Việt là phó từ “thật”, trợ từ “thay”. Các phó từ, trợ từ này đứng sau bộ phận nòng cốt câu để làm tăng nét nghĩa cảm thán cho câu.

- Câu cảm thán có yếu tố cảm thán xen vào giữa nòng cốt câu

Trong tiếng Hàn và tiếng Việt, các phó từ xen vào giữa thành phần nòng cốt câu để hình thành nên câu cảm thán.

(10):

- Tiếng Hàn: 하늘이 얼마나 아름다운가!

(Bầu trời đẹp biết bao!)

- Tiếng Việt: Nói chuyện với nó đến là nhọc!

Ở ví dụ (10) này, phó từ “얼마나” (biết bao) xen giữa vào thành phần nòng cốt câu tiếng Hàn, phó từ “đến là” xen giữa vào thành phần nòng cốt câu tiếng Việt để làm nên nét cảm thán cho câu.

- Câu cảm thán có yếu tố cảm thán nằm trong thành phần câu ghép

Câu ghép trong tiếng Hàn hay tiếng Việt đều được hiểu là câu có từ hai cụm chủ-vị trở lên. Trong cả tiếng Hàn và tiếng Việt, các yếu tố cảm thán có thể nằm ở một trong các mệnh đề hay nói cách khác là có vị trí ở một trong các vế câu của một câu ghép để biểu thị ý cảm thán cho câu.

(11):

- Tiếng Hàn: 네가 이렇게 크다니 정말 세월

빠르구나! (Nhìn nó lớn thế này mới thấy thời gian trôi nhanh thật!)

- Tiếng Việt: Trời ơi, vợ đau thế mà chồng còn ngồi nhìn được!

Trong ví dụ trên, câu ghép tiếng Hàn có yếu tố cảm thán là trợ từ “정말” (thật) và vị tố kết thúc câu dạng cảm thán “구나” đứng ở mệnh đề thứ hai của câu ghép để biểu thị ý cảm thán cho cả câu. Câu ghép tiếng Việt có yếu tố cảm thán là từ gọi đáp “trời ơi” đứng

ở mệnh đề thứ nhất của câu ghép để biểu thị ý cảm thán cho cả câu. Trong cả tiếng Hàn và tiếng Việt, các yếu tố cảm thán ở bất kỳ mệnh đề thứ nhất hay mệnh đề thứ hai của câu ghép thì chúng vẫn có vai trò biểu thị ý cảm thán cho cả câu nên câu đó được coi là câu cảm thán.

3.2.2. Điểm khác biệt

Bên cạnh những điểm tương đồng, câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt cũng có những điểm khác biệt nhất định trong đặc điểm cấu trúc cú pháp.

Thứ nhất, nếu như câu cảm thán không có nòng cốt câu trong tiếng Hàn được cấu tạo bởi từ tục và từ cảm thán; thì trong tiếng Việt, loại hình câu cảm thán này còn được cấu tạo bởi một số thực từ nhất định bên cạnh từ tục, từ cảm thán.

(11): a. Trời!

b. Chết!

Thực từ “trời” và “chết” trong ví dụ 11a và 11b ở trên đứng độc lập, định danh cảm xúc và cấu tạo nên câu cảm thán trong tiếng Việt. Trong trường hợp này, các thực từ đã thoát li hẳn nét nghĩa vốn có của nó. Thực từ “trời” thoát khỏi nét nghĩa “bầu trời”, thực từ “chết” thoát khỏi hẳn nét nghĩa “cái chết, sự chết chóc”, chỉ còn vai trò biểu thị nét nghĩa cảm thán.

Thứ hai, đối với câu cảm thán có nòng cốt câu trong tiếng Hàn, từ cảm thán có vị trí khá lưu động trong câu: có thể đứng trước bộ phận nòng cốt câu; đứng sau bộ phận nòng cốt câu; thậm chí là xen kẽ vào giữa bộ phận nòng cốt câu. Chính vì thế, trong tiếng Hàn tồn tại loại hình câu cảm thán dùng từ cảm thán với cấu trúc “nòng cốt câu + từ cảm thán” và loại hình câu cảm thán có từ cảm thán xen giữa nòng cốt câu. Tuy nhiên trong tiếng Việt không tồn tại hai loại hình câu cảm thán này.

- Loại hình câu cảm thán dùng từ cảm thán với cấu trúc “nòng cốt câu + từ cảm thán”

(12):

a. 100 점, 아싸! (100 điểm, ồ yeah!)

b. 그게, 무슨 소리야, 응? (Tiếng gì thế, hử?)

Trong ví dụ 12a và 12b, từ cảm thán “아싸” (ồ yeah) và từ cảm thán “응” (hử) có vị trí đứng sau bộ phận nòng cốt câu biểu thị nghĩa cảm thán cho câu.

• Loại hình câu cảm thán có từ cảm thán xen giữa nòng cốt câu

(13):

a. 그 여자 참 예쁘다! (Cô gái ấy, quả là đẹp!)

b. 그 할머니는 정말 참을 수 없다! (Thực sự không thể nào chịu đựng nổi bà đó!)

Trong hai ví dụ này, từ cảm thán là “참” (quả là) ở ví dụ 13a và từ cảm thán “정말” (thực sự) ở ví dụ 13b xen vào giữa thành phần nòng cốt câu để biểu thị nét nghĩa cảm thán cho câu cảm thán tiếng Hàn. Trong khi đó, câu cảm thán tiếng Việt không có hai

cấu trúc trên mà từ cảm thán trong tiếng Việt chỉ có vị trí đứng trước bộ phận nòng cốt câu.

Thứ ba, câu cảm thán tiếng Hàn có hệ thống vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán rất đa dạng. Các vĩ tố này là yếu tố cảm thán chính cấu tạo nên câu cảm thán trong tiếng Hàn (Nội dung này tác giả đã phân tích rõ và xếp vào loại câu cảm thán tiếng Hàn có cấu trúc yếu tố cảm thán đứng sau nòng cốt câu). Trong khi đó, tiếng Việt không có hệ thống vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán mà các yếu tố cảm thán chủ yếu lại là các từ loại hay ngữ cảm thán.

Thứ tư, một số câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt có cấu trúc giống nhau về mặt cú pháp nhưng khả năng kết hợp của các yếu tố cảm thán với các bộ phận nòng cốt câu là khác nhau. Cụ thể như sau:

TT	Loại hình câu cảm thán	Câu cảm thán tiếng Hàn	Câu cảm thán tiếng Việt
1	Câu cảm thán có cấu trúc: “yếu tố cảm thán + nòng cốt câu”	Yếu tố cảm thán có thể đứng trước bộ phận nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Hàn chỉ có thể là một từ tục hoặc phó từ. Ví dụ: a. 정말 이상하네! (Thật là kì lạ!) b. 젠장, 못하겠네! (Chết tiệt, không làm được rồi!) Trong hai ví dụ trên, phó từ “정말” (thật là) và từ tục “젠장” (chết tiệt) đứng trước bộ phận nòng cốt câu để cấu tạo nên câu cảm thán.	Yếu tố cảm thán có thể đứng trước bộ phận nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Việt rất đa dạng, bao gồm: thực từ, kết từ, từ gọi đáp, từ tục, biểu hiện phủ định biểu thị ý cảm thán, biểu hiện nghi vấn biểu thị ý cảm thán. Ví dụ: a. Gớm, chị thì giỏi quá! b. Thế mà cô ấy không yêu tôi! c. Giời ơi, mệt mỏi với anh quá! d. Bớ khi, nhọ thật! e. Lạ gì nó nữa! f. Biết bao giờ mới giàu! Các ví dụ trên là các câu cảm thán có yếu tố cảm thán đứng trước nòng cốt câu. Trong đó yếu tố cảm thán là thực từ “gớm” ở ví dụ a, kết từ “thế mà” ở ví dụ b, từ gọi đáp “giời ơi” ở ví dụ c, tục từ “bớ khi” ở ví dụ d, biểu hiện

			phủ định “là gì” biểu thị ý cảm thán ở ví dụ e, biểu hiện nghi vấn “biết bao giờ” biểu thị ý cảm thán ở ví dụ f.
2	Câu cảm thán có cấu trúc: “nòng cốt câu + yếu tố cảm thán”	Yếu tố cảm thán có thể đứng sau bộ phận nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Hàn đa dạng hơn tiếng Việt rất nhiều, bao gồm: các vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán, các vĩ tố kết thúc câu biểu thị ý cảm thán, phó từ, từ tục, trợ từ. Ví dụ: a. 민수 왔구나! (Minsu đến rồi này!) b. 나도 바빠거든. (Tớ cũng bận đấy chứ!) c. 오늘 날씨가 좋다, 정말! (Hôm nay thời tiết đẹp thật!) d. 또 떨어졌어, 우라질! (Lại trượt rồi, bố khi!) e. 민수가 옵니다그러! (Minsu đến!) Trong các ví dụ trên, yếu tố cảm thán đứng sau bộ phận nòng cốt câu là vĩ tố kết thúc câu dạng cảm thán “구나” (ví dụ a), vĩ tố kết thúc câu biểu thị ý cảm thán “거든” (ví dụ b), phó từ “정말” (ví dụ c), từ tục “우라질” (ví dụ d), trợ từ cảm thán “그러” (ví dụ e).	Yếu tố cảm thán có thể đứng sau bộ phận nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Việt ít hơn tiếng Hàn, bao gồm: phó từ, trợ từ, biểu hiện phủ định biểu thị ý cảm thán, biểu hiện nghi vấn biểu thị ý cảm thán. Ví dụ: a. Cái bánh này ngon lắm! b. Đáng thương thay! c. Quên sao cho được! d. Cô ấy nhẫn tâm thế ư? Trong các ví dụ trên, yếu tố cảm thán đứng sau bộ phận nòng cốt câu là phó từ “lắm” (ví dụ a), trợ từ “thay” (ví dụ b), biểu hiện phủ định biểu thị ý cảm thán “sao cho được” (ví dụ c), biểu hiện nghi vấn biểu thị ý cảm thán “ư” (ví dụ d).
3	Câu cảm thán có yếu tố cảm thán xen vào giữa nòng cốt câu	Yếu tố cảm thán xen vào giữa nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Hàn có hai loại là phó từ và trợ từ cảm thán. Ví dụ: a. 민수는 밥을 세 그릇이나 먹는다더라! (Min Su ăn tận ba bát cơm!) b. 그 여자가 얼마나 예쁠까! (Cô ấy xinh biết bao!) Trong ví dụ trên, yếu tố cảm thán là trợ từ cảm thán “이나” (ví dụ a), là phó từ “얼마나” (ví dụ b) xen vào giữa nòng cốt câu.	Yếu tố cảm thán xen vào giữa nòng cốt câu trong câu cảm thán tiếng Việt chỉ có một số phó từ nhất định như “đến”, “đến là”, “thật”, “thật là”. Ví dụ: a. Cô ấy thật là đáng thương! b. Học hành đến là mệt! Trong ví dụ trên, yếu tố cảm thán là phó từ “thật là” (ví dụ a), phó từ “đến là” (ví dụ b) xen vào giữa nòng cốt câu.

Như vậy, bên cạnh những điểm tương đồng thì câu cảm thán trong tiếng Hàn và tiếng Việt cũng có khá nhiều điểm khác biệt về cấu trúc cú pháp. Sự khác biệt chủ yếu là vị trí và khả năng kết hợp của từ cảm thán và các yếu tố cảm thán so với thành phần nòng cốt câu trong tiếng Hàn và tiếng Việt là khác nhau. Nguyên nhân chủ yếu là do sự khác biệt về loại hình ngôn ngữ: tiếng Hàn là ngôn ngữ chấp dính, tiếng Việt là ngôn ngữ đơn lập. Ngoài ra, khả năng kết hợp và vị trí của các từ loại như thực từ, tục từ, phó từ, trợ từ,... trong câu cũng tạo nên những điểm khác biệt về cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt.

4. Kết luận

Bài viết này đã tiến hành phân loại câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt dựa vào nòng cốt câu để làm rõ được các loại hình của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt cũng như thấy được vị trí của các từ cảm thán và yếu tố cảm thán so với thành phần nòng cốt câu. Bên cạnh đó, bài viết cũng đã chỉ ra các điểm tương đồng và điểm khác biệt khi so sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt.

Qua việc so sánh đặc điểm cấu trúc cú pháp câu cảm thán tiếng Hàn và câu cảm thán tiếng Việt theo các loại hình trên, bài viết đã làm sáng tỏ điểm tương đồng và khác biệt về vị trí và khả năng kết hợp của các từ cảm thán, yếu tố cảm thán như trợ từ, phó từ, tục từ,... so với thành phần nòng cốt câu; làm rõ được đặc điểm phương thức tạo câu cảm thán trong tiếng Hàn và tiếng Việt. Việc so sánh, đối chiếu đặc điểm cấu trúc cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt góp phần đưa ra cái nhìn khái quát về đặc điểm cú pháp của câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt, đặt nền tảng cho những nghiên cứu sâu rộng hơn trong tương lai. Tuy nhiên đây mới chỉ là nghiên cứu bước

đầu; do vậy cần có những nghiên cứu chuyên sâu hơn nữa về các vấn đề liên quan đến cú pháp câu cảm thán tiếng Hàn và tiếng Việt dựa trên những cách tiếp cận khác như ngôn ngữ học tri nhận, ngôn ngữ học ứng dụng, giáo dục tiếng Hàn,...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Thị Hồng Ngọc (2004), Câu cảm thán trong tiếng Việt, Luận án tiến sĩ ngữ văn, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
2. Hồ Thị Thanh Linh (2007), Câu cảm thán trong tiếng Anh so sánh với tiếng Việt, Luận văn thạc sĩ ngữ văn, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, HCM.
3. Phạm Thanh Vân (2010), Hành động cảm thán trong tiếng Việt, Luận văn thạc sĩ ngôn ngữ học, Trường Đại học Sư phạm TP.HCM.

Tiếng Anh

- Bui Thi Thanh Mai (2006), Exclamations in English and Vietnamese – A contrastive analysis, Vietnam National University Ha Noi, College of Foreign Languages Department of Post graduate

Tiếng Hàn

1. 국립국어원(2005), ‘외국인을 위한 한국어 문법 1’, 커뮤니케이션북스
2. 국립국어원(2005), ‘외국인을 위한 한국어 문법 2’, 커뮤니케이션북스
3. 노대규(1997), ‘한국어의 감탄문’, 국학자료원
4. 구본관, 박재연, 이선웅, 황선엽 공저, ‘한국어 문법 총론 1’, 집문당
5. 노대규(1981), ‘국어의 감탄문 연구’
6. 홍종선(2017), ‘한국어 구어의 감탄문 표현’
7. 조민하(2019), ‘한국어 감탄문 설정의 비판적 고찰’, 고려대학교 민족문화연구원.
8. Bui Thi Nguyet(2012), ‘한국어 감탄문과 베트남어 감탄문 대조 연구’, 하노이국립대학교 외국어대학.
9. 박정아(2018), ‘한국어 교육을 위한 감탄사 연구’ 석사학위논문, 경희대학교 대학원.
10. Do Mai Truong Ca (2019), ‘한국어와 베트남어의 문장구성 대조 연구’ 석사학위논문, 전남대학교 대학원
11. Korea University Korean Language Center (2009), Fun fun korean 2, KYOBO Book Centre.
12. Korea University Korean Language Center (2010), Fun fun korean 3, KYOBO Book Centre.

Abstract:**COMPARING CHARACTERISTICS OF
THE SYNTACTIC STRUCTURE OF
KOREAN AND VIETNAMESE
EXCLAMATORY SENTENCES*****Nguyen Thi Thu Hien***

An exclamatory sentence is a sentence that has the function of expressing emotions such as happiness, sadness, anger, happiness, etc. Especially for Koreans and Vietnamese, the habit of expressing feelings and emotions through exclamatory sentences is expressed very clearly in daily communication and cinema. Considering the conversations between Koreans and Vietnamese people, we can see the similarities and differences in the expressions of exclamation of the people of the two countries. One factor that makes this

difference is that the Korean exclamatory sentences' syntactic structure is unlike that of Vietnamese. This article compares the syntactic structure characteristics of Korean and Vietnamese exclamatory sentences through structuring exclamatory sentences based on the sentence's core. Thus, the article helps learners and scholars have a newer, more transparent, and more systematic view of the similarities and differences in syntactic characteristics, also known as characteristics of exclamatory sentence structuring methods in Korean and Vietnamese.

Keywords: exclamatory sentence, structural characteristics, sentence core, exclamatory word, exclamatory element

ĐỐI CHIẾU PHƯƠNG THỨC LẤY TỪ TƯỢNG THANH, TỪ TƯỢNG HÌNH TRONG TIẾNG HÀN VÀ TIẾNG VIỆT (Trọng tâm nghiên cứu các từ liên quan đến con người)

Lê Thị Hải Yến*

Tóm tắt

Từ tượng thanh, từ tượng hình vốn là một đề tài hết sức phong phú. Bài nghiên cứu này tập trung đi tìm hiểu khái niệm và phân tích phương thức lấy trong cấu tạo của từ tượng thanh, từ tượng hình tiếng Hàn (trọng tâm là các từ chỉ liên quan đến con người), qua đó đối chiếu với tiếng Việt. Người học có thể thấy được điểm giống và khác nhau trong cấu tạo của hai ngôn ngữ, đồng thời biết vận dụng hiệu quả từ tượng thanh, từ tượng hình trong học tập và nghiên cứu.

Từ khóa: từ tượng thanh, từ tượng hình, con người

1. Dẫn nhập

Việt Nam và Hàn Quốc chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1992 đến nay đã được 29 năm, đã và đang tích cực trao đổi trên nhiều lĩnh vực như chính trị, văn hóa. Đặc biệt, về kinh tế, nhiều công ty Hàn Quốc đã đầu tư vào Việt Nam, thiết lập mối quan hệ hợp tác chặt chẽ. Trong bối cảnh đó, số lượng người học tiếng Hàn tại Việt Nam đang tăng lên từng ngày, và nhiều kết quả nghiên cứu học thuật liên quan đến tiếng Hàn đang được công bố.

Trong quá trình học tập và sử dụng tiếng Hàn, từ tượng thanh và từ tượng hình rất quan trọng trong việc truyền tải ý nghĩa. Từ tượng thanh và từ tượng hình là những từ bắt chước các âm thanh, hình dạng và chuyển động khác nhau của mọi sự vật hiện tượng.

Chúng ta có thể dễ dàng nhận ra trong cuộc sống hàng ngày những tiếng cười “khúc khích”, đáng đi “mảnh khảnh”, thướt tha” của con người, tiếng kêu “gâu gâu” “meo meo” hay của động vật hay đáng đứng “sừng sững” “ngồn nghoè” của ngọn núi. Cả từ tượng thanh từ tượng hình đều có tác dụng mang lại sự biểu cảm, phong phú, sinh động cho sự diễn đạt. Đặc biệt trong văn miêu tả từ tượng thanh và từ tượng hình giúp mọi thứ hiện ra thật tự nhiên, sống động, nhiều sắc thái, tạo nên sự đặc sắc, giá trị nghệ thuật cho các tác phẩm.

Bài viết này bước đầu tìm hiểu hiện tượng thú vị này qua việc so sánh đặc điểm cấu tạo theo phương thức lấy của các từ

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

tượng thanh trong tiếng Hàn và tiếng Việt đồng thời làm rõ những điểm giống và khác nhau giữa hai ngôn ngữ.

2. Đối tượng nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Từ tượng thanh, tượng hình gồm các từ ngữ dùng để mô phỏng theo âm thanh, hình dáng, trạng thái con người, động vật, thế giới tự nhiên. Trong số đó, từ tượng thanh, tượng hình liên quan đến con người chiếm số lượng lớn. Bài nghiên cứu này sử dụng phương pháp so sánh, đối chiếu tập trung tìm ra điểm giống và khác nhau của phương thức lấy từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt với trọng tâm là các từ tượng thanh, tượng hình liên quan đến con người.

3. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

3.1. Nghiên cứu của các học giả Hàn Quốc

Liên quan đến từ tượng thanh, tượng hình đã có rất nhiều những nghiên cứu của các học giả Hàn Quốc. Trong đó phải kể đến Chae Wan (1986) đã nghiên cứu cấu tạo của các từ lấy, bao gồm từ tượng thanh và từ tượng hình. Tiếp đến năm 1993, ông đi sâu giải thích cú pháp và ý nghĩa của từ tượng thanh và từ tượng hình.¹

Lee Ki-won (2007)² nghiên cứu các từ tượng thanh và từ tượng hình được phân loại theo tình huống sử dụng. Các từ tượng thanh và từ tượng hình được giải thích bằng tiếng Anh và tiếng Hàn giúp người học có thể hiểu nghĩa đồng thời có thể sử dụng chính xác trong từng tình huống được.

Sau năm 2000, cũng có những nghiên cứu sâu hơn về từ tượng thanh, tượng hình của các học giả như Kim Hong Beom, Park Dong Geun, Chaewan, đồng thời cũng có những bài luận văn liên quan đến chủ đề này.

3.2. Nghiên cứu của các học giả Việt Nam

Trong tiếng Việt, khái niệm từ tượng thanh ít được đề cập đến mà chỉ được đưa ra khi miêu tả từ láy, nếu có khảo sát thì tác giả cũng chỉ đề cập đến nhóm tượng thanh (Hồ Lê, Hoàng Văn Hành). Hoàng Văn Hành trong khi khảo sát từ láy thì có đề cập đến nhóm từ láy tượng thanh, được chỉ rõ là những từ mô phỏng âm thanh.

Hồ Lê phân tích nhóm từ tượng thanh thành tượng thanh thực (là những từ mô phỏng tiếng động như cách, bụp, cú cu...) và từ tượng thanh giả (là từ sinh ra từ từ tượng thanh thực nhưng không trực tiếp mô phỏng tiếng động, ví dụ lú lo, râm râm, thút thút...)³

Những nghiên cứu gần đây nhất là của Hoàng Thiên Thanh (2015) với đề tài “Đối chiếu từ tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt”, tác giả đã tổng hợp và phân tích trên các phương diện cấu tạo, vai trò và khả năng hoạt động của các từ tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt.

Ngoài ra còn có nghiên cứu của Nguyễn Vĩnh Tường (2012) phân loại và đối chiếu đặc tính về hình thái của từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt, nghiên cứu của Nguyễn Ngọc Nhung (2012), Hà Thị Kim Loan (2015), Phạm Tiến Long (2019).

4. Khái niệm từ tượng thanh, từ tượng hình

Nói đến từ tượng thanh, từ tượng hình, hầu như ai cũng biết và có thể đưa ra được nhiều ví dụ minh họa, nhưng để giải thích khái niệm này một cách rõ ràng, đầy đủ lại không hề đơn giản. Cho đến nay, các học giả Hàn Quốc và Việt Nam cũng đã đưa ra nhiều ý kiến xoay quanh việc định nghĩa thế nào là từ tượng thanh, từ tượng hình.

Trong Hàn ngữ học, bên cạnh thuật ngữ “từ tượng thanh, từ tượng hình” nói về khái

¹ 채완(1993), 의성어 의태어의 통사와 의미, 새국어생활 3:2, 국립국어연구원. (Chae wan, Ý nghĩa và cú pháp của từ tượng thanh, tượng hình)

² 이기원(2007), 한국어의 의성어와 의태어, 한국문화사. (Lee Ki-won, Từ tượng thanh và tượng hình của tiếng Hàn)

³ Hồ Lê, Vấn đề cấu tạo từ của tiếng Việt hiện đại, NXB KHXH, 1976 [5,168-177]

niệm từ tượng thanh, từ tượng hình, chúng ta có thể bắt gặp rất nhiều thuật ngữ đa dạng khác cùng nghĩa. Ví dụ như “từ mô phỏng”, “từ tượng trưng”, “phó từ tượng trưng”,

Theo từ đại từ điển Quốc ngữ, từ tượng thanh là từ mô phỏng âm thanh của một đồ vật, và từ tượng hình là từ mô phỏng hình dạng hoặc chuyển động của người hoặc đồ vật.

Trong Hàn ngữ học, bên cạnh thuật ngữ “từ tượng thanh, từ tượng hình” nói về khái niệm từ tượng thanh, từ tượng hình, chúng ta có thể bắt gặp rất nhiều thuật ngữ đa dạng khác cùng nghĩa, ví dụ như: từ mô phỏng (Park Dong Geun, 1997), từ tượng trưng (Lee Moon Kyu, 1996), phó từ tượng trưng (Yu Chang Don, 1980),

Shin Jung Jin (1998) đã nhận định rằng “từ tượng thanh, tượng hình” là các từ mô phỏng âm thanh hay dáng điệu, được biểu hiện dưới hình thức ngôn ngữ.

Đơn giản hơn so với Hàn ngữ học, trong Việt ngữ học, các từ dùng để mô phỏng âm thanh của tự nhiên, hay tiếng động của con người, đồ vật phát ra được gọi chung là từ tượng thanh, còn các từ dùng để miêu tả hình dạng, đặc điểm, trạng thái của người và sự vật thì chỉ được gọi chung với thuật ngữ là từ tượng hình

Theo Đinh Văn Đức (1986), trong tiếng Việt, “từ mô phỏng: - xưa nay quen gọi là từ tượng thanh, tượng hình- có ý nghĩa ngữ pháp khái quát là chỉ đặc trưng...Theo đó, các từ mô phỏng trong khi mang ý nghĩa đặc trưng đã có đầy đủ các đặc điểm ngữ pháp của từ loại tính từ trong khả năng kết hợp cũng như trong chức vụ cú pháp”.

Như vậy nói tóm lại, từ tượng thanh được hiểu là nhóm từ mô phỏng âm thanh, tiếng động, tiếng kêu của người và các sự vật. Từ tượng thanh xuất hiện rất nhiều trong cuộc sống. Đó là tiếng nói, tiếng khóc, tiếng cười, tiếng thờ dài, tiếng động cơ, tiếng động vật kêu, ... Từ tượng thanh đảm

nhận chức năng biểu hiện tất cả những âm thanh ấy dưới hình thức ngôn ngữ. Thông qua từ tượng thanh, người ta cũng có thể hình dung được các âm thanh một cách rõ ràng và sinh động.

Ví dụ: Tiếng Hàn: 영영: Miêu tả tiếng khóc

ㅁ뻐: Miêu tả tư thế khẽ cúi, hơi nhúc nhích

Tiếng Việt: Từ tượng thanh miêu tả tiếng chó khóc là: hu hu

Từ tượng hình miêu tả khẽ cúi, hơi nhúc nhích là: gật gù

Khi tìm hiểu về các từ tượng thanh, tượng hình, đặc biệt là ở tiếng Việt, chúng ta sẽ bắt gặp nhiều hơn cả trong các tài liệu viết về từ láy. Láy là một trong nhiều phương thức cấu tạo nên nhóm từ tượng thanh, tượng hình. Đây cũng là một trong những đặc điểm cấu tạo của nhóm từ tượng thanh tiếng Hàn.

Đại bộ phận các từ tượng thanh trong tiếng Hàn đều là các từ cấu tạo theo phương thức láy. Tuy nhiên, không phải từ láy nào cũng mang ý nghĩa tượng thanh và ngược lại, không phải tất cả các từ tượng thanh đều là từ láy. Láy chỉ là một trong các phương thức cấu tạo từ, nhằm biểu đạt ý nghĩa mô phỏng sự vật, hiện thực một cách hiệu quả. Phương thức láy khiến cho ý nghĩa, mức độ biểu đạt của các từ tượng thanh, tượng hình trở nên đa dạng, phong phú hơn. Các từ tượng thanh cấu tạo theo phương thức láy, về hình thức có thể gọi là các từ láy, mang ý nghĩa mô phỏng âm thanh (từ tượng thanh), hay dáng điệu, đặc điểm, trạng thái (từ tượng hình) của người hoặc sự vật.

5. Đặc điểm cấu tạo theo phương thức láy của từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Hàn

Theo Chae Wan (2003) Từ tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Hàn phần lớn được chia thành dạng đơn và dạng láy. Và ông cũng cho rằng trong hai dạng, số lượng từ tượng thanh, từ tượng hình ở dạng láy nhiều hơn so với từ tượng thanh dạng đơn. Sau đây là một số đặc điểm của hai dạng này:

5.1. Dạng đơn

Dạng đơn là từ tượng thanh, từ tượng hình được cấu thành bởi 1 hình vị. Dựa vào số lượng âm tiết, từ tượng thanh, từ tượng hình chia thành các từ như sau:

- Dạng đơn 1 âm tiết (dạng A)
깨, 꺾, 뺨, 켜, 끄, 웨, 테, 헉, 후, 흑, 킁, 피, 허, 빼
- Dạng đơn 2 âm tiết (dạng AB)
가웃, 날름, 납죽, 덜컹, 벌떡, 훌쩍
- Dạng đơn 3 âm tiết (dạng ABC)
방그레, 후루룩, 드르렁,
- Dạng đơn 4 âm tiết (dạng ABCD)
엉거주춤, 시근벌떡, 흘근번쩍(chóp mắt),
할래발딱, 왓자지껄

5.2. Dạng lầy

Dạng láy là từ tượng thanh, từ tượng hình được cấu thành bởi hai hay nhiều hình vị. Căn cứ theo cơ chế láy, tiếng Hàn chia ra thành láy đồng âm (동음반복형), láy gần âm (유음반복형) và láy bộ phận (부분반복형). (Chaewan 2003). Phương thức láy đồng âm có cơ chế tương tự như phương thức láy hoàn toàn.

5.2.1. Láy đồng âm

Láy đồng âm trong tiếng Hàn có từ láy 2 âm tiết (dạng AA) , láy 3 âm tiết (dạng AAA) , láy 4 âm tiết (dạng AABB/ABAB) và láy 6 âm tiết (ABCABC).

- Từ láy 2 âm tiết : (dạng lặp gốc từ có một âm tiết A/ Ký hiệu: dạng AA)

Mỗi từ tượng thanh, tượng hình dạng này bao gồm hai âm tiết, âm tiết thứ hai đứng sau là sự lặp lại hoàn toàn của âm tiết thứ nhất. Hai âm tiết này kết hợp với nhau để tạo thành một từ tượng thanh, hoặc từ tượng hình hoàn chỉnh. Trong nhiều trường hợp, nếu chỉ có một âm tiết đứng độc lập một mình sẽ không đạt được ý nghĩa từ vựng.

Ví dụ: 달달, 쿨쿨, 살살, 슬슬, 펄펄, 탕탕

- Từ láy 3 âm tiết (dạng lặp gốc từ có 1 âm tiết A/ Ký hiệu : dạng AAA)

Ví du : 하하하, 호호호, 히 히 히

- Từ láy 4 âm tiết (dạng lặp gốc từ có hai âm tiết AB/ Ký hiệu: dạng AB AB): mỗi từ tượng thanh, tượng hình dạng này bao gồm bốn âm tiết, trong đó có sự lặp lại hoàn toàn

hai âm tiết đầu tiên (gọi là gốc AB), tạo thành từ mới kết cấu ABAB.

Ví dụ: 병글병글, 썰근썰근, 수군수군, 으앙으앙,
두근두근, 벌컥벌컥

Ngoài ra từ láy 4 âm tiết còn có dạng lặp gốc từ là : AABB

Ví dụ : 지지배배

- Từ lấy 6 âm tiết (dạng lặp gốc từ có ba âm tiết ABC/Ký hiệu: dạng ABC ABC): mỗi từ tượng thanh, tượng hình dạng này bao gồm sáu âm tiết, trong đó có sự lặp lại hoàn toàn của ba âm tiết đầu tiên (gọi là gốc ABC), tạo thành từ mới có kết cấu ABC ABC.

Ví dụ: 까르륵까르륵, 드르렁드르렁, 수군덕수군덕

5.2.2. Lấy gần âm

Láy gần âm là một phần hoặc toàn bộ âm tiết của từ gốc sẽ bị thay đổi, tạo thành những từ láy mới, chỉ giống gốc từ ban đầu một phần nào đó về mặt cấu trúc ngữ âm.

- Thay đổi về mặt nguyên âm

Thay đổi về mặt nguyên âm tức là chỉ có nguyên âm của âm tiết đầu tiên trong gốc từ lấy bị thay đổi. Ta có các dạng ABA'B và ABCA'BC.

Ví dụ: 는실난실, 싱숭생숭, 티격태격, 물끄럼말끄럼,
흥이야항이야

- Thay đổi về mặt phụ âm

Thay đổi về mặt phụ âm là chỉ có phụ âm của âm tiết đầu tiên trong gốc từ lấy bị thay đổi. Ta có các dạng ABA'B và ABCA'BC

Ví dụ : 아기자기, 알뜰살뜰, 오순도순, 울긋불긋,
누르락푸르락, 물끄럼말끄럼

- Thay đổi về mặt âm tiết

Thay đổi về mặt âm tiết không phải chỉ là biến đổi một nguyên âm hay một phụ âm đầu mà là biến đổi toàn bộ âm tiết. Ta có các dạng ABCB, ABCDBC và ABCDEBCD

안달복달, 흥청망청, 허겁지겁, 시난고난, 곤드레만드레,
밀치락달치락, 이리뒤적저리뒤적, 앞서거니뒤서거니.

5.2.3. Lấy bộ phận

Lấy bộ phận là không phải là lấy toàn bộ âm tiết mà là thay đổi một phần hình thức của âm tiết. Các âm tiết đứng sau có lặp lại một phần nào đó (nguyên âm, phụ âm đầu, âm tiết) của âm tiết đứng trước. Theo Park

Young Duk (1988) thì lấy bộ phận được chia thành 어두반복, 어중반복, 어말반복. Từ tượng thanh, tượng hình liên quan đến con người chủ yếu là 어중반복 và 어말반복.

- 어중반복 - Loại lấy mà 1 phần của nguyên âm được lấy lại

Ví dụ : 까르륵- từ tượng thanh 3 âm tiết, miêu tả tiếng cười khanh khách. Nguyên âm 으 ở 2 âm tiết cuối được lấy lại.

- 어말 반복형 - Loại lấy mà âm tiết thứ hai của từ được lấy lại nguyên vẹn, cả về âm đầu lẫn nguyên âm.

Ví dụ: 오호호 - từ tượng thanh 3 âm tiết, miêu tả tiếng cười hi hi, ha ha. Ở đây âm tiết thứ 2 “호” được lấy lại hoàn toàn.

Hay tương tự một số từ khác như : 애해해, 에헤헤, 아하하, 어허허, 우후후, 으호호, 이히히, 까르르.

6. Đặc điểm cấu tạo theo phương thức lấy của từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Việt

Trong cả tiếng Hàn và tiếng Việt, đặc trưng nổi bật nhất của các từ tượng thanh, tượng hình so với các từ vựng khác đó là phần nhiều có cấu tạo theo phương thức lấy. Phương thức lấy khiến cho ý nghĩa, mức độ biểu đạt của các từ tượng thanh, tượng hình trở nên đa dạng, phong phú hơn. Và cũng tương tự như tiếng Hàn, từ tượng thanh tượng hình trong tiếng Việt cũng chia thành dạng đơn và dạng lấy.

6.1 Dạng đơn

Trong tiếng Việt, từ tượng thanh tượng hình dạng đơn có dạng 1 âm tiết đến 4 âm tiết. Tuy nhiên đối với những từ tượng thanh, tượng hình liên quan đến con người có 2 dạng sau tiêu biểu sau:

- Dạng đơn 1 âm tiết (Dạng A)

Ví dụ : bốp , ụych

- Dạng đơn 2 âm tiết:

Ví dụ : áp úng

6.2 . Dạng lấy

Theo Nguyễn Tài Cẩn (1996), phương thức lấy tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Việt có thể được chia thành các hình thức lấy hai âm tiết, ba âm tiết và bốn âm

tiết tùy theo số lượng âm tiết. Trong đó, dạng lấy hai âm tiết là hình thức tiêu biểu của từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Việt và có số lượng nhiều nhất.

Hoàng Văn Hành (1985) có chia từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Việt thành lấy 2 âm tiết, lấy 3 âm tiết, lấy 4 âm tiết và trong số đó lấy 2 âm tiết lại chia thành lấy toàn bộ và lấy bộ phận. Lấy 2 âm tiết chứa số lượng từ nhiều và đa dạng nhất.

Nguyễn Ngọc Nhung(2012) cho rằng các yếu tố cấu tạo nên âm tiết bao gồm âm đầu, vần và thanh điệu và cấu tạo theo phương thức lấy của từ tượng thanh, tượng hình cũng được chia thành lấy hoàn toàn và lấy bộ phận. Trong lấy hoàn toàn thì có lấy đồng âm và gần âm. Trong lấy bộ phận thì có lấy âm và lấy vần.

Hà Thị Kim Loan(2015) cũng đã chỉ ra phương thức lấy từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Việt chia thành lấy hoàn toàn và lấy bộ phận như trong tiếng Hàn.

6.2.1. Lấy đồng âm:

Lấy đồng âm trong tiếng Việt có các dạng lấy như sau:

Lấy đôi (kí hiệu dạng AA) : ha ha , hô hô, hu hu , hi hi , lù lù, trôn trôn

Lấy 3 (kí hiệu dạng AAA): ha ha ha, hu hu hu, hi hi hi

Lấy 4 (kí hiệu dạng AABB): chập chập cheng cheng, cười cười nói nói, vội vội vàng vàng, hùng hùng hổ hổ, lằm lằm lì lì.

Trường hợp lấy 4 tiết này có 2 âm tiết được lặp lại.

6.2.2. Lấy gần âm

Trong tiếng Việt, lấy gần âm khác với lấy đồng âm là do có sự thay đổi ở thanh điệu. Lốp từ lấy hoàn toàn đổi nhau ở thanh điệu. Nguyên tắc đổi nhau ở thanh điệu đây là : thanh bằng đổi với thanh trắc trong mỗi nhóm cùng âm vực, và bằng trước , trắc đứng sau.⁴ Dưới đây là bảng quy luật thanh bằng- trắc của tiếng Việt:

⁴ Lê Đình Tư (2010) - Ngữ âm tiếng Việt

Âm vực	Bằng	Trắc	
Bổng	Thanh ngang	Thanh hỏi	Thanh sắc
Trầm	Thanh huyền	Thanh ngã	Thanh nặng

Ví dụ: hù hù, sù sù, chằm chằm, nhem nhem, oai oái

Ở ví dụ trên, từ tượng thanh trong tiếng Việt được lập theo luật bằng- trắc và có thể biết được láy gần âm của từ tượng thanh được tạo thành. Các từ “hù”, “sù”, “chằm”, “nhem” “oai” đều là các từ có thanh bằng, ngược lại các từ “hù”, “sù”, “chằm”, “nhem” “oái” là các từ có thanh trắc. Như vậy ở đặc điểm này thì từ tượng thanh được tạo thành bởi phương thức láy gần âm trong tiếng Việt khác với tiếng Hàn là luôn tuân theo nguyên tắc đối nhau ở thanh điệu.

6.2.3. Láy bộ phận

Láy bộ phận của từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Việt cũng tương tự như tiếng Hàn, đó là bao gồm láy phụ âm đầu và láy vần.

- Láy phụ âm đầu

Từ láy 2 tiếng (dạng AB): thất thểu, buồn bã, chập chững, thút thít, tập tễnh, bập bẹ, bôm bốp, sằng sặc...

Từ láy 4 tiếng (dạng ACAB): phì phà phì phò, hì hà hì hục, xì xà xì xụp, hỗn hà hỗn hển, áp a áp úng

Từ láy ba và bốn tiếng được cấu tạo thông qua cơ chế cấu tạo từ láy hai tiếng. Tuy vậy, từ tượng thanh tượng hình liên quan đến con người chủ yếu ở dạng láy 2 tiếng và láy 4 tiếng.

- Láy vần

Theo Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Ngộ, Hoàng Trọng Phiến (1997) thì láy vần là lớp từ láy (điệp) phần vần, đối ở âm đầu.

Ví dụ : léo nhéo, lom khom, lòng không, cầu nhàu, hấp tấp, co ro

Gần nửa số lượng từ láy vần có âm đầu của tiếng thứ nhất là âm l và chữ 1 tiếng còn rõ nghĩa. Tuy vậy, vẫn còn không ít từ mà cả

hai tiếng đều không rõ nghĩa. Ví dụ: hấp tấp, lắc các,..⁵¹

7. Đối chiếu đặc điểm cấu tạo theo phương thức láy của từ tượng thanh trong tiếng Hàn và tiếng Việt (trọng tâm là các từ liên quan đến con người)

7.1. Điểm tương đồng

- Đặc điểm cấu tạo theo phương thức láy của từ tượng thanh trong tiếng Hàn và tiếng Việt đều được chia thành phương thức láy hoàn toàn và phương thức láy bộ phận. Phương thức láy hoàn toàn (bao gồm cả đồng âm) đều có các dạng như AA, AAA (kí hiệu lặp gốc từ).

Ví dụ dạng AA:

Tiếng Hàn : 달달(Hình ảnh cơ thể run rẩy liên tục do lạnh hay sợ hãi), 쿵쿵(tiếng thò do ngủ sâu), 슬슬(hình ảnh rón rén)

Tiếng Việt: hi hi , ha ha , hu hu

Ví dụ dạng AAA:

Tiếng Hàn: 하하하 (tiếng cười ha ha), 팔팔팔 (hình ảnh nước mắt lăn nhanh)

Tiếng Việt : ha ha ha , hu hu hu , hi hi hi

- Thứ hai, phương pháp lặp lại các từ cơ bản để tạo thành một từ mới trong cả hai ngôn ngữ là tương tự nhau. Ví dụ, để hình thành kiểu lặp hai âm tiết (dạng AA), phương pháp lặp từ cơ bản, dạng đơn một âm tiết (dạng A) được sử dụng. Điều này cũng được sử dụng cho các dạng ABAB trong tiếng Hàn, còn trong tiếng Việt là những từ tượng thanh, tượng hình có phương thức láy phụ âm đầu và láy vần.

Ví dụ: trong tiếng Hàn: 으앙으앙(tiếng khóc oe oe), 두근두근(thỉnh thích),수군수군(một cách rì rầm)

Tiếng Việt: chằm chằm, cuống cuống

⁵ Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Ngộ, Hoàng Trọng Phiến, Cơ sở ngôn ngữ học và tiếng Việt (Tr 148).

7.2. Điểm khác biệt

- So với từ tượng thanh trong tiếng Việt thì số lượng từ tượng thanh trong tiếng Hàn nhiều và phong phú hơn, mức độ sử dụng cũng đa dạng hơn.

- Phương thức lấy bộ phận trong tiếng Hàn và tiếng Việt khác nhau. Ví dụ cùng là AB thì trong tiếng Hàn chủ yếu được lấy dạng ABAB, còn tiếng Việt dùng nhiều dạng lấy ACAB hơn.

Ví dụ, tiếng Hàn: 개굴개굴, 파삭파삭, 피꿀피꿀

Tiếng Việt: Rú ra rú rít, khập khà khập khiễng

- Trường hợp lấy gần âm: Trong tiếng Hàn có biến đổi từ phụ âm thường sang phụ âm căng và phụ âm thường sang âm bật hơi. Tuy nhiên trong các từ tượng thanh trong tiếng Việt không có sự biến đổi này mà chỉ có thêm âm, bớt âm.

새근새근 → 켜근켄근: Ngáy khe khẽ (tiếng thở nhẹ khi ngủ say, thường nói về tiếng thở của trẻ con.)

동동 → 통통: giẫm chân bình bịch, từng từng,
바삭바삭 → 파삭파삭: tiếng nhai đồ ăn khô, giòn tan.

- Khác với từ tượng thanh trong tiếng Hàn, từ tượng thanh trong tiếng Việt không chỉ lấy về âm, vần mà còn có sự kết hợp cùng thanh điệu và tuân theo nguyên tắc đối nhau, thanh bằng đối với thanh trắc trong mỗi nhóm cùng âm vực, và bằng trước, trắc đứng sau.

8. Lời kết

Tiếng Hàn Quốc là một ngôn ngữ có những biểu hiện ngữ pháp phong phú và đa dạng. Điều này đã tạo ra những thuận lợi cho người sử dụng có thể linh hoạt hơn trong việc vận dụng nó để biểu đạt ý muốn kiến của mình. Tuy nhiên cũng chính những biểu hiện phong phú ấy khiến cho người học dễ bị nhầm lẫn khi sử dụng. Song nếu nắm rõ được những đặc điểm cơ bản của chúng, ta sẽ thấy chúng thật dễ dàng.

Bài nghiên cứu đã chỉ ra đặc điểm hình thái, trong đó đặc biệt đi sâu vào phương thức lấy của từ tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt với trọng tâm là các từ liên quan đến con người. Mặc dù còn hạn chế là mới chỉ đề cập đến những từ tượng thanh, tượng hình liên quan đến con người và cũng không xem xét các từ tượng thanh, tượng hình được sử dụng như thế nào hay có ảnh hưởng đến đời sống ngôn ngữ thực tế như thế nào. Tuy nhiên thông qua bài nghiên cứu này, hy vọng người học là người Việt có thể hiểu rõ hơn về đặc điểm cũng như cách sử dụng từ tượng thanh trong tiếng Hàn, đồng thời nắm được sự giống nhau và khác nhau trong cách dùng từ tượng thanh của tiếng Hàn và tiếng Việt để qua đó làm phong phú thêm lượng từ vựng, tăng khả năng biểu đạt, làm cho lời nói tiếng Hàn cũng được chau chuốt hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Hữu Châu (2007), *Từ vựng ngữ nghĩa tiếng Việt*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội.
2. Hà Thị Kim Loan (2015)- 한국어와 베트남어의 의성어 대조연구 - 서울여자대 석사논문 (Nghiên cứu đối chiếu từ tượng thanh và tượng hình giữa tiếng Hàn và tiếng Việt)
3. Hoàng Thiên Thanh (2015) “Đối chiếu từ tượng thanh, từ tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt”.
4. Hoàng Văn Hành (1998), từ tiếng Việt, Nxb KHXH.
5. Hồ Lê (1976), *Vấn đề cấu tạo từ của tiếng Việt hiện đại*, Nxb KHXH.
6. Lê Đình Tư (2010) - Ngữ âm tiếng Việt
7. Mai Ngọc Chừ; Vũ Đức Nghiệu & Hoàng Trọng Phiến. *Cơ sở ngôn ngữ học và tiếng Việt*. Nxb Giáo dục, H., 1997.
8. Nguyễn Ngọc Nhung (2012) - 한국어와 베트남어의 의성어·의태어 대조연구 . 경희대 석사논문. (Nghiên cứu đối chiếu từ tượng thanh, tượng hình trong tiếng Hàn và tiếng Việt)

9. Phạm Tiến Long (2019) “한국어와 베트남어 의성어·의태어의 대조 - 사람에 관한 것을 대상으로”. 경희대 석사논문 (Đối chiếu từ tượng thanh và tượng hình của tiếng Hàn và tiếng Việt - Trọng tâm vào các từ chỉ con người)
10. 이기원(2007), 한국어의 의성어와 의태어, 한국문화사. (Lee Ki-won, Từ tượng thanh và tượng hình của tiếng Hàn)
11. 채완(1993), 의성어 의태어의 통사와 의미, 새국어생활 3:2, 국립국어연구원. (Chae wan, Ý nghĩa và cú pháp của từ tượng thanh, tượng hình)

Abstract

Onomatopoeia and onomatopoeic word are abundant topic. This study

focuses on understanding the concept and analyzing the method of compounding in the structure of onomatopoeic words and ideograms in Korean (the focus is on words only related to people), thereby comparing with Korean language. Vietnam. Learners can see similarities and differences in the structure of the two languages, and at the same time know how to effectively use onomatopoeia and ideograms in learning and research.

Keywords: onomatopoeia, onomatopoeic word, people

NGHIÊN CỨU PHÂN TÍCH LỖI SAI KHI SỬ DỤNG PHÉP KÍNH NGŨ TRONG TIẾNG HÀN CỦA SINH VIÊN NĂM 3 KHOA NGÔN NGỮ VÀ VĂN HÓA HÀN QUỐC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ, ĐẠI HỌC HUẾ

**Đỗ Thị Kiều Diễm,
Lê Anh Phương***

Tóm tắt

Dựa vào quan điểm về nguyên nhân phạm lỗi sử dụng ngoại ngữ của Corder (1971), thông qua phương pháp định tính, mô tả, đối chiếu kết hợp thủ pháp thống kê kết quả khảo sát và phỏng vấn chuyên sâu, bài báo đã xác định và phân tích lỗi đồng thời khái quát nguyên nhân phạm lỗi sử dụng biểu thức kính ngữ ngữ pháp của 68 sinh viên Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế học tiếng Hàn trình độ trung - cao cấp. Phương pháp đối chiếu mẫu trong nguồn ngữ liệu thu được trong quá trình khảo sát với mẫu câu do người Hàn sử dụng được minh họa trong các nghiên cứu trước được sử dụng để mô tả và nhận diện lỗi sử dụng của đối tượng khảo sát. Ngoài ra, tác giả bài báo cũng tiến hành phân tích các lỗi sai để tìm ra nguyên nhân phạm lỗi sử dụng kính ngữ tiếng Hàn của các đối tượng khảo sát. Qua đó tác giả bài báo đã có một số đề xuất giúp các nhà nghiên cứu Sư phạm Hàn, người học, người dạy và người biên soạn chương trình học/ giáo trình có những phương án nghiên cứu, dạy - học và biên soạn giáo trình phù hợp hơn, giúp người học hiểu và sử dụng đúng kính ngữ trong tiếng Hàn.

Từ khóa: dạy tiếng Hàn, kính ngữ, lỗi kính ngữ, giảng dạy kính ngữ

I. Mở đầu

1.1. Mục đích và ý nghĩa nghiên cứu

Trong vài năm trở lại đây, số người Việt Nam quan tâm và tìm hiểu về Hàn Quốc và ngôn ngữ Hàn Quốc ngày càng tăng. Tuy nhiên, trên thực tế, người học gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình học tiếng Hàn, và lỗi thường gặp nhất trong số đó là việc sử dụng kính ngữ tiếng Hàn. Mặc dù tiếng Việt cũng có các phương tiện ngôn ngữ thể hiện sự kính trọng, lễ phép, lịch sử như kính ngữ trong tiếng Hàn Quốc, nhưng trên thực tế, chưa nói đến việc sử dụng chúng một cách thành thạo, người học tiếng Hàn tại Việt Nam gặp nhiều khó khăn ngay từ việc nhận biết chính xác các biểu thức kính ngữ, bởi vì các phương thức sử dụng kính ngữ của tiếng Hàn đa dạng và phức tạp hơn nhiều so với tiếng Việt.

Với mục đích giúp cho người học tiếng Hàn tại Việt Nam có thể hiểu và sử dụng kính ngữ tiếng Hàn đúng và hiệu quả, thông qua khảo sát lấy đối tượng là sinh viên năm 3 Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế, bài báo sẽ xác định và phân tích các lỗi kính ngữ ngữ pháp và từ vựng đồng thời khái quát nguyên nhân phạm lỗi sử dụng kính ngữ thường mắc phải của người học tiếng Hàn tại Việt Nam. Đồng thời, bài báo sẽ đưa ra một số gợi ý trong việc biên soạn, phân bổ nội dung kính ngữ trong giáo trình tiếng Hàn cho người nước ngoài một cách hợp lý và hiệu quả hơn.

* Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế

1.2. Lịch sử nghiên cứu

Kính ngữ trong tiếng Hàn là đề tài đã được nghiên cứu rất nhiều. Tuy nhiên, trong khuôn khổ nghiên cứu này, chúng tôi chỉ điểm qua một vài nghiên cứu quan trọng, có giá trị nền tảng hoặc liên quan đến phạm vi nghiên cứu của bài báo.

Theo Lee Jeongbok (2011, tr. 28), phép kính ngữ là “phương thức sử dụng hình thức ngôn ngữ để thể hiện sự kính trọng, đề cao hoặc không kính trọng, đề cao người khác”.

Tùy vào quan điểm cá nhân của các nhà nghiên cứu, thuật ngữ ‘Kính ngữ’ được thể hiện dưới nhiều tên gọi như ‘Kyeonggeopeop - Kính ngữ pháp’, ‘Jondaepeop - Tôn đãi pháp’, ‘Daewoopeop - Đãi ngộ pháp’, ‘Jonkyeongpeop - Tôn kính pháp’... (Phạm Thị Ngọc, 2018: 11).

Nam Gisim & Ko Younggeun (1985) đã chia các trường hợp kính ngữ thành 3 loại cụ thể để gọi tên từng loại kính ngữ: phép kính ngữ cho người nghe là ‘Jonbipeop’/ ‘Kongsonpeop’; phép kính ngữ cho chủ thể là ‘Jonkyeongpeop’; phép kính ngữ cho khách thể hoặc tự hạ thấp bản thân là ‘Kyeomsonpeop - Khiêm tốn pháp’, ‘Kyeomyangpeop - Khiêm nhường pháp’. Tuy nhiên, một số nhà nghiên cứu gọi tất cả các phương pháp trên là phép kính ngữ (‘Kyeonggeopeop - Kính ngữ pháp’, ‘Jondaepeop - Tôn đãi pháp’, ‘Daewoopeop - Đãi ngộ pháp’) (dẫn theo Phan Hoàng My Thương, 2018, tr. 292).

Lee Jeongbok (2011, tr. 28-50) đã đề cập và thảo luận một cách có hệ thống và khá chi tiết về các chức năng chính của kính ngữ tiếng Hàn. Theo đó, ba chức năng chính của phép kính ngữ tiếng Hàn được khái quát là (1) “chức năng cư xử đúng mực trong mối quan hệ vai vế thứ bậc”; (2) “chức năng thể hiện thái độ lịch sự” và (3) “chức năng điều chỉnh mối quan hệ đối nhân xử thế”. Khi bàn về kính ngữ tiếng Hàn và các phương tiện thể hiện tương đương trong

tiếng Việt, Phạm Thị Ngọc (2018) đã có cách phân chia chức năng của kính ngữ với cái nhìn rộng hơn. Theo tác giả, chức năng của kính ngữ là “(1) Chỉ ra mối quan hệ xã hội trên dưới giữa các vai giao tiếp xuất hiện trong phát ngôn, (2) Thể hiện mức độ tương thân trong mối quan hệ thân sơ giữa các nhân vật xuất hiện trong phát ngôn, (3) Bộc lộ phẩm chất, trình độ văn hóa và nhân cách của vai phát ngôn và (4) Thể hiện mục đích, ý định, chiến lược giao tiếp của vai phát ngôn nhằm hướng tới hiệu quả cuối cùng của giao tiếp” (tr. 20).

Ngoài các nghiên cứu về hệ thống kính ngữ tiếng Hàn, các nghiên cứu phân tích lỗi sử dụng kính ngữ tiếng Hàn của người học nước ngoài cũng được nghiên cứu khá nhiều. Đặc biệt, Oh Sangun (2014) đã so sánh và phân tích lỗi kính ngữ tiếng Hàn giữa người Trung Quốc học tiếng Hàn ở Trung Quốc và lưu học sinh Trung Quốc sống ở Hàn Quốc. Theo kết quả nghiên cứu, so với lưu học sinh ở Hàn Quốc, người học tiếng Hàn tại Trung Quốc có tần suất sử dụng kính ngữ tiếng Hàn ít hơn hẳn và tần suất phạm lỗi lớn hơn, lỗi kính ngữ cũng đa dạng hơn; trong số đó, loại lỗi kính ngữ phổ biến nhất là sử dụng các biểu hiện kính ngữ từ vựng thể hiện sự kính trọng chủ thể và khách thể không phù hợp hoàn cảnh giao tiếp do thiếu sót kiến thức về phép kính ngữ từ vựng tiếng Hàn. Lưu học sinh ở Hàn Quốc thì tần suất sử dụng kính ngữ cao hơn cũng như tần suất phạm lỗi thấp hơn, chủ yếu mắc nhiều lỗi sai về đuôi kết thúc, tiêu từ chủ cách và phép lược bỏ kính ngữ. Đồng thời, tác giả đã nhấn mạnh rằng, “giải thích một cách rõ ràng về ngữ pháp là bước cơ bản và quan trọng nhất trong việc dạy kính ngữ cho người nước ngoài, nhằm giúp người học hiểu và sử dụng đúng kính ngữ tiếng Hàn” (tr. 75).

Phan Hoàng My Thương (2018) đã phân tích và nghiên cứu lỗi kính ngữ tiếng

Hàn của sinh viên Việt Nam học tiếng Hàn tại khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế và đưa ra kết luận “Người học Việt Nam mắc cả lỗi từ vựng và lỗi ngữ pháp khi sử dụng phép kính ngữ trong tiếng Hàn... và nguyên nhân mắc lỗi là (1) tiếng Hàn và tiếng Việt có hệ thống hình thành kính ngữ khác nhau, (2) văn hóa Hàn Quốc và Việt Nam khác nhau, (3) người học tiếng Hàn tại Việt Nam thiếu nhận thức, hiểu biết về

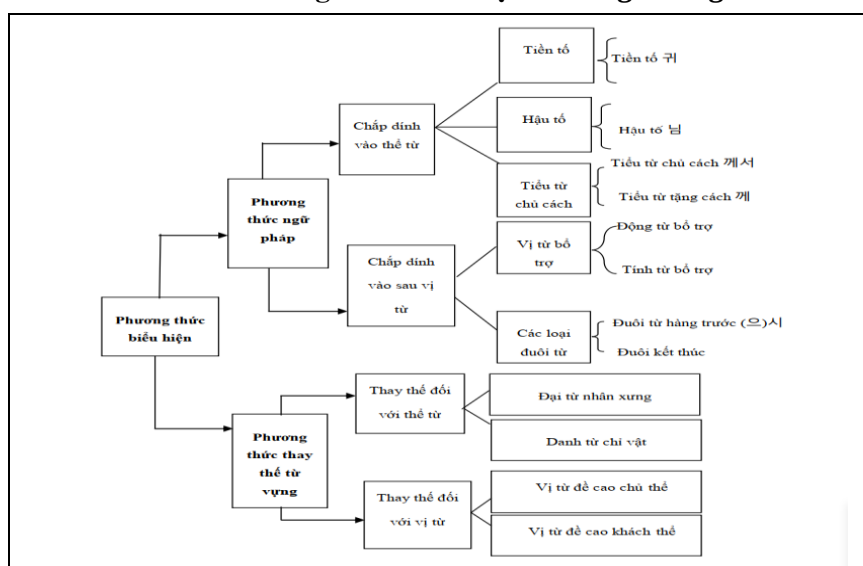
khái niệm, các loại hình, đặc điểm... của kính ngữ tiếng Hàn, (4) kỹ năng và phương pháp giảng dạy kính ngữ tiếng Hàn của giảng viên còn hạn chế” (tr. 325).

II. Cơ sở lý luận

2.1. Phương thức biểu hiện kính ngữ tiếng Hàn

Phạm Thị Ngọc (2018, tr. 45) đã chia phương thức biểu hiện kính ngữ tiếng Hàn ra làm 2 loại lớn: phương thức ngữ pháp và phương thức thay thế từ vựng.

<Hình 1> Phương thức biểu hiện kính ngữ tiếng Hàn



Theo Phan Hoàng My Thương (2018, tr. 297), kính ngữ trong tiếng Hàn được sử dụng trong cả văn viết và văn nói, tuy nhiên kính ngữ trong văn nói được biểu hiện phức tạp hơn nhiều so với trong văn viết do chịu ảnh hưởng của đồng thời nhiều yếu tố giao tiếp như quan hệ xã hội và quan hệ thân sơ giữa người nói, người nghe và chủ thể/ khách thể, địa điểm và hoàn cảnh giao tiếp...

2.2. Những trường hợp đặc biệt của kính ngữ tiếng Hàn

Kính ngữ tiếng Hàn được chia thành phương thức kính ngữ cho chủ thể, phương thức kính ngữ cho người nghe và phương thức kính ngữ cho khách thể. Kính ngữ chủ

thể là phương thức sử dụng ngôn ngữ để thể hiện sự đề cao/ đối xử ngang hàng hay hạ thấp của người nói dành cho chủ thể của câu; kính ngữ người nghe là phương thức sử dụng ngôn ngữ để thể hiện sự đề cao/ đối xử ngang hàng hay hạ thấp của người nói dành cho người nghe; kính ngữ khách thể là phương thức sử dụng ngôn ngữ để thể hiện sự đề cao/ đối xử ngang hàng hay hạ thấp của người nói dành cho khách thể của câu (Lee Juhaeng, 2011, tr. 294-309).

Một số trường hợp cần lưu ý khi sử dụng kính ngữ được Seong Gicheol (1985), Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc (2005), Lee Juhaeng (2011) và Lim Hobin (2010) nhấn mạnh như sau:

Trong trường hợp chủ thể có vị thế cao hơn người nói và là đối tượng cần phải được đề cao, nhưng nếu người nghe có vị thế cao hơn chủ thể của câu thì người nói cũng không cần sử dụng kính ngữ cho chủ thể (ví dụ 1a). Phương thức kính ngữ này được gọi là Apjonpeop (Áp tôn pháp 壓尊法). Tuy nhiên, thực tế sử dụng kính ngữ trong xã hội hiện nay, hầu hết giới trẻ Hàn Quốc đều không sử dụng áp tôn. Vì vậy trong cuốn *Luật tiêu chuẩn hóa Quốc ngữ* đã có ghi rõ, ngay cả khi chủ thể thấp hơn người nghe, chỉ cần chủ thể là đối tượng cần được đề cao đối với người nói thì việc sử dụng kính ngữ chủ thể vẫn được cho phép (ví dụ 1b). Ví dụ (1a) và (1b) dưới đây được trích từ “Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc” (2005, tr. 218)

- (1) a. 할아버지, 아버지는 아직 안 들어왔습니다.
b. 할아버지, 아버지는 아직 안 들어오셨습니다.

Ngoài ra, Seong Ki-cheol (1985) cho rằng một yếu tố khác liên quan đến việc xác định đề cao hay không đề cao chủ thể hoặc khách thể trong câu là mối quan hệ của bên thứ ba đó với người nói hoặc người nghe. Nếu bên thứ ba là đối tượng liên quan đến người nghe (청자권: 聽者圈) thì việc đề cao hay không đề cao phụ thuộc vào mối quan hệ đề cao hay không đề cao của người nói dành cho người nghe; nếu bên thứ ba là đối tượng liên quan đến người nói (화자권: 話者圈) thì việc đề cao hay không đề cao phụ thuộc vào mối quan hệ đề cao hay không đề cao của người nói dành cho bên thứ 3. Theo đó, bên thứ 3 liên quan đến người nghe luôn nhận được sự đề cao cao hơn so với vốn dĩ (ví dụ 2a), bên thứ 3 liên quan đến người nói thường được đề cao thấp hơn vốn dĩ (ví dụ 2b). Ví dụ (2a) được trích từ Seong Gicheol (1985, tr. 20-21; dẫn theo Lee Juhaeng, 2011, tr. 293), ví dụ 2b được trích dẫn từ Lim Hobin (2010).

- (2) a. 선생님의 자제분께서 대학에 합격했습니까?
b. 박사님, 제 선배는 교수예요.

Ngay cả khi chủ đề là đối tượng đáng được đề cao nhưng nếu là trong hoàn cảnh biểu hiện yêu cầu sự khách quan, ví dụ sách giáo khoa, để truyền tải thông tin thì phép biểu hiện kính ngữ chủ đề vẫn không được sử dụng; ví dụ như “대통령이 미국을 방문한다” (Lim Hobin, 2010, tr. 143).

Những bộ phận cơ thể hay các sở hữu cá nhân liên quan đến đối tượng cần đề cao cũng cần sử dụng phép kính ngữ gián tiếp bằng phương thức kết hợp đuôi từ hàng trước thể hiện kính ngữ ‘-(으)시-’; ví dụ như “선생님께서서는 얼굴이 예쁘십니다” hay “차가 없으셔서 불편하시겠습니다” (Lim Hobin, 2010, tr. 143).

Kính ngữ chủ thể cũng liên quan mật thiết đến người nghe. Nếu chủ thể có vị thế cao hơn người nghe thì cho dù người nói cao hơn chủ thể được nhắc đến tới đâu đi nữa, phép kính ngữ chủ thể vẫn có thể được sử dụng. Nhận định này cùng ví dụ 3a và 3b dưới đây được trích từ Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc (2005, tr. 219)

- (3) a. (부장이 대리에게 말하는 상황) 긴 대리, 김 과장 들어왔어요?
b. (부장이 대리에게 말하는 상황) 긴 대리, 김 과장님 들어오셨어요?

Ngoài ra, một số lưu ý khi sử dụng phương thức thay thế từ vựng để biểu hiện ý nghĩa đề cao/ hạ thấp cũng được các nhà nghiên cứu nhấn mạnh. Đặc biệt, ‘말씀’ vừa có thể mang ý nghĩa đề cao ‘lời nói’ của chủ thể nhưng cũng có thể mang ý nghĩa khiêm nhường, hạ thấp ‘lời nói’ của bản thân người nói. Các từ vựng đặc thù như ‘저/저희’ cũng thể hiện sự khiêm tốn/ khiêm nhường tương tự. Nhận định trên và ví dụ 4a và 4b dưới đây trích từ Lim Hobin (2010, tr. 150).

- (4) a. 선생님이 그렇게 말씀하셨습니다.
b. 제 말씀은 그것이 아닙니다.

Khi ‘있다’ thể hiện ý nghĩa ‘sở hữu’ hoặc ‘tồn tại’ thì phương tiện từ vựng thể hiện kính ngữ của nó là từ vựng thể hiện kính ngữ gián tiếp “있으시다” như trong

“선생님께서는 자동차가 있으십니다” hoặc “할아버지, 손자가 있으십니까?”; khi ‘있다’ thể hiện ý nghĩa ‘hiện diện’ hoặc ‘ở’ thì phương tiện từ vựng thể hiện kính ngữ của nó là từ vựng thể hiện kính ngữ trực tiếp ‘계시다’ như trong “선생님께서는 지금 교실에 계십니다” (Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc, 2005, tr. 217).

‘아프다’ cũng có 2 biểu hiện kính ngữ: kính ngữ gián tiếp khi chủ thể bị đau là một phần/một bộ phận cơ thể của đối tượng cần đề cao như trong “아버지, 팔이 아프세요?” và kính ngữ trực tiếp khi chủ thể bị đau là đối tượng cần đề cao như trong “할머니께서 많이 편찮으십니다” (Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc, 2005, tr. 217).

2.3. Lỗi ngoại ngữ

Theo thuyết học tập hành vi của ngôn ngữ, học ngôn ngữ là sự hình thành của thói quen và lỗi ngoại ngữ là do những thói quen đã hình thành từ tiếng mẹ đẻ: những hành vi này can thiệp vào quá trình hình thành thói quen trong sử dụng ngoại ngữ (Qiyun Zhang, 2010; dẫn theo Wood, 2017, tr. 6). Tuy nhiên Touchie (1986, tr. 77) nhận định rằng, có hai nguồn lỗi chính trong học ngoại ngữ: (1) nhiễu từ tiếng mẹ đẻ dẫn đến lỗi liên ngôn ngữ (interlingual errors/ transfer errors/ interference errors) và (2) các yếu tố nội tại và phát triển ngoại ngữ dẫn đến lỗi (intralingual and developmental errors).

Liên quan đến khái niệm lỗi ngoại ngữ, Corder (1971) phân biệt ba loại lỗi ngoại ngữ: (1) Lỗi do thiếu kiến thức ngoại ngữ, (2) Lỗi do không biết cách áp dụng kiến thức ngoại ngữ đúng cách, (3) Lỗi do không chú ý để áp dụng đúng kiến thức ngoại ngữ (dẫn theo Wood, 2017, tr. 4-5). Tuy nhiên, lỗi ngoại ngữ, dù là do nguyên nhân gì, thì cũng đều dẫn đến một hệ quả giống nhau: sử dụng và hiện thực hóa các biểu thức từ vựng hoặc ngữ pháp ngoại ngữ sai/ khác so với tiêu chuẩn và cách dùng thông thường của người bản ngữ.

III. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng của nghiên cứu này là lỗi sử dụng kính ngữ tiếng Hàn của người học tiếng Hàn tại Việt Nam. Đối tượng khảo sát là sinh viên năm 3 Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế - người học có trình độ tiếng Hàn trung - cao cấp đủ năng lực hiểu và sử dụng thành thạo phần nào phép kính ngữ trong tiếng Hàn.

3.2. Phương tiện nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng Google Form để xác định và phân tích các lỗi sử dụng kính ngữ. Tất cả các câu hỏi trong bảng câu hỏi được lấy từ Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc (2005), Lee Juhaeng (2011) và Lim Hobin (2010). Ngoài ra, các cuộc phỏng vấn chuyên sâu cũng được thực hiện với đối tượng là hai sinh viên ngẫu nhiên tham gia khảo sát trên Google Form đầu tiên và cuối cùng theo thứ tự nhằm tìm hiểu sâu hơn về những khó khăn hoặc trở ngại trong việc học và sử dụng kính ngữ tiếng Hàn. Cuộc phỏng vấn chuyên sâu được thực hiện trên Google Meet trong khoảng 20 phút cho đối tượng phỏng vấn.

3.3. Phạm vi nghiên cứu

Mặc dù lỗi ngoại ngữ liên quan đến tất cả các thành phần ngôn ngữ: âm vị học, hình thái học, từ vựng và cú pháp; tuy nhiên trong khuôn khổ phạm vi nghiên cứu, chúng tôi chỉ tìm hiểu và khái quát các loại lỗi kính ngữ về mặt ngữ pháp và một phần lỗi từ vựng; các lỗi kính ngữ liên quan đến âm vị học, hình thái học và phần lớn lỗi kính ngữ từ vựng sẽ không được đề cập.

IV. Kết luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Với câu hỏi “Bạn bắt đầu học kính ngữ tiếng Hàn từ năm mấy, học kì mấy?” (여러분은 몇 학년 몇 학기부터 한국어 경어법을 배우기 시작했습니까?), có 54.4% đối tượng khảo sát trả lời là từ học kì 2 năm 1; 27.9% trả lời là từ học kì 1 năm 1. Thực tế thì sinh viên đã được học các hậu tố kính ngữ ‘님’ hay đuôi

kết thúc ‘-아/어요’, ‘-(스)니다’ và các biểu hiện khiêm tốn như ‘저’, ‘제’ từ học kì 1 năm 1, cụ thể hơn là ngay sau khi làm quen với bảng chữ cái Hàn Quốc. Từ đó, có thể thấy rằng, cùng là sinh viên năm 3 sử dụng chung một giáo trình tiếng Hàn như nhau nhưng nhận thức của sinh viên về thời điểm bắt đầu học kính ngữ tiếng Hàn là khác nhau. Đây có thể được xem là căn cứ để dự đoán rằng, khái niệm và phạm vi về kính ngữ giữa các sinh viên là không hoàn toàn giống nhau.

Với câu hỏi “Các nội dung về kính ngữ được phân bố như thế nào trong giáo trình tiếng Hàn Ehwa?” (이화 한국어 교재에 한국어 경어법이 어떻게 배치되어 있었습니까?), có 63.2% đối tượng khảo sát trả lời rằng các bài học về kính ngữ không được đề cập một lần hoặc liên kết chặt chẽ với nhau mà được phân bố đều khắp từ cuốn 1 đến cuốn 5 của giáo trình.

Với câu hỏi “Theo bạn kính ngữ tiếng Hàn có mấy loại?” (한국어 경어법이 몇 가지 종류가 있다고 생각합니까?), có 60.3% đối tượng khảo sát trả lời là có 3 loại; 16.2% trả lời 2 loại. Tuy nhiên trong số 41 sinh viên trả lời kính ngữ tiếng Hàn có 3 loại chỉ có 18 người (43.9%) viết được chính xác tên 3 loại kính ngữ; 16 người (39%) không trả lời chính xác và 7 người (17.1%) bỏ trống câu hỏi. Qua đó, chúng ta có thể đưa ra kết luận rằng, thực tế có đa số các sinh viên không biết rõ hoặc không nhận thức được sự phân hóa các loại kính ngữ trong tiếng Hàn. Ngoài ra, trong số các sinh viên trả lời rằng kính ngữ tiếng Hàn có trên 1 loại, có 75.4% sinh viên cho rằng giáo viên có đề cập đến các loại kính ngữ trong khi giảng dạy trong khi 24.6% sinh viên lại trả lời không. Từ kết quả này, ta có thể dự đoán rằng, phần lớn sinh viên trả lời sai mặc dù có thể là do không chú ý trong giờ học nhưng cũng không loại trừ khả năng giáo viên đã không thực sự nhấn mạnh đến sự phân hóa các loại kính ngữ cho sinh viên trong giờ dạy.

Với câu hỏi “Trong giờ học, giáo viên có yêu cầu sinh viên sử dụng tiếng Hàn không? (수업 시간에 교사들이 한국말로 하도록 요청하세요?), có 42.6% trả lời là “khá nhiều”, 47.1% trả lời “thỉnh thoảng”, chỉ có 10.3% trả lời là “luôn luôn”. Điều này chứng tỏ, cơ hội được trực tiếp sử dụng tiếng Hàn trong hoàn cảnh giao tiếp thực tế, cụ thể ngay trong giờ học, trước mặt giáo viên của sinh viên là không nhiều. Ngoài ra, với câu hỏi “Các bạn có sử dụng tiếng Hàn để giao tiếp với bạn cùng lớp không?” (수업 시간 외에 반 친구들과 한국말로 대화하세요?), có 58.8% trả lời là không sử dụng. Điều này chứng tỏ, đa số sinh viên chỉ được sử dụng tiếng Hàn trong giờ học với giáo viên; cơ hội sử dụng tiếng Hàn trong những hoàn cảnh giao tiếp khác như nói chuyện với bạn bè đồng trang lứa là không nhiều, từ đó cơ hội luyện tập và sử dụng kính ngữ phù hợp hoàn cảnh trong trường hợp người nghe là đối tượng không cần được đề cao nhưng bên thứ 3 thì có (ví dụ kính ngữ chủ thể hay kính ngữ khách thể) cũng theo đó mà ít đi. Ngoài ra, với câu hỏi “Bạn có sử dụng kính ngữ tiếng Hàn ở bất kì loại nào khi nói chuyện với bạn bè không?” (친구와 한국말로 대화할 때 경어를 (아무 종류의 경어나) 사용하세요?), trong tổng số 28 người trả lời là có dùng tiếng Hàn để giao tiếp với bạn bè thì có đến 52.9% trả lời là tuyệt đối không dùng kính ngữ khi nói chuyện với bạn bè. Kết quả này có thể dẫn đến 2 cách hiểu: (1) dù đang nói chuyện với bạn về giáo viên (giáo viên là chủ thể hoặc khách thể) thì phép kính ngữ chủ thể hoặc khách thể cũng không được sử dụng và (2) những sinh viên này chỉ đang hiểu kính ngữ trong phạm vi kính ngữ người nghe và vì thế đã trả lời không dùng kính ngữ khi nói chuyện với bạn. Tuy nhiên, những phương tiện biểu hiện kính ngữ cho chủ thể hoặc khách thể như “님”, “-(으)시-”, “께서” hay “께” là những biểu hiện mà sinh viên đều ít nhiều được tiếp

xúc từ sớm (đặc biệt là “님” và “-(으)시-”). Chính vì thế, lí do thứ (2) “những sinh viên này chỉ đang hiểu kính ngữ trong phạm vi kính ngữ với người nghe” có khả năng cao hơn. Có nghĩa là có một bộ phận các đối tượng khảo sát đã chỉ hiểu khái niệm kính ngữ ở câu hỏi này trong phạm vi nhỏ hẹp của kính ngữ với người nghe mà thôi và vì thế đã lựa chọn đáp án “không sử dụng kính ngữ tiếng Hàn khi trò chuyện với bạn”.

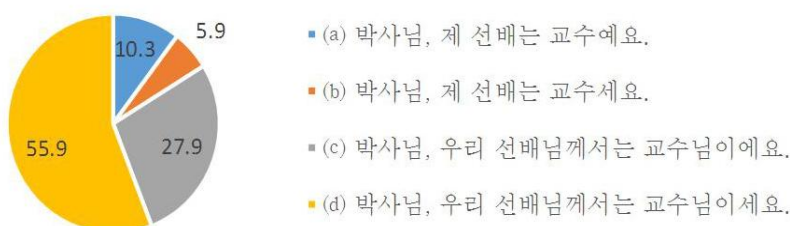
Những câu hỏi tiếp theo trong bảng hỏi yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp nhất với hoàn cảnh giao tiếp giả định. Câu 7 yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi hỏi giáo viên về việc có nhiều sách ở thư viện không. Trong tổng số 68 đối tượng khảo sát có 50% trả lời đúng đáp án “도서관에 책이 많습니까?”, tuy nhiên số người lựa chọn đáp án sai “도서관에 책이 많으십니까?” cũng chiếm 33.8%. Kết quả này cho ta thấy có khá nhiều sinh viên không hiểu đúng chức năng ý nghĩa của ‘-(으)시-’: biểu hiện kính ngữ chủ thể và chỉ biểu hiện kính ngữ chủ thể mà thôi.

Câu 8 yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi nói với giáo viên về việc bản thân rất thích đọc sách. Có 77.9% sinh viên trả lời đúng nhưng vẫn có 13.2% và 7.4% lần lượt trả lời là “저는 책을 읽으시는 것을 좋아합니다” và “저는 책을 읽으시는 것을 좋아하십니다”. Mặc dù tỉ lệ sai không cao nhưng đây cũng là con số đáng để lưu ý và

tham khảo, chứng tỏ rằng vẫn có một số sinh viên có khuynh hướng hiểu nhầm chức năng ý nghĩa của ‘-(으)시-’.

Câu 9 yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi thông báo cho chủ quán làm thêm về việc con trai của chủ quán vừa đến. Có 58.8% trả lời đúng đáp án “아드님이 오십니다”, tuy nhiên vẫn có 27.9 % và 10.3% sinh viên lựa chọn đáp án “아들이 와요” và “아들이 오서”. Đặc biệt phát ngôn “아들이 오서” là không thể chấp nhận được vì đã không sử dụng kính ngữ đề cao người nghe khi nói chuyện với chủ quán làm thêm. Đây là những số liệu cần được lưu ý vì nó thể hiện được, một bộ phận sinh viên không biết phép kính ngữ dành cho bên thứ ba liên quan đến người nghe (청자권) và một bộ phận sinh viên khác còn không biết sử dụng phép kính ngữ đề cao người nghe cũng như nhầm lẫn giữa kính ngữ người nghe và kính ngữ chủ thể. Không những thế, từ kết quả khảo sát lựa chọn phát ngôn phù hợp khi muốn nói với Giáo sư rằng, tiền bối của bản thân mình là Giảng viên đại học được thể hiện ở Biểu đồ 1 dưới đây, ta có thể thấy rằng, chỉ có 10.3% sinh viên chọn đúng đáp án. Điều này phản ánh kết quả rằng, có thể một phần lớn sinh viên biết phép kính ngữ cho bên thứ ba liên quan đến người nghe nhưng có rất ít sinh viên biết phép kính ngữ cho bên thứ ba liên quan đến người nói (화자권).

<Biểu đồ 1>: 박사님, 제 선배는 교수예요.
(Thưa tiến sĩ, tiền bối của tôi là giáo sư)



Câu 10 yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi nói với em về việc mẹ sắp đi trung tâm mua sắm. Chỉ có 41.2% sinh viên lựa chọn đúng đáp án “어머니께서 백화점에 가신다”; tỉ lệ lựa chọn các đáp án “어머니께서 백화점에 가세요”, “어머니께서 백화점에 갑니다” và “어머니가 백화점에 갑니다” lần lượt là 27.9%, 23.5% và 7.4%. Kết quả này chứng tỏ có khá nhiều sinh viên không phân biệt được kính ngữ cho chủ thể và kính ngữ cho người nghe trong tiếng Hàn.

Đối với câu hỏi yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi hỏi giám đốc người Hàn về việc giám đốc có nhiều sách không, 63.2% sinh viên trả lời đúng “한국말 책이 있으십니까?”; tuy nhiên vẫn có 17.6% sinh viên lựa chọn kính ngữ tiểu từ chủ cách “께서” cho chủ thể ‘sách’; 16.2% lựa chọn sử dụng “게시다” thay vì “있으시다”. Điều này chứng tỏ, hoặc một số sinh viên không biết ‘있다’ có 2 loại ý nghĩa, hoặc có biết nhưng không phân biệt rõ, hoặc biết rõ nhưng lại không phân biệt được phương tiện thể hiện kính ngữ của chúng dẫn đến phạm lỗi.

Đối với câu hỏi yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp yêu cầu em đem bánh mời bố ăn, có 47.1% sinh viên trả lời đúng “이 빵을 아버지께 드리라”; tỉ lệ lựa chọn “이 빵을 아버지께서 드리라”, “이 빵을 아버지께서 주셔라”, “이 빵을 아버지에게 주셔라” lần lượt là 29.4%, 16.2% và 7.4%. Thông qua kết quả này, chúng ta có thể nhận thấy, không những nhiều sinh viên không phân biệt được phương thức kết hợp đuôi từ hàng trước của ‘주다’ tạo thành 주시다’ và biểu hiện đề cao khách thể ‘드리다’ mà còn nhầm lẫn tiểu từ tăng cách “께” và tiểu từ chủ cách “께서”.

Đối với câu hỏi yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi nói với hậu bối (đàn em, người vào sau) là nếu có gì không biết thì

hãy hỏi giáo viên, có 45.6% sinh viên trả lời đúng “모르는 문제가 있으면 선생님께 반드시 여쭙고 보아라”; tuy nhiên vẫn có 30.9%, 16.2% và 7.4% sinh viên lần lượt lựa chọn đáp án “모르는 문제가 있으면 선생님께서 반드시 물어 보셔라”, “모르는 문제가 있으면 선생님께서 반드시 여쭙고 보아라” và “모르는 문제가 있으면 선생님한테서 반드시 물어 보셔라”. Điều này chứng tỏ nhiều sinh viên không những không biết phân biệt ‘묻다’, ‘물으시다’, ‘여쭙다’ hoặc thậm chí là ‘여쭙시다’ mà còn nhầm lẫn giữa “께서” và “께”.

Câu 15 là câu yêu cầu chọn ra những phát ngôn sai. Mặc dù “옷이 너무 예쁘세요” và “옷이 너무 예뻐서요” là gần như giống nhau về mặt biểu hiện nhưng chỉ có 19.1% sinh viên cho rằng câu trước là sai trong khi lại có 39.7% cho rằng câu sau là sai. Điều này có thể được hiểu rằng, nhiều sinh viên chỉ quen thuộc với dạng đuôi kết thúc ‘-세요’ và cảm thấy lạ lẫm với đuôi kết thúc ‘-아/어요’ khi đứng sau đuôi từ hàng trước ‘-(으)시-’.

Có 26.5% sinh viên cho rằng câu “그 꽃이 그렇게 예쁘십니까?” là sai. Điều này chứng tỏ có một số sinh viên chỉ đơn giản nghĩ hiểu ‘예쁘다’ như là vị ngữ/ tính từ của chủ thể ‘hoa’ chứ không hiểu rằng, toàn bộ câu này hỏi về suy nghĩ hoặc xu hướng/ sở thích của đối phương.

Tỉ lệ sinh viên cho rằng “할아버지, 아버지가 아직 안 들어왔습니다”, “할아버지, 아버지가 아직 안 들어오셨습니다” và “사장님, 김과장님은 외출하셨습니다” lần lượt là 48.5%, 36.8%, và 17.6%. Điều này có nghĩa rằng, (1) có một bộ phận sinh viên biết đến Áp tôn pháp trong kính ngữ tiếng Hàn và (2) nhiều sinh viên quyết định sử dụng kính ngữ chủ thể nếu chủ thể có vị thế cao hơn người nói mà không cần để tâm đến mối tương quan về vị thế hay thân sơ giữa chủ thể và người nghe.

“저희 애는 2월에 문학 박사 학위를 받으실 예정입니다” hoàn toàn là một phát ngôn sai nhưng chỉ có 58.8% sinh viên nhận ra. Điều này có thể làm cơ sở cho phán đoán, trong quá trình sử dụng kính ngữ, người học có thể bị ảnh hưởng bởi một số yếu tố ngoại cảnh hoặc nội tại trong nội dung câu dẫn đến mắc lỗi. Trong trường hợp này, chúng tôi dự đoán rằng, mặc dù chủ thể là con của chính người nói nhưng bởi vì trong nội bộ phát ngôn có xuất hiện từ vựng ‘박사’ nên sinh viên đã bị nhiễu tâm lí dẫn đến chọn sai phát ngôn đề cao chính con mình.

Có những 60.3% sinh viên cho rằng “대통령이 미국을 방문한다” là sai, chứng tỏ đa số sinh viên không biết quy tắc không sử dụng kính ngữ trong những phát ngôn mang tính khách quan để cung cấp thông tin.

Với những phát ngôn sử dụng phương thức biểu hiện đề cao bằng phương thức từ vựng như “이 어른을 모시고 가거라”, “고향에 가면 동네 어른을 뵙고 오너라” và “이 떡을 할머니께 갖다 드리라”, có lần lượt 38.2%, 13.2% và 10.3% sinh viên cho là sai. Điều này chứng tỏ phần lớn sinh viên biết ‘뵙다’ và ‘드리다’ nhưng lại không biết hoặc

không hiểu rõ cách sử dụng của ‘모시다’/ ‘모시고 가다’.

Từ câu 16 đến câu 18 là những câu hỏi yêu cầu đối tượng khảo sát lựa chọn phát ngôn phù hợp với tình huống giả định cho sẵn và giải thích lí do. Câu 16 yêu cầu lựa chọn phát ngôn phù hợp khi muốn thông báo cho bạn của bố biết rằng bố đang đọc báo. Kết quả, có 58.8% sinh viên lựa chọn “아버지께서 신문을 보십니다” nhưng vẫn có 25% chọn “뵙습니다”, 10.3% chọn “봬십니다”. Có nghĩa là có khá nhiều sinh viên hiểu chính xác ý nghĩa của phương thức kính ngữ đề cao chủ thể ‘보시다’ nhưng vẫn có nhiều sinh viên hiểu nhầm và lẫn lộn giữa ‘보다’, ‘보시다’, ‘봬다’ và thậm chí là ‘봬시다’.

Thông qua Biểu đồ 2 và Biểu đồ 3, ta có thể thấy rằng, có nhiều sinh viên mặc dù chọn đúng đáp án nhưng lại không hiểu và không phân tích được phát ngôn đó; đồng thời cũng có nhiều sinh viên mặc dù biết là cần sử dụng các phương thức thể hiện kính ngữ cho cả bố và bạn của bố nhưng lại không biết cách chọn và sử dụng các phương thức phù hợp.

<Biểu đồ 2>: 질문 16에 '보십니다'를 선택한 제보자의 설명
(Giải thích lí do chọn đáp án '보십니다' trong câu 16)



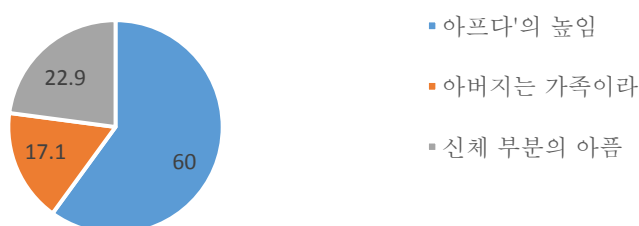
<Biểu đồ 3>: 질문16에 '웁습니다'를 선택한 제보자의 설명
(Giải thích lí do chọn đáp án '웁습니다' trong câu 16)



Câu hỏi 17 liên quan đến việc hỏi bố xem bố có đau tay không. Tỷ lệ lựa chọn “팔이 아프세요?” là 51.5%, “팔이 편찮으세요?” là 38.2%. Kết quả này cho ta thấy, nhiều

sinh viên không biết phải sử dụng ‘아프시다’ thay cho ‘편찮으시다’ khi diễn đạt thứ bị đau là một bộ phận cơ thể của chủ thể cần đề cao.

<Biểu đồ 4>: '아프세요?'를 선택한 제보자의 설명
(Giải thích lí do chọn '아프세요?')



Như ở Biểu đồ 4 có thể thấy, trong số 35 sinh viên trả lời đúng đáp án thì chỉ có 22.9% sinh viên có thể giải thích đúng lí do cho sự lựa chọn của mình, trong khi đó, một số sinh viên đã chọn đúng có vẻ là nhờ may rủi chứ hoàn toàn không hiểu rõ vấn đề.

Câu hỏi 18 liên quan đến việc bạn muốn nói cho Giám đốc biết rằng, bạn có chuyện muốn hỏi. Tỷ lệ sinh viên lựa chọn đáp án ‘여쭙겠습니다’ là 47.1%, ‘여쭙우시겠습니다’ là 23.5% ‘물으시겠습니다’ là 19.1% và ‘물겠습니다’ là 10.3%. Thông

qua kết quả này, chúng ta có thể kết luận rằng, nhiều sinh viên không biết cách phân biệt chính xác ‘묻다’, ‘물으시다’, ‘여쭙다’ và ‘여쭙우시다’.

Ngoài ra, có một số kết quả nghiên cứu đáng lưu ý thông qua phỏng vấn sâu và đã được chúng tôi thể hiện ở Bảng 1. Chúng tôi đã đưa ra 3 tình huống và yêu cầu sinh viên đưa ra phát ngôn phù hợp đúng với tình huống đã cho sẵn. Tình huống cụ thể và đáp án về phát ngôn phù hợp của 2 sinh viên như sau:

<Bảng 1>: Kết quả phỏng vấn sâu

Tình huống	Sinh viên 1	Sinh viên 2
학생이 선생님께서 선물을 주었다 Học sinh đã tặng quà cho giáo viên. (선물을 준 학생이 친구에게 그 사실을 알릴 때) (Khi học sinh đó kể cho bạn bè biết về việc mình đã tặng quà cho cô giáo)		
(선물을 받은 선생님이 어머니에게 그 사실을 알릴 때) (Khi giáo viên kể cho mẹ của cô ấy biết sinh viên đã tặng quà cho mình)	“나는 선생님께 선물을 주셨어.”	“나는 선생님께 선물을 드렸어.”
(선물을 받은 선생님이 어머니에게 그 사실을 알릴 때) (Khi giáo viên kể cho mẹ của cô ấy biết sinh viên đã tặng quà cho mình)	“학생이 저에게 선물을 주셨어요.”	“학생이 저에게 선물을 주셨어요.”
선생님이 Linh을 찾고 있었다. Giáo viên đang tìm Linh (선생님에게 Linh을 만났냐고 물을 때) (Khi sinh viên hỏi giáo viên rằng đã gặp Linh chưa)		
(선생님에게 Linh을 만났냐고 물을 때) (Khi sinh viên hỏi giáo viên rằng đã gặp Linh chưa)	“선생님께서서 Linh을 보셨어요?”	“선생님께서서 Linh을 보셨어요?”
(Linh에게 선생님을 만났냐고 물을 때) (Khi bạn bè hỏi Linh là đã gặp giáo viên chưa)	“너는 선생님을 뵈었어?”	“너는 선생님을 봤어?”
동생이 언니에게 엄마를 모시고 영화관에 가자고 할 때 (Khi em đề nghị với chị là đưa mẹ đến rạp chiếu phim)		
(동생에게 어머니가 영화를 안 좋아한다고 할 때) ¹ (Khi chị nói với em rằng mẹ không thích phim)	“어머니께서는 영화를 안 좋아하셔.”	“어머니께서는 영화를 안 좋아하세요.”

Cả 2 sinh viên đều trả lời rằng họ hiểu hơn 80% kiến thức lý thuyết phép kính ngữ tiếng Hàn, chỉ là không thể sử dụng nó một cách chính xác đúng với tình huống thực tế và cũng không tự tin sử dụng mà thôi. Tuy nhiên, sau khi thực hiện phỏng vấn sâu thì chúng tôi nhận thấy rằng, trên thực tế, cả 2 sinh viên trên đều không nắm bắt đúng kiến thức lý thuyết kính ngữ. Cả 2 sinh viên đều có những sự nhầm lẫn giữa ‘주시다’ đề cao chủ thể và ‘드리다’ đề cao khách thể, nhầm lẫn giữa ‘보시다’ đề cao chủ thể và ‘뵈다’ đề cao khách thể, sự nhầm lẫn rằng đuôi từ hàng trước ‘-(으)시-’ là để đề cao người nghe còn đuôi kết thúc ‘-아요/ -(스)입니다’ là để

đề cao chủ thể. Đặc biệt, cả 2 sinh viên trên đều thiếu hiểu biết về những biểu hiện từ vựng vừa đề cao chủ thể vừa đề cao khách thể như ‘드리시다’, ‘뵈시다’, ‘여쭙시다’, ‘말씀을 드리시다’... Thậm chí khi đưa ra lý do cho sự lựa chọn những phát ngôn phù hợp thì sinh viên đều trả lời rằng ‘뵈다’, ‘드리다’ là cách diễn đạt có ý nghĩa như ‘보시다’, ‘주시다’ nhưng thể hiện ý nghĩa tôn kính mạnh mẽ hơn.

Đặc biệt, với câu hỏi 3 (Chị nói với em là mẹ không thích xem phim) thì ban đầu, cả 2 sinh viên đều gắn đuôi kết thúc ‘-아요/-(스)입니다’ là biểu hiện kính ngữ cho người nghe vào sau ‘안 좋아하시-’ nhưng sau đó 1 bạn lại đổi thành ‘안 좋아하셔’. Sinh viên đã thay đổi câu trả lời trên giải thích rằng không cần thêm ‘-아요’ mà chỉ cần gắn ‘-아/어’ vào sau ‘안 좋아하시-’ vì đây là phát ngôn mà

¹ 한국어능력시험 중-고급 (TOPIK II) 60회 읽기에 나와 있는 23-24문제를 조금 수정해서 재사용
 (Sử dụng có chỉnh sửa câu hỏi 23-24 trong đề thi Đọc của TOPIK II trung - cao cấp lần thứ 60)

người nói là chỉ hướng đến người nghe là em. Tuy nhiên, mặc dù giải thích được như vậy nhưng sinh viên này cũng cho biết là cảm thấy mơ hồ và không chắc chắn vì thực tế vẫn chưa bắt gặp phát ngôn này ngoài môi trường giao tiếp bao giờ mà chỉ tình cờ được biết khi ôn thi TOPIK. Qua đó có thể thấy rằng sinh viên này, dù vẫn biết cách phân biệt kính ngữ chủ thể và kính ngữ người nghe ở một mức độ nào đó nhưng vẫn chưa có khả năng sử dụng câu chính xác bằng cách phân biệt hai loại kính ngữ một cách hiệu quả và phù hợp trong các tình huống phát ngôn thực tế. Và sinh viên còn lại thì cho rằng, mặc dù là chị đang nói chuyện với em nhưng vẫn có thể và vẫn nên gắn ‘-(스)바니다’ vào sau ‘안 좋아하시-’ để thể hiện sắc thái kính ngữ cao nhất cho mẹ. Thông qua giải thích này, chúng ta có thể biết được rằng, sinh viên vẫn chưa nhận thức đúng về phương tiện kính ngữ đề cao chủ thể và kính ngữ đề cao người nghe. Cuối cùng, cả 2 sinh viên đều thể hiện mong muốn rằng, trong các tiết học ngữ pháp, giáo viên có thể đưa ra nhiều ví dụ đa dạng hơn và đặt nó vào những tình huống cụ thể, sinh động để giải thích và phân tích sự hiện thực hóa các quy tắc kính ngữ trong tiếng Hàn nhằm giúp sinh viên nắm bắt mối quan hệ giữa người nghe, người nói và người thứ ba đề từ đó, sinh viên có thể sử dụng phép kính ngữ chính xác và phù hợp với tình huống hơn; đồng thời mong rằng các bài học về phép kính ngữ tiếng Hàn có thể được sắp xếp một cách liên mạch hơn trong các giáo trình để sinh viên có thể tập trung và học cũng như tiếp thu kiến thức và các quy tắc kính ngữ một cách có hiệu quả, có hệ thống hơn, không bị vênh, bị rời rạc hay bỏ sót kiến thức.

4.2. Kết luận

Bài viết đã cho thấy tình hình nhận thức và sử dụng phép kính ngữ tiếng Hàn của 68 sinh viên năm 3 Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế. Đa số những sinh viên tham gia điều tra

trong bài viết này đều nghĩ rằng mình đã hiểu về lý thuyết phép kính ngữ ở một mức độ nào đó và chỉ gặp vấn đề trong việc sử dụng nó, tuy nhiên khi đưa vào sử dụng thực tế thì sinh viên lại mắc rất nhiều lỗi cơ bản. Nói cách khác, chưa tính đến yêu cầu sử dụng thành thạo hay chính xác, chỉ có một số ít người học có thể hiểu được về khái niệm, loại hình, đặc trưng và các phương tiện biểu hiện, quy tắc sử dụng của kính ngữ. Thông qua bài nghiên cứu này, chúng tôi xin đưa ra những kết luận như sau. Đầu tiên, hầu hết những người học từ trung đến cao cấp nhưng vẫn không thể nắm bắt đúng lý thuyết về phép kính ngữ. Thứ hai, các lỗi về phép kính ngữ được mắc nhiều nhất đó là nhầm lẫn của người học trong việc sử dụng ‘-(으)시-’ là kính ngữ chủ thể và những từ vựng đặc thù biểu thị kính ngữ khách thể, sự nhầm lẫn trong việc sử dụng kính ngữ người nghe và kính ngữ chủ thể, người học chưa nhận thức đầy đủ về quy tắc sử dụng kính ngữ đặc trưng. Thứ ba, người học Việt Nam mắc nhiều lỗi sử dụng phép kính ngữ tiếng Hàn là do sự khác biệt về văn hóa và ngôn ngữ giữa Việt Nam và Hàn Quốc, thiếu nhận thức về loại hình và những khía cạnh thực tế khi sử dụng phép kính ngữ tiếng Hàn, phương thức giảng dạy của giáo viên và sự bố trí chưa hợp lý trong sách giáo khoa... Những kết quả nghiên cứu và kết luận trong nghiên cứu này gần như giống với nghiên cứu của Phan Hoàng My Thương (2018), tuy nhiên có bổ sung thêm phần kết luận về việc phân bổ nội dung bài học kính ngữ trong các giáo trình đang được sử dụng tại trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế.

4.3. Hạn chế và đề xuất

Bài báo này có phạm vi nghiên cứu chỉ giới hạn vào việc phân tích lỗi sai liên quan đến phương tiện kính ngữ về ngữ pháp và một số biểu thị về mặt từ vựng chứ không đề cập đến các biểu hiện kính ngữ liên quan đến danh từ, đại từ nhân xưng và cách xưng hô. Công tác khảo sát cũng chỉ được thực hiện

với số lượng đối tượng khảo sát nhỏ là 68 sinh viên, đây cũng được coi là hạn chế trong bài nghiên cứu này. Ngoài ra, số lượng câu hỏi và phạm vi câu hỏi cũng được hạn chế do quy mô nghiên cứu. Tuy nhiên, thông qua bài nghiên cứu này, chúng tôi đã tìm ra lỗi kính ngữ ngữ pháp và từ vựng thường mắc phải cũng như các nguyên nhân chủ yếu khiến người Việt học tiếng Hàn thường mắc lỗi để từ đó có thể tìm ra phương pháp khắc phục. Chúng tôi nhận thấy, cần tiếp tục có nhiều những nghiên cứu liên quan đến phương án giảng dạy tiếng Hàn cũng như giáo viên cần có những lưu ý khái quát, tổng hợp các kiến thức và bài học kính ngữ tiếng Hàn có hệ thống và rõ ràng hơn để người Việt học tiếng Hàn có thể tiếp thu, lĩnh hội, nâng cao năng lực vận dụng hiệu quả phép kính ngữ tiếng Hàn. Ngoài ra, những nghiên cứu phát triển giáo trình tiếng Hàn để người học có thể học Ngôn ngữ Hàn nói chung và kính ngữ tiếng Hàn nói riêng một cách có hệ thống và hiệu quả hơn là vô cùng cần thiết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Phạm Thị Ngọc (2018), *Kính ngữ tiếng Hàn và các phương tiện biểu hiện tương đương trong tiếng Việt*, Luận án Tiến sĩ Ngôn ngữ học, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam.

Tiếng Anh

2. Corder, S. P. (1971a), Idiosyncratic Dialects and Error Analysis. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 9(2), p.149-59.

3. Touchie, H.Y. (1986), Second language learning errors their types, causes, and treatment, *JALT Journal*, 8(1), p.75-80.

4. Wood, J.F. (2017), Education and Linguistics Research. Errors in Second/Foreign Language Learning and Their Interpretations, *Education and Linguistics Research*, 3(1), p.1-14.

Tiếng Hàn

5. 국립국어원 (2005), *외국인을 위한 한국어문법*, 커뮤니케이션북스, 서울.

[Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc (2005), *Ngữ pháp tiếng Hàn cho người nước ngoài*, Communication Books, Seoul]

6. 남기삼·고영근 (1985), *표준국어문법론*, 탑출판사, 서울.

[Nam Gisim & Ko Younggeun (1985), *Ngữ pháp học quốc ngữ chuẩn*, Nxb Top, Seoul]

7. 오상운 (2014), *중국인 한국어 학습자 경어법 사용의 오류 연구*, 한양대학교, 석사학위논문.

[Oh Sangun (2014), *Nghiên cứu lỗi sử dụng kính ngữ tiếng Hàn của người học Trung Quốc*, Luận án Thạc sĩ Giáo dục tiếng Hàn, Trường Đại học Hanyang]

8. 이정복 (2011), *한국어 경어법의 주요 기능*, *우리말글*, 52, p.25-53.

[Lee Jeongbok (2011), *Chức năng chủ yếu của phép kính ngữ tiếng Hàn*, *Urimalgeul* 53, 25-53]

9. 이주행 (2011), *알기 쉬운 한국어 문법론*, 역락, 서울.

[Lee Juhaeng (2011), *Ngữ pháp học tiếng Hàn đơn giản*, Yeokrak, Seoul]

10. 임호빈 (2010), *외국인을 위한 한국어문법*, 연세대학교 출판부, 서울.

[Lim Hobin (2010), *Ngữ pháp tiếng Hàn cho người nước ngoài*, Nxb Đại học Yonsei, Seoul]

Abstract

By using Qualitative research, describing and comparing data, the article applied Corder's point of view on the causes of foreign language errors (1971) to determine identify and analyze errors and generalize the causes of errors using grammatical honorific of 68 students – who are on Korean intermediate – high level from the Faculty of Korean Language and Culture, University of Foreign Languages, Hue University. The method of comparing was used to describe and identify errors in students's honorific use. In addition, the article also analyzed the errors to find out the causes of the Korean honorific errors of students. Thereby, the article has some suggestions to help Korean Pedagogical researchers, Korean learners, teachers and curriculum editors to have more suitable research, studying-teaching and book compilation methods to help learners understand and use correct honorifics in Korean.

Key words: teaching Korean, Korean honorific, Korean honorific error, teaching Korean honorific

HIỆN TRẠNG TIẾP NHẬN HALLYU THỜI KÌ HẬU COVID 19 VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM

Cao Thị Hải Bắc*

Tóm tắt

Sử dụng chủ yếu số liệu thống kê của KOFICE cùng phương pháp tổng hợp, phân tích tài liệu từ các nguồn có sẵn, bài viết này đã tìm hiểu hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam ở 3 khía cạnh: thái độ, mức độ và xu hướng tiếp nhận. Từ đó, bài viết đề xuất một số hàm ý chính sách cho chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Một số kết luận được rút ra từ kết quả phân tích như sau: (1) khán giả Việt đang tiếp nhận Hallyu ở mức độ tiêu dùng sâu rộng với một thái độ tích cực, có chọn lọc và phê phán cùng nhiều xu hướng đa dạng, bắt kịp với thời đại; (2) từ kinh nghiệm của Hàn Quốc, trong công cuộc phát triển công nghiệp văn hóa, Việt Nam cần đẩy mạnh tự sản xuất số lượng lớn song song hợp tác với nước ngoài, tập trung khai thác chất liệu từ đặc trưng văn hóa truyền thống của Việt Nam cũng như coi trọng chiến lược truyền thông.

Từ khóa: Hiện trạng tiếp nhận Hallyu, hậu covid 19, công nghiệp văn hóa

1. Đặt vấn đề

Kể từ khi bắt đầu hình thành vào những năm 1990 đến nay, Hallyu đã gây ảnh hưởng sâu rộng và đa chiều đến đời sống văn hóa của người Việt Nam. Do vậy, việc cập nhật liên tục hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam đang trở thành nhu cầu thiết yếu giúp các nhà hoạch định chính sách kiểm soát được mức độ ảnh hưởng của làn sóng văn hóa đến từ xứ sở kim chi này.

Trong khoảng gần một thập kỉ gần đây, “công nghiệp văn hóa” bắt đầu được quan tâm nhiều tại Việt Nam. Trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm giai đoạn 2021 - 2030, văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng đã nhấn mạnh: “Khẩn trương triển khai có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”. Như vậy có thể thấy giai đoạn 2021 - 2030 sẽ là thời điểm quan trọng để đẩy mạnh phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trên cơ sở đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu học thuật về công nghiệp văn hóa của nước ngoài. Trên nền tảng quan hệ hợp tác tốt đẹp Việt - Hàn, Việt Nam có thể học hỏi nhiều từ kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa của Hàn Quốc. Do vậy, việc liên tục cập nhật các kết quả nghiên cứu về hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam sẽ phần nào giúp các nhà hoạch định chính sách nắm bắt được mức độ ảnh hưởng và xu hướng tiếp nhận Hallyu

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

tại nước mình, từ đó có thể gợi mở ý tưởng xây dựng chính sách phát triển công nghiệp văn hóa cho Việt Nam.

Lịch sử nghiên cứu về Hallyu tại Việt Nam có thể chia thành hai xu hướng chính. Thứ nhất là nhóm nghiên cứu tổng quan về Hallyu với các công trình tiêu biểu như Lý Xuân Chung (2013), Tạ Thị Lan Khanh (2014), Đặng Thiều Ngân (2014), Mai Ngọc Chừ (2015), Phan Thị Thu Hiền (2016), Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc, Hà Thu Hương (2020) v.v... Nhóm thứ hai tập trung vào phân tích ảnh hưởng của Hallyu tại Việt Nam với các nghiên cứu tiêu biểu như Phan Thị Thu Hiền (2012), Nguyễn Tri Phương, Vũ Hoa Ngọc (2012), Mai Kim Chi (2012), Phan Thị Oanh (2013), Trần Thị Thu Lương (2014), Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc (2014), Trương Thị Thanh Thanh (2015), Lê Đình Chính (2016) v.v... Ở nhóm nghiên cứu thứ nhất, phần lớn các học giả đề cập đến các nội dung tổng quan như quá trình hình thành và phát triển, sức lan tỏa, nguyên nhân thành công, điểm mạnh và điểm yếu của Hallyu tại Việt Nam. Trong khi đó, nhóm thứ 2 lại tập trung tìm hiểu ảnh hưởng của Hallyu tại Việt Nam theo đối tượng tiếp nhận và nội dung văn hóa. Đáng chú ý là phần lớn các nghiên cứu thuộc nhóm thứ 2 là các nghiên cứu thực nghiệm dựa trên kết quả khảo sát các đối tượng tiếp nhận là người Việt Nam. Tuy nhiên, hạn chế chung của các khảo sát này là do được tiến hành bởi cá nhân nên qui mô khảo sát thường nhỏ hẹp hay tính phổ quát chưa cao. Mặt khác, như đã đề cập ở trên, các kết quả nghiên cứu về hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam cần được cập nhật và phân tích thường xuyên để có được những đánh giá định kì.

Nhằm cung cấp các kết quả phân tích cập nhật về Hallyu đồng thời khắc phục hạn chế về qui mô khảo sát nhỏ hẹp của nhiều nghiên cứu đi trước, bài viết này sử dụng một phần dữ liệu khảo sát về hiện trạng

Hallyu tại nước ngoài do các tổ chức uy tín của Hàn Quốc thực hiện với qui mô khảo sát lớn như KOFICE, KOCCA v.v... để phân tích, đánh giá thái độ, mức độ cũng như xu hướng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam thời kì hậu covid 19. Từ đó, bài viết sẽ đưa ra một số gợi ý chính sách cho chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Tuy nhiên, trước đó bài viết sẽ khái lược lịch sử hình thành và phát triển của Hallyu tại Việt Nam.

2. Khái lược lịch sử hình thành và phát triển của Hallyu tại Việt Nam

Năm 2013, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc đã tiến hành phân kỳ những biến động của Hallyu kể từ khi Hallyu xuất hiện vào những năm cuối thập niên 1990. Trong đó, Hallyu 1.0 với trọng tâm là phim truyền hình, Hallyu 2.0 nổi lên bởi K-pop, còn Hallyu 3.0 được mở rộng bởi K-culture. Hallyu 4.0. chính là giai đoạn phát triển của lối sống Hàn Quốc (K-Style) mà điển hình là K-Beauty – làm đẹp theo phong cách Hàn Quốc. (Kim Bok Rae, 2015:157~159).

Theo nghiên cứu của Trần Thị Thu Lương (2014), Hàn lưu được chia thành 5 giai đoạn: Chuẩn bị du nhập, du nhập, tìm hiểu, phát triển, chín muồi. Trong đó, Hàn lưu ở Việt Nam đang đứng ở giai đoạn thứ 5. Tức là, không chỉ có điện ảnh hay âm nhạc vốn là những nội dung văn hóa quen thuộc, người dân Việt Nam đã và đang tiếp nhận nhiều nội dung văn hóa đa dạng khác như: ẩm thực, thời trang, mỹ phẩm, đồ điện tử, truyện tranh v.v... (Trần Thị Thu Lương (2014), tr. 330-342)

Khá nhiều học giả Việt Nam đã phân chia tiến trình Hallyu ở Việt Nam thành 3 giai đoạn: (1) từ khởi đầu đến 2000: giai đoạn du nhập; (2) từ 2000 đến 2005: giai đoạn cao trào; (3) từ 2006 đến nay: giai đoạn bão hòa (hoặc có phần chững lại). Sở dĩ lấy mốc 2006 vì từ năm 2006, một mặt,

các đài truyền hình lớn ở Việt Nam lúc đó là VTV, HTV bắt đầu có chính sách quản lý chặt hơn so với việc chiếu phim Hàn rầm rộ trước đó; mặt khác, niềm say mê phim truyền hình Hàn Quốc cũng dần hạ nhiệt. (Phan Thị Thu Hiền, 2016).

Bài viết này muốn áp dụng cách phân chia của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc để khẳng định rằng Việt Nam vinh dự là quốc gia đã trải qua đầy đủ các giai đoạn phát triển của Hallyu từ 1.0 đến 4.0. Hallyu 1.0 bắt đầu du nhập vào Việt Nam với bộ phim truyền hình đầu tiên mang tên “Yumi tình yêu của tôi” phát sóng năm 1995. Tiếp đó là một loạt phim truyền hình được trình chiếu ồ ạt vào cuối những năm 1990 như “Anh em nhà bác sĩ” (1998), “Cảm xúc”, “Mối tình đầu”, “Hoa cúc vàng”, “Người mẫu”... Hallyu 2.0 tại Việt Nam có thể tính từ mốc năm 2000 đến năm 2005. Giai đoạn này tiếp tục nở rộ với các bộ phim bom tấn như “Trái tim mùa thu” và sau đó là “Giày thủy tinh”, “Bản tình ca mùa đông”, “Nàng Dae Jang Geum” v.v... nhưng cùng với đó là luồng gió mới K-pop. Các ca sĩ, nhóm nhạc được mến mộ tại Việt Nam giai đoạn nửa đầu những năm 2000 có thể kể đến như H.O.T, S.E.S., Fin.K.L, Shinhwa, g.o.d. Hallyu 3.0 có thể tính từ năm 2006 đến năm 2015. Giai đoạn này mang đến cho Việt Nam một món ăn tinh thần vượt ra khỏi phạm vi phim ảnh hay âm nhạc mà là sự tổng hòa các giá trị văn hóa truyền thống xen lẫn hiện đại của Hàn Quốc từ phim ảnh, âm nhạc đến ẩm thực, thời trang, võ thuật, nghệ thuật thủ công v.v... Tức là, ở giai đoạn 3.0, các giá trị văn hóa Hàn Quốc được thể hiện ở nhiều nội dung Hallyu. Các bộ phim giúp khán giả hiểu rõ hơn về văn hóa của Hàn Quốc thời kỳ này có thể kể đến như Hoàng cung (2006), Hwang Jin Yi (2006), Truyền thuyết Jumong (2006), Mặt trăng ôm mặt trời (2012), lời nguyên định mệnh (2015) v.v... Về âm nhạc, giai đoạn nửa sau những năm 2000 cũng

chứng kiến sự ra đời của K-pop thế hệ thứ hai như Super Junior (2005), Big Bang (2006), Wonder Girls (2007), Girls' Generation (2007), Shinee (2008), 2NE1 (2009), T-ara (2009), f(x) (2009), Psy (2012) v.v... với những MV mang đậm phong cách thời trang và vũ đạo hiện đại cũng như những cảnh sắc tuyệt đẹp của xứ sở kim chi. Hallyu 4.0 có thể tính từ 2016 đến nay, là giai đoạn Hàn Quốc áp dụng chiến lược quảng bá những nội dung chân thực, tỉ mỉ và đa sắc màu về lối sống Hàn Quốc (K-life). Điều này có thể thấy rõ qua những bộ phim đa dạng chủ đề, phản ánh mọi góc ngách đời sống của người Hàn Quốc như Hậu duệ mặt trời (2016), Chuyện tình bác sĩ (2016), Thanh xuân vật vờ (2017), đấu trí (2018), Thư kí Kim sao thế (2018), Chị đẹp mua cơm ngon cho tôi (2018), Quân vương giả mạo (2019), Kí sinh trùng (2019), Hạ cánh nơi anh (2019), Tầng lớp Itaewon (2020), Chuyện đời bác sĩ (2020), Thế giới hôn nhân (2020), Điều cha-cha-cha làng biển (2021) v.v...

Theo quan điểm của bài viết này, trải qua 4 giai đoạn hình thành và phát triển từ 1.0 đến 4.0, ở góc độ tổng quát, Hallyu chưa bao giờ hạ nhiệt tại Việt Nam. Tuy nhiên, xét ở lĩnh vực điện ảnh có thể thấy rõ một biểu đồ hình sin: ồ ạt ở giai đoạn đầu, thoái trào ở giai đoạn tiếp theo và bùng nổ trở lại trong giai đoạn hiện nay.

3. Hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam

Như đã đề cập ở trên, nghiên cứu này sẽ sử dụng chủ yếu một phần dữ liệu khảo sát công khai về hiện trạng Hallyu ở nước ngoài do Quỹ trao đổi văn hóa quốc tế Hàn Quốc (KOFICE). Các cuộc khảo sát về Hallyu tại nước ngoài được KOFICE tiến hành thường niên trên phạm vi 5 châu lục. Việt Nam là một trong những nước châu Á tham gia khảo sát với qui mô 500 người ở độ tuổi trên 15 và dưới 60. KOFICE đã thực hiện khảo sát nhiều chỉ số về Hallyu, tuy nhiên, bài viết này chỉ tập trung phân tích một vài chỉ số để làm rõ thái độ, mức độ

cũng như các xu hướng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam. Đó là các chỉ số như mức độ cảm tình (mức độ yêu mến) với Hallyu, nhận thức về Hàn Quốc sau khi trải nghiệm Hallyu, mức độ quan tâm đến các nội dung văn hóa Hàn Quốc, tỉ trọng và ý định tiêu dùng các nội dung văn hóa Hàn Quốc, nhóm các nội dung Hallyu được yêu thích nhất và ít được yêu thích nhất tại Việt Nam...

3.1. Thái độ tiếp nhận

Kết quả khảo sát năm 2019 của KOFICE cho biết 49,2% người Việt Nam tham gia khảo sát có thiện cảm khi nghĩ tới Hallyu. 5,6% không có thiện cảm và 45,2% cảm thấy bình thường. Tỷ lệ này tiếp tục tăng cao ở năm 2020 khi tất cả các nội dung văn hóa Hàn Quốc đều nhận được thái độ thiện cảm từ phía khán giả người Việt với tỷ lệ từ 70% trở lên. Tức là, hơn một nửa số người Việt được hỏi đang tỏ rõ thái độ tích cực và ngưỡng mộ văn hóa Hàn Quốc.

Khi được hỏi “Bạn có thay đổi nhận thức của bản thân về đất nước Hàn Quốc sau khi trải nghiệm các nội dung văn hóa Hàn Quốc không?” thì phần lớn người Việt trả lời là “có thay đổi theo chiều hướng tích cực” với tỷ lệ lần lượt ở năm 2019 và năm 2020 là 80,4% và 70,2%. Cuộc khảo sát của KOFICE năm 2019 và năm 2020 cũng hỏi về mức độ quan tâm đến các nội dung văn hóa Hàn Quốc của cá nhân tăng hay giảm hay không thay đổi so với 1 năm trước. Nếu như năm 2019, phần lớn người được hỏi đều trả lời rằng mức độ quan tâm của bản thân với Hallyu đều tăng so với 1 năm trước với tỷ lệ lần lượt là 64,4% và 64% thì ở năm 2020 tỷ lệ này chỉ đạt 39,6%, thấp hơn nhiều so với năm 2019. Điều này cho thấy đại dịch covid 19 đã tác động phần nào đến việc làm giảm mức quan tâm đến các nội dung văn hóa Hàn Quốc nói chung của một số cá nhân.

Dự đoán về mức độ được yêu thích của Hallyu trong thời gian tới, 13,8% cho rằng Hallyu đã hết thời ở Việt Nam, 54,6% cho

rằng Hallyu sẽ còn được yêu thích ở Việt Nam trong khoảng từ 1 đến 4 năm nữa. 16,8% dự đoán mức độ yêu thích này sẽ kéo dài thêm 5 đến 10 năm nữa và chỉ có 14,8% dự đoán rằng trên 10 năm nữa Hallyu vẫn sẽ còn được yêu thích ở Việt Nam. Như vậy, phần lớn đối tượng tham gia khảo sát đang đưa ra mức dự đoán khá khiêm tốn về thời gian hưng thịnh của Hallyu tại Việt Nam. Điều này phần nào cho thấy thái độ hoài nghi của một bộ phận khán giả Việt vào sức nóng của Hallyu tại Việt Nam trong thời gian tới nhưng cũng đồng thời là kì vọng của khán giả vào những thay đổi mới mẻ của Hallyu trong tương lai.

Tóm lại, trong thời kì hậu covid 19 (từ năm 2019 đến nay), mức độ quan tâm đến một số nội dung văn hóa của Hàn Quốc tại Việt Nam có giảm nhẹ, đặc biệt là nhóm nội dung văn hóa có tính chất tiếp cận trực tiếp mặt đối mặt như ẩm thực (tại nhà hàng), thời trang (tại cửa hàng thời trang), làm đẹp (tại các spa) v.v... Tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại Hallyu vẫn đang được đón nhận tại Việt Nam với một thái độ tích cực và yêu thích nồng nhiệt. Kết quả khảo sát của KOFICE thấy thái độ yêu mến Hallyu của người Việt Nam thuộc nhóm cao trong khu vực châu Á, chỉ sau Trung Quốc, Indonesia.

3.2. Mức độ tiếp nhận

Có thể thấy rõ mức độ tiếp nhận Hallyu sâu rộng tại Việt Nam thông qua chỉ số tình hình Hallyu. Chỉ số này thể hiện mức độ yêu thích và đại chúng hóa của Hallyu¹. Kết quả khảo sát của KOFICE năm 2019 và năm 2020 cho thấy Việt Nam luôn là quốc gia thuộc nhóm các nước ở giai đoạn đại chúng hóa Hallyu với mức điểm lần lượt là

¹ Cụ thể, chỉ số này đánh giá mức độ được yêu thích của Hallyu tại nước ngoài về 9 sản phẩm (phim truyền hình, show thực tế, điện ảnh, âm nhạc, thời trang, phim hoạt hình/nhân vật, game, làm đẹp, ẩm thực, sách) với thang điểm từ 1-5. Theo đó, mức 0 ~ dưới 2,5 điểm là giai đoạn quan tâm ít đến Hallyu, mức 2,5 ~ 3,5 điểm là giai đoạn mở rộng Hallyu và mức trên 3,5 điểm là giai đoạn đại chúng hóa Hallyu.

3,62 năm 2019 và 3,61 năm 2020. Kết quả này khá tương đồng với các nghiên cứu đi trước khi nhận định Hallyu tại Việt Nam đang bước vào giai đoạn thứ 5 - giai đoạn chín muồi nhất (Trần Thị Thu Lương, 2014) hay giai đoạn bùng nổ trở lại sau quãng nghỉ bão hòa (Trần Thị Hường, Cao Thị Hải Bắc, 2014). Hay nói cách khác, ngay trong thời kì hậu covid 19, Hallyu vẫn đang phát triển mạnh mẽ với phạm vi phổ cập rộng rãi tại Việt Nam. Không chỉ giới trẻ mà hầu hết người Việt Nam ở mọi lứa tuổi đều cảm nhận được sự tồn tại cũng như sự thâm nhập của các nội dung văn hóa Hàn Quốc trong đời sống của người Việt.

Bên cạnh đó, chỉ số tâm lý Hallyu cũng là căn cứ quan trọng phản ánh mức độ tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam. Đây là chỉ số thể hiện mức độ tăng trưởng hay suy thoái của Hallyu². Theo kết quả khảo sát của KOFICE năm 2019, Việt Nam thuộc nhóm nước mà Hallyu đang tăng trưởng cao nhưng sang năm 2020, đại dịch covid 19 được cho là một trong những nguyên nhân khiến cho Việt Nam tụt xuống nhóm nước có Hallyu tăng trưởng ở mức trung bình với mức 121,3 điểm. Mức điểm này không quá cách biệt với mốc điểm tối đa là 130, do vậy nhìn chung trong thời kì hậu covid 19 (năm 2019 và năm 2020) có thể thấy Hallyu vẫn đang có nhiều cơ hội và tiềm năng phát triển tại Việt Nam. Tức là, mức độ tiếp nhận các nội dung văn hóa Hàn Quốc của người Việt vẫn tương đối mạnh mẽ và sâu rộng.

Xét riêng mức độ yêu thích Hallyu theo lĩnh vực thì có thể dễ dàng nhận thấy trong giai đoạn 4.0, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng K-pop đang là nội dung văn hóa Hàn Quốc được yêu thích và tiếp cận nhiều nhất

tại Việt Nam. Kết quả khảo sát trên qui mô 900 đối tượng học sinh THCS, THPT và sinh viên trên cả ba miền Bắc, Trung, Nam của Trần Thị Hường, Cao Thị Hải Bắc và Hà Thu Hường (2020) cho thấy trong 6 nội dung Hallyu được khảo sát thì K-pop đang được yêu thích nhất tại Việt Nam với 33,1% lựa chọn. Kết quả này khá tương đồng với khảo sát năm 2020 của KOFICE với 15% là tỷ lệ cao nhất lựa chọn K-pop là điều đầu tiên liên tưởng đến khi nghĩ tới Hàn Quốc. Việt Nam được biết đến là quốc gia có số lượng câu lạc bộ người hâm mộ K-pop lớn nhất trong số các câu lạc bộ người hâm mộ Hallyu. Theo 'kst.vn', một kênh truyền hình về Làn sóng Hàn Quốc của Việt Nam, có khoảng 800 câu lạc bộ người hâm mộ Làn sóng Hàn Quốc lớn nhỏ tại Việt Nam. Trong số này, hơn 400, hoặc một nửa, được tính là các câu lạc bộ người hâm mộ liên quan đến K-pop như câu lạc bộ "Army" (fan BTS), câu lạc bộ "Blink" (fan Black Pink) v.v... K-pop chiếm khoảng 30% thị trường âm nhạc Việt Nam. Theo thống kê của trang web âm nhạc Việt Nam Nhaccuatui, nhạc Hàn Quốc chiếm 29,2% tổng lượng tiêu thụ âm nhạc, với 19,5% doanh số bán bài hát và trung bình từ 4 đến 5 lượt phát (phát trực tuyến). Điều này có nghĩa là dù K-pop đứng thứ hai so với nhạc Việt nhưng V-pop, K-pop lại thống trị các dòng nhạc khác về doanh số và lượng phát trực tuyến.³

Mức độ yêu thích lớn sẽ dẫn đến lượng tiêu dùng mạnh. Kết quả khảo sát năm 2020 của KOFICE đã cho thấy rõ mức độ tiêu dùng các sản phẩm Hallyu tại Việt Nam tương đối cao. Hầu hết các nội dung văn hóa đều đạt mức trên 60% người trả lời khuyên nên sử dụng sản phẩm Hallyu, trong đó cao nhất là ẩm thực với 78,4%, tiếp đến là làm đẹp với 78,2% và thời trang với 76,8%. Tỷ trọng tiêu dùng thực tế đối với Hallyu nói chung của người Việt Nam đạt

² Cách đo lường chỉ số này là quy đổi những thay đổi trong đánh giá của người tiêu dùng về sản phẩm văn hóa đại chúng Hàn Quốc và số tiền chi ra trước và sau 1 năm. Theo đó, mức 0 ~ 99 là nhóm Hallyu thoái trào, mức 100 - 129 là nhóm Hallyu tăng trưởng trung bình và mức trên 130 là nhóm Hallyu tăng trưởng cao.

³ <https://vietnam.ajunews.com/view/20211126162302781>

31,5%, cao thứ 2 khu vực châu Á, chỉ sau Indonesia (32,3%). Đáng chú ý là 5 nội dung văn hóa được tiêu dùng tăng lên so với trước thời điểm phát sinh covid 19 lần lượt là: game online (3,38 điểm), phim truyền hình (3,36 điểm), phim điện ảnh (3,33 điểm), âm nhạc (3,31 điểm), chương trình truyền hình thực tế (3,29 điểm). Trái lại, một số nội dung bị tiêu dùng giảm đi như làm đẹp (3,08 điểm), thời trang (2,96 điểm), ẩm thực (2,98 điểm). Kết quả này cũng phản ánh tương đối chính xác bối cảnh thực tế của đại dịch covid 19. Do ảnh hưởng của đại dịch, nhiều cơ sở kinh doanh tại Việt

Nam phải tạm ngừng hoạt động hoặc chỉ cho phép mua bán trực tuyến. Vì vậy, việc giảm nhẹ tỷ trọng tiêu dùng các nội dung Hallyu vốn coi trọng yếu tố mặt giáp mặt như mua sắm tại các cửa hàng thời trang, làm đẹp tại spa, ăn uống tại nhà hàng v.v... đồng thời tăng mạnh hoạt động tiêu dùng các nội dung Hallyu thiên về hình ảnh, âm thanh trực tuyến cũng là điều dễ hiểu trong thời kỳ hậu covid 19. Tần suất mua các sản phẩm thuộc nhóm ít liên quan đến cả gia đình trong 1 năm gần đây (gộp cả mức thường xuyên và rất thường xuyên mua) được thể hiện như bảng 1 dưới đây.

Bảng 1: Tần suất tiêu dùng nhóm sản phẩm ít liên quan đến cả gia đình trong 1 năm gần đây

Đơn vị: %

Tên sản phẩm	Tần suất tiêu dùng
Thực phẩm	54,6
Cửa hàng bán thực phẩm	55,0
Mỹ phẩm	60,8
Đồ may mặc	61,0
Đồ trang sức	54,5
Sách truyện	34,4
Đồ uống (Rượu)	42,6

Bảng 1 cho thấy rõ nhóm may mặc và thực phẩm của Hàn Quốc có tần suất được tiêu dùng mạnh nhất tại Việt Nam so với các sản phẩm khác thuộc nhóm sản phẩm ít liên quan đến cả gia đình. Tuy nhiên, như đã lý giải ở trên, do tình hình dịch bệnh covid 19 nên việc tiêu dùng các mặt hàng

may mặc và thực phẩm ở đây phải được hiểu là qua con đường trực tuyến. Bên cạnh đó, tần suất tiêu dùng các sản phẩm Hàn Quốc có liên quan mật thiết tới cả gia đình (gộp cả mức thường xuyên và rất thường xuyên mua) được thể hiện trong bảng 2 dưới đây:

Bảng 2: Tần suất tiêu dùng nhóm sản phẩm liên quan mật thiết đến cả gia đình trong 4 năm gần đây

Đơn vị: lần

Tên sản phẩm	Tần suất tiêu dùng
Đồ điện tử gia dụng	2,37
Điện thoại di động	1,59
Du lịch Hàn Quốc	1,21
Máy tính xách tay/ máy tính bảng	0,87
Thiết bị y tế	0,56
Ô tô	0,37

Bảng 2 cho thấy hai mặt hàng được tiêu dùng nhiều nhất ngay cả trong thời kì hậu covid 19 chính là đồ điện tử gia dụng và điện thoại di động. Điều này có thể cảm nhận rõ rệt khi Việt Nam là nơi có nhà máy sản xuất đồ điện tử của công ty Sam sung - tập đoàn điện tử hàng đầu Hàn Quốc. Có lẽ điều này góp phần tạo hiệu ứng niềm tin vững chắc hơn cho người Việt Nam về chất lượng sản phẩm của Hàn Quốc, từ đó kích thích nhu cầu tiêu dùng hàng điện tử của Hàn Quốc.

Tóm lại, đánh giá về mức độ tiêu dùng Hallyu, KOFICE đã chia thành 4 mức: Nhóm tiêu dùng tích cực, nhóm tiêu dùng ổn định, nhóm tiêu dùng mang tính thử nghiệm và nhóm tiêu dùng ít.⁴ Kết quả khảo sát cho thấy Việt Nam đã trở thành đối tượng tiêu dùng Hallyu ở mức tích cực là mức cao nhất với 6,7 điểm cho tính tiêu dùng đa dạng và 51,1 cho mức độ tiêu dùng ổn định. Đáng chú ý rằng Việt Nam là nước duy nhất trong khu vực châu Á được xếp vào nhóm tiêu dùng Hallyu tích cực do các quốc gia khác không đáp ứng đủ đồng thời 2 tiêu chí tiêu dùng nêu trên.

3.3. Xu hướng tiếp nhận

1) Thiên về hình thức tiêu dùng trực tuyến

Cả thế giới đã và đang bước sang năm thứ 3 kể từ khi dịch bệnh covid 19 bùng phát. Cũng giống nhiều loại hình khác của đời sống, Hallyu đang biến đổi để thích nghi với hoàn cảnh mới. Hơn lúc nào hết các nền tảng, ứng dụng trực tuyến như Youtube, Netflix v.v... trở thành phương tiện vô cùng cần thiết và hiệu quả để truyền tải các nội dung Hallyu đến người hâm mộ. Theo báo cáo của KOCCA, năm 2019, số người sử dụng internet tại Việt Nam đã lên đến 61 triệu người, trong đó 71% đang sử dụng

internet hàng ngày để nghe - nhìn các video. GMV của hầu hết các phương tiện truyền thông trực tuyến của Việt Nam đã tăng gấp 3 lần so với năm 2015, hứa hẹn triển vọng ngày càng có nhiều người Việt Nam hơn nữa lựa chọn hình thức nghe - nhìn các nội dung văn hóa Hàn Quốc thông qua internet.

Thực tế kết quả khảo sát năm 2019 và năm 2020 của KOFICE đã khẳng định ngay cả trong thời kì hậu covid 19, lượng tiêu dùng các nội dung văn hóa như phim truyền hình, phim điện ảnh, âm nhạc (k-pop), game online, chương trình truyền hình thực tế vẫn tăng đều nhờ tính tiện lợi của các phương tiện truyền thông trực tuyến. Thậm chí cả những nội dung văn hóa khác như làm đẹp, thời trang, ẩm thực v.v... mặc dù bị giảm lượng tiêu dùng trực tiếp nhưng cũng đang dần quen với hình thức tiêu dùng trực tuyến. Với tính tiện lợi này, dự đoán trong tương lai, ngay cả khi đại dịch covid 19 qua đi thì hình thức tiêu dùng trực tuyến sẽ vẫn trở thành xu hướng tiếp nhận Hallyu phổ biến tại Việt Nam. Theo thống kê năm 2020 của KOFICE, hiện nay 5 nội dung văn hóa Hàn Quốc được yêu thích nhất và có tiềm năng phát triển hơn cả tại Việt Nam là: làm đẹp (62,8%), thời trang (58,6%), ẩm thực (58,4%), âm nhạc (54,4%), phim điện ảnh (52%), phim truyền hình (47,2%).

Nắm được tâm lý và xu hướng tiêu dùng này, trong tương lai, các nhà sản xuất các nội dung Hallyu có thể cân nhắc đến việc đẩy mạnh quảng bá và cung cấp đa dạng hơn các sản phẩm đang ít được tiêu dùng ở Việt Nam như sách/ truyện, phim hoạt hình v.v... lên các nền tảng, ứng dụng trực tuyến.

2) Không ngại tiêu dùng dưới hình thức trả phí

Khác với giai đoạn trước covid 19, giai đoạn hậu covid 19 ngày càng xuất hiện nhiều các dịch vụ nghe nhìn trực tuyến có phí như một biện pháp khắc phục một phần thiệt hại về tài chính do dịch bệnh covid 19

⁴ Để được xếp vào nhóm 1 cần đạt từ 6 điểm trở lên về tiêu chí tiêu dùng đa dạng và 50 điểm trở nên về mức độ tiêu dùng ổn định. Tương tự với nhóm 2 cần đạt điểm số lần lượt là < 6 và >= 50, nhóm 3 cần đạt điểm số lần lượt là >= 6 và < 50, nhóm 4 cần đạt điểm số lần lượt là < 6 và < 50.

gây ra. Điều đáng chú ý là theo khảo sát của KOFICE năm 2020, Việt Nam là một trong những quốc gia có khuynh hướng sẵn sàng sử dụng các sản phẩm Hallyu cho dù phải trả phí. Thống kê của KOCCA năm 2019 cho biết tỷ lệ nghe nhìn bằng các phương tiện truyền thông có phí trên 1 tiếng mỗi ngày ở Việt Nam đạt đến 40%, tăng khoảng 29% so với năm 2018. Thị trường cung cấp dịch vụ nghe nhìn có phí tại Việt Nam cũng ngày càng đa dạng với các kênh phổ biến như Netflix, Youtube Premium, v.v....

Theo khảo sát của KOFICE năm 2020, nhìn chung, tất cả các nội dung Hallyu được khảo sát đều ghi nhận tỷ lệ trả lời có ý định sử dụng có phí tương đối cao với mức trên 50%. Cụ thể, với lĩnh vực ẩm thực là 64,4%, làm đẹp là 63,6%, thời trang là 60%, phim điện ảnh là 50,6%, âm nhạc là 46%. Như vậy, nhìn chung các nội dung Hallyu được yêu thích và có khuynh hướng được tiêu dùng có phí cao nhất là phim truyền hình, phim điện ảnh, chương trình truyền hình thực tế, làm đẹp, thời trang v.v... còn nhóm nội dung có khuynh hướng tiêu dùng có phí thấp nhất là phim hoạt hình, webtoon và game online.

3) Yêu cầu khắt khe hơn với chất lượng các sản phẩm

Khảo sát của KOFICE cho thấy trong 2 năm 2019 và 2020, tỷ lệ đồng cảm với nhận thức tiêu cực về Hallyu của người Việt Nam có xu hướng liên tục tăng lần lượt là 21,8% và 35,4%. Các nguyên nhân chính khiến khán giả Việt Nam không hài lòng với Hallyu được đưa ra là tính thương mại thái quá (34,5%), tính đơn điệu, nhàm chán (23,7%) v.v... Ngoài ra một lý do khác dẫn đến thái độ không đón nhận Hallyu một cách tích cực được đưa ra là cần thiết phải bảo hộ cho ngành công nghiệp nội dung của Việt Nam (25,4%). Kết quả này có sự logic với kết quả khảo sát nêu trên về tỷ lệ dự đoán thời gian được yêu thích của Hallyu tại Việt Nam trong tương lai. Phần lớn người

được hỏi dự đoán Hallyu chỉ được yêu thích tại Việt Nam trong khoảng 1 đến 4 năm nữa. Điều này có nghĩa là nếu không ngừng đổi mới, sáng tạo coi trọng chất lượng sản phẩm hơn tính thương mại bề ngoài thì Hallyu tại Việt Nam sẽ sớm ngừng phát triển hoặc nghiêm trọng hơn là đi vào suy thoái. Như vậy, có thể thấy khán giả Việt Nam vẫn đang thể hiện mức độ yêu thích nồng nhiệt và mức độ tiêu dùng tích cực với Hallyu nhưng song song với đó là yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng các sản phẩm của làn sóng toàn cầu này.

4) Kỳ vọng các sản phẩm hợp tác Hàn - Việt

Như đã đề cập ở trên, Đại hội Đảng khóa VIII đang chủ trương phát triển công nghiệp văn hóa, trong đó tăng cường học tập Hàn Quốc trong việc khai thác các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc để tạo dấu ấn Việt Nam trên bản đồ văn hóa thế giới. Do vậy, việc giao lưu, hợp tác Hàn - Việt để tạo ra các sản phẩm chung về điện ảnh, âm nhạc, chương trình truyền hình thực tế, game online, thời trang v.v... sẽ là xu hướng đầy triển vọng và được kỳ vọng bởi khán giả Việt.

Bước sang giai đoạn 4.0, nhiều diễn đàn, hội thảo, dự án hợp tác Hàn - Việt về lĩnh vực điện ảnh đã được thực hiện. Tiêu biểu là diễn đàn Mạng lưới kết nối công nghiệp điện ảnh Việt Nam - Hàn Quốc lần thứ 2 diễn ra trong 3 ngày tại thành phố Hồ Chí Minh năm 2017. Tại diễn đàn, các nhà làm phim, lãnh đạo của Cục Điện ảnh Việt Nam cũng như Hội đồng điện ảnh Hàn Quốc (KOFIC) đã cùng nhau ngồi bàn về những hướng phát triển, hợp tác song phương để đưa nền điện ảnh của cả hai đi xa hơn và bền vững hơn. Đầu tư cho điện ảnh Việt Nam là một trong những cam kết mà phía KOFIC nêu ra tại diễn đàn hợp tác lần này. Đặc biệt, để những dự án hợp tác làm phim giữa Hàn Quốc và Việt Nam thời gian tới thông suốt và hỗ trợ tối đa các dự án phim Việt, KOFIC

sẽ mở văn phòng đại diện tại Việt Nam trong thời gian tới. Các hình thức hợp tác phổ biến về điện ảnh giữa Việt Nam và Hàn Quốc hiện nay là làm lại các phim của nhau và cùng nhau viết kịch bản, đạo diễn hoặc tham gia diễn xuất. Ở xu hướng thứ nhất, hiện nay chủ yếu là phía Việt Nam mua lại bản quyền các phim của Hàn Quốc. Một số bộ phim làm lại từ bản gốc Hàn Quốc khá thành công gần đây như “*Gạo nếp gạo tẻ*” (2018), “*Gia đình là số 1*”, “*Em là bà nội của Anh*”, “*Sắc đẹp ngàn cân*”, “*Hương vị tình thân*” v.v... Phía Hàn Quốc cũng đang có kế hoạch làm lại bộ phim “*Em chưa 18*” của Việt Nam trong thời gian tới. Một số bộ phim hợp tác Hàn - Việt thành công theo xu hướng thứ hai là *Mùi ngò gai* (2006), *Cô dâu vàng* (2008), *Chào cô Thúy* (2013), *Tuổi thanh xuân* (2014, 2016)...

Cùng với điện ảnh, âm nhạc cũng đã và đang có những hợp tác thành công nhất định. Những màn kết hợp thành công giữa V-pop và K-pop đáng kể đến như BTS và nhạc sĩ Thanh Bùi cùng phối lại ca khúc “*Danger*” năm 2014, Hồ Quỳnh Hương song ca cùng 2 thành viên nhóm nhạc Davichi với ca khúc “*Hoang mang*”, Soobin Hoàng Sơn quay MV cùng Ji Yeon (T-ara) v.v...

Các ngành liên quan cũng đang nhanh chóng cảm nhận được hiện tượng này và chuyển động. SM Entertainment đã mở chi nhánh lần đầu tiên của một công ty giải trí Hàn Quốc tại Thành phố Hồ Chí Minh vào tháng 7 năm ngoái bất chấp hậu quả của Covid 19. Công ty phát thanh truyền hình nhà nước Việt Nam 'VTC10' cũng đã lần đầu tiên mở chi nhánh Hàn Quốc với tư cách là đài truyền hình Việt Nam vào tháng 3 với mục tiêu tạo ra sức mạnh tổng hợp thông qua việc phát sóng trong giao lưu văn hóa Hàn - Việt. Thông qua đó, VTC10 dự kiến sản xuất các nội dung Hallyu như K-pop của Hàn Quốc và truyền tải đến khán giả Việt Nam vào khung giờ vàng buổi tối.

5) Khởi nghiệp từ Hallyu

Nghiên cứu của Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc và Hà Thu Hương (2020) đã tiến hành phỏng vấn sâu một số đại diện tiêu biểu khởi nghiệp thành công từ Hallyu như bà Đinh Thị Thu Hương, chủ chuỗi cửa hàng gà rán Hàn Quốc MoMo; bà Lê Thị Thu Trang, Phó Giám đốc Công ty TNHH Du lịch Haydi, đại diện các nhóm nhảy K-pop cover dance tại Việt Nam như nhóm The A-code; ông Đào Quốc Thắng, Giám đốc Trung tâm Huấn luyện và Thi đấu thể dục thể thao Hà Nội, Ủy viên Thường vụ, Phó Tổng Thư ký Liên đoàn Taekwondo Việt Nam, nguyên Trưởng bộ môn Taekwondo Hà Nội; bà Nguyễn Thị Ánh Nguyệt, Giám đốc của Spa The Sisters tại Mỹ Đình, Từ Liêm, Hà Nội. Các đối tượng này đều xuất phát điểm là những người hâm mộ và có nhiều cơ hội tiếp xúc với Hallyu. Trong quá trình tiếp nhận, họ không chỉ thụ hưởng các giá trị văn hóa, tinh thần, giải trí của Hallyu mà còn biết khai thác giá trị kinh tế của làn sóng có thể lực toàn cầu này. Họ đã biết lợi dụng sức ảnh hưởng mạnh mẽ của Hallyu để khởi nghiệp bằng hình thức kinh doanh online hoặc offline các sản phẩm công nghiệp – văn hóa Hàn Quốc đa dạng như ẩm thực, mỹ phẩm, thời trang, đồ điện tử, công nghệ làm đẹp, du lịch v.v...

4. Hàm ý chính sách cho phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

4.1. Đẩy mạnh sản xuất số lượng lớn song song hợp tác với nước ngoài

Thực tế đã chứng minh thành công vang dội của các tác phẩm điện ảnh làm lại từ bản quyền của Hàn Quốc hay các tác phẩm phối hợp sản xuất giữa Hàn Quốc và Việt Nam. Tuy nhiên, bên cạnh xu hướng tăng cường hợp tác với nước ngoài, Việt Nam cần chủ động đẩy mạnh tự sản xuất các tác phẩm của chính mình với số lượng lớn. Chiến lược quảng bá của Hàn Quốc cho thấy một món ăn dù ngon hay chưa ngon nhưng nếu được nấu với tần xuất nhiều thì

sẽ dần dần gây được chú ý và ấn tượng sâu đậm từ phía người thưởng thức cũng như hình thành được nhiều kĩ năng, kinh nghiệm cho người nấu. Liên hệ với điện ảnh Việt Nam, các bộ phim 100% bản quyền của Việt Nam được sản xuất vẫn chưa nhiều, hay nói cách khác là chưa đủ cơ sở dữ liệu để thu hút sự quan tâm của khán giả.

Bên cạnh đó, Việt Nam không nên chờ đợi học hỏi đầy đủ các bí kíp từ nước ngoài rồi mới tự tạo các tác phẩm của chính mình. Bởi trong thời đại hội nhập và kinh tế thị trường hiện nay, sự lặng im chờ đợi có thể khiến chúng ta bị lùi lại thêm nhiều bước. Mặt khác, học hỏi thông qua hợp tác chính là con đường tắt nhanh chóng và hiệu quả nhất để quảng bá hình ảnh Việt Nam ra toàn thế giới.

Tuy nhiên, muốn sản xuất các tác phẩm với số lượng lớn Việt Nam cần đảm bảo 2 điều: ngân sách đầu tư lớn và tâm thế sẵn sàng chấp nhận rủi ro. Do vậy, chính phủ và các bên liên quan cần thay đổi tầm nhìn và mạnh dạn đầu tư hơn nữa để phát triển ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam.

4.2. Khai thác chất liệu từ đặc trưng văn hóa truyền thống của Việt Nam

Hàn Quốc chính là bài học tiêu biểu về việc khai thác thành công các giá trị văn hóa truyền thống để quảng bá hình ảnh đất nước. Mỗi Quốc gia đều có những bản sắc văn hóa riêng. Nếu biết khai thác và làm bật được những đặc trưng riêng đó thì sẽ tạo được hiệu kì cho khán giả nước ngoài. Bên cạnh đó, những khán giả trong nước cũng sẽ được khơi gợi lòng tự tôn và niềm tự hào dân tộc, từ đó sẽ đón nhận các tác phẩm văn hóa của nước nhà một cách tự nhiên, tích cực hơn. Hay nói cách khác, một ngành công nghiệp văn hóa nếu chỉ bắt chước một cách máy móc để khai thác các chủ đề giống với văn hóa nước ngoài thì khó có thể là cách đi bền vững. Xu hướng hưởng sẵn này chỉ tạo nên trào lưu nhất thời và nhanh bị suy thoái.

4.3. Coi trọng chiến lược truyền thông

Không thể phủ nhận một trong những thành công của ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc là chiến lược truyền thông vô cùng chuyên nghiệp, bài bản và có hiệu quả. Bài toán đầu tiên được đặt ra là phải nhận thức đúng và đủ về tầm quan trọng của truyền thông trong quá trình phát triển nền công nghiệp văn hóa. Thực tế cho thấy công tác truyền thông về văn hóa của Việt Nam vẫn chưa thật sự ồ ạt về số lượng cũng như sâu sắc về chất lượng. Thiết nghĩ chính phủ Việt Nam cần có những đầu tư ngân sách nhiều hơn nữa cho lĩnh vực truyền thông, đồng thời cần xây dựng các chiến lược truyền thông cụ thể theo nhiều tiêu chí như thời gian, không gian, đối tượng tiếp nhận... để đạt được hiệu quả quảng bá cao nhất.

5. Kết luận

Bài viết đã khái lược lịch sử hình thành và phát triển Hallyu tại Việt Nam qua 4 giai đoạn từ 1.0 đến 4.0. Theo đó, Hallyu tại Việt Nam đang ở giai đoạn đỉnh cao nhất và hầu như chưa có dấu hiệu hạ nhiệt. Tiếp đó, bài viết đã phân tích hiện trạng tiếp nhận Hallyu tại Việt Nam thời kì hậu covid 19 thông qua một số khía cạnh như thái độ, mức độ và xu hướng tiếp nhận. Bất chấp ảnh hưởng của đại dịch covid, các khán giả Việt vẫn đang tiếp nhận Hallyu với một thái độ tích cực, có chọn lọc và phê phán. Do vậy, Hallyu vẫn đang được yêu thích và tiêu dùng tại Việt Nam với mức độ sâu, rộng. Về xu hướng tiếp nhận, Hallyu tại Việt Nam đang được tiếp nhận với xu hướng đa dạng, nhanh nhạy, hòa nhập nhưng không hòa tan. Từ việc nắm rõ hiện trạng tiếp nhận Hallyu, bài viết này đã mạnh dạn đề xuất một số hàm ý chính sách cho chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam như: *Đẩy mạnh sản xuất số lượng lớn song song hợp tác với nước ngoài, Tập trung khai thác chất liệu từ đặc trưng văn hóa truyền thống của Việt Nam, Coi trọng chiến lược truyền thông.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Cao Thị Hải Bắc (2020), “Các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức và lối sống của thanh thiếu niên Việt Nam sau khi tiếp nhận Hallyu”, *Tạp chí Hàn Quốc học*, số 3(33)/2020.
2. Đặng Thiệu Ngân (2014), “Làn sóng Hallyu ở Việt Nam”, *Tạp chí Hàn Quốc học*, Số 2(8), tr. 32~48.
3. Đặng Thiệu Ngân (2017), “*Ảnh hưởng của văn hóa Hàn Quốc (Hallyu) đối với văn hóa Việt Nam đương đại*”, Luận án tiến sĩ Văn hóa học, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
4. Đỗ Thị Liên Vân (2013), *Nghiên cứu sự ảnh hưởng của làn sóng Hàn tới lối sống, hành vi ứng xử của học sinh THPT Hà Nội giai đoạn 2009 – 2013*, Luận văn thạc sĩ, Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Lê Đình Chinh (2016), “Quyền lực mềm của văn hóa Hàn Quốc – Hallyu ở Việt Nam và ảnh hưởng của nó”, *Tạp chí Nghiên cứu Đông Bắc Á*, số 3 (181).
6. Lý Xuân Chung (2012), “Ảnh hưởng của Hàn lưu đến các nước châu Á và nguyên nhân”, *Kỷ yếu Hội thảo Viet Nam - Korea Relationship in the past, the present and the future*, tr. 76~85.
7. Mai Ngọc Chừ (2012), “Hallyu từ góc nhìn quyền lực mềm”, *Tạp chí Hàn Quốc học*, số 1.
8. 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.
9. Phan Thị Thu Hiền (2016), “Điểm mạnh và điểm yếu của Hàn lưu (so sánh với Nhật lưu)”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế KF2016: Nghiên cứu, giảng dạy ngữ pháp tiếng Hàn và văn hóa xã hội Hàn Quốc*.
10. Tạ Thị Lan Khanh (2014), “Hallyu, sức mạnh truyền thông văn hóa Hàn Quốc”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, số 355.
11. Trần Thị Hường và Cao Thị Hải Bắc (2014), “Ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam: Nhìn từ góc độ liên ngành”, *Tạp chí Hàn Quốc học*, số 3.
12. Trần Thị Hường, Cao Thị Hải Bắc và Hà Thu Hường (2020), *Ảnh hưởng của Hallyu đến nhận thức và lối sống của thanh thiếu niên Việt Nam*, nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

13. Trần Thị Thu Lương (2014), “Làn sóng Hàn Quốc ở Việt Nam và giáo dục tiếng Hàn: nghiên cứu trường hợp tại trung tâm tiếng Hàn thuộc thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Nhân văn học*, tập 11, tr. 330-342.

14. Vũ Hoa Ngọc (2011), “Nghiên cứu ảnh hưởng của phim Hàn Quốc đối với sinh viên Hà Nội”, *Thông báo văn hóa 2011-2012*.

Tiếng Hàn

1. KOFICE (2020), *Khuynh hướng Hallyu toàn cầu năm 2019*.
2. KOFICE (2021), *Khuynh hướng Hallyu toàn cầu năm 2020*.

Abstract

THE CURRENT SITUATION OF HALLYU ACCEPTANCE IN THE POST-COVID 19 AND POLICY IMPLICATIONS FOR DEVELOPMENT OF CULTURAL INDUSTRY IN VIETNAM

Using the main document statistics system of KOFICE and the method of synthesizing and analyzing documents from available sources, this article has investigated the current situation of Hallyu acceptance in Vietnam in 3 aspects: status, level degree and tendency of acceptance. From there, the article proposes a few of policy implications for the development strategy of the cultural industry in Vietnam. Some results drawn from the analysis results are as follows: (1) Vietnamese audiences are receiving Hallyu at a deep level of use with an active pole, filters and criticisms, and many various trends, keep up with the era; (2) From Korea's experience, in the development of the cultural industry, Vietnam needs to promote the self-production in a large number along with the international cooperation. In addition, Vietnam should focus on exploring the cultural characteristics as well as the communication strategy.

Keywords: The current situation of Hallyu acceptance, the post-covid 19, cultural industry

CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ KINH TẾ CỦA HÀN QUỐC TRONG ĐẠI DỊCH COVID-19 VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Lê Thị Việt Hà*

Nguyễn Thị Phương Nga**

Vũ Đình Hoà***

Hoàng Văn Hào****

Tóm tắt

Đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế thế giới, nhiều quốc gia ghi nhận tốc độ tăng trưởng âm trong năm 2020. Hàn Quốc cũng không phải ngoại lệ, khi nền kinh tế tăng trưởng âm lần đầu tiên trong vòng 22 năm kể từ sau cuộc khủng hoảng tiền tệ châu Á. Tuy nhiên, bằng các chính sách phản ứng nhanh chóng và hiệu quả Hàn Quốc đã hạn chế thiệt hại cho nền kinh tế trong nước và sản lượng thu hẹp ít hơn bất kỳ quốc gia OECD nào khác. Những kinh nghiệm trong hỗ trợ phát triển kinh tế của Hàn Quốc trong đại dịch rất đáng để các quốc gia trong khu vực và trên thế giới học hỏi. Bằng phương pháp thống kê, thu thập các dữ liệu thứ cấp bài viết này tập trung nghiên cứu các chính sách hỗ trợ kinh tế của Hàn Quốc trong đại dịch COVID-19 từ đó nhằm rút ra các bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, giúp Việt Nam có thể nhanh chóng phục hồi sau cú sốc do đại dịch COVID-19 gây ra.

Từ khóa: Chính sách phục hồi kinh tế, đại dịch COVID-19, Hàn Quốc, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Đại dịch COVID-19 được phát hiện lần đầu tiên tại Vũ Hán (Trung Quốc) vào tháng 12 năm 2019 và trở thành đại dịch toàn cầu vào tháng 3 năm 2020, đã gây ra những tác động tiêu cực đáng kể đến sự phát triển của mỗi quốc gia nói riêng và phạm vi toàn cầu trên tất cả các khía cạnh môi trường, kinh tế và xã hội (UNDP, 2020). Ngân hàng Thế giới và Quỹ Tiền tệ Quốc tế đều nhận định khủng hoảng COVID-19 là trầm trọng kể từ sau Đại Khủng hoảng 1929-1933. COVID-19 gây cú sốc đa chiều về y tế cộng đồng, việc làm, hoạt động kinh doanh trong nước; giao thương quốc tế bị đóng băng, tài chính công... Trải qua hơn 2 năm bùng phát, đến nay đại dịch vẫn chưa được kiểm soát hiệu quả và còn lây lan nhanh, diễn biến phức tạp tại Châu Âu, Mỹ và nhiều nước châu Á và có tác động tiêu cực đối với mọi hoạt động kinh tế - xã hội toàn cầu trong đó, hầu hết các ngành, lĩnh vực kinh tế đều chịu tác động tiêu cực. Câu hỏi đặt ra là, trong bối cảnh nguồn lực luôn có hạn, các quốc gia cần thiết kế và thực thi các gói hỗ trợ nhanh và hiệu quả, vậy làm thế nào để xác định đúng và trúng đối tượng cần hỗ trợ để nhanh chóng phục hồi và phát triển sau đại dịch.

Hàn Quốc là quốc gia có sự phát triển thần kỳ sau chiến tranh thế giới lần thứ II, từ một đất nước nghèo nàn và lạc hậu sau

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

** Đại học Phenikaa (Hà Nội)

*** Đại học Phenikaa (Hà Nội)

**** Đại học Công đoàn (Hà Nội)

chiến tranh, trải qua 70 năm Hàn Quốc đã trở thành nền kinh tế hàng đầu trong khu vực Châu Á (BK, 2021). Theo thống kê của Ngân hàng thế giới (WB), giai đoạn 2010 - 2020 tốc độ tăng trưởng kinh tế Hàn Quốc tăng trưởng tương đối ổn định và đạt mức tăng trưởng kinh tế trung bình khoảng từ 2.0 - 3.0%. Tuy nhiên, do đại dịch COVID-19 kéo dài, đã làm nền kinh tế Hàn Quốc chịu sự tổn thất nghiêm trọng. Lần đầu tiên sau 22 năm kể từ khủng hoảng tài chính tiền tệ Châu Á, năm 2020 nền kinh tế của Hàn Quốc tăng trưởng âm (-0.96%) tương tự nhiều quốc gia trên thế giới. Đứng trước khó khăn và thách thức, bằng các chính sách phản ứng nhanh chóng và hiệu quả Hàn Quốc đã hạn chế thiệt hại cho nền kinh tế trong nước và sản lượng thu hẹp ít hơn bất kỳ quốc gia OECD nào khác (OECD, 2020). Do vậy nghiên cứu này được thực hiện nhằm trả lời các câu hỏi:

(i) Chính phủ Hàn Quốc đã có những chính sách hỗ trợ kinh tế nào để giảm các thiệt hại và phục hồi nhanh chóng những tác động tiêu cực do đại dịch COVID-19 gây ra.

(ii) Chính phủ Việt Nam có thể học hỏi được gì từ các chính sách hỗ trợ kinh tế của Hàn Quốc để khôi phục và phát triển kinh tế của quốc gia mình hậu COVID-19.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính là phương pháp được sử dụng trong bài viết này. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 vẫn đang diễn biến phức tạp trên phạm vi toàn cầu và tác động của nó đối với các khía cạnh kinh tế - xã hội - môi trường còn chưa được xác định rõ ràng, thì nghiên cứu định tính được xem là tương đối phù hợp nhằm khám phá ra những ý tưởng quan trọng có thể vượt ra ngoài các phân tích thống kê đơn thuần của phương pháp nghiên cứu định lượng (Bernard, 2006; Sliverman, 2009).

Về dữ liệu, nghiên cứu sử dụng chủ yếu thứ cấp được tác giả thu thập từ Viện nghiên cứu phát triển Hàn Quốc (KDI), Tổ chức hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), Ngân hàng trung ương Hàn Quốc, Bộ Kinh tế và Tài chính và các trang điện tử đài KBS... để phân tích số liệu phục vụ các nhận định và đánh giá trong nghiên cứu.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tác động của COVID-19 đến nền kinh tế Hàn Quốc

Hàn Quốc ghi nhận ca nhiễm COVID-19 đầu tiên vào ngày 20/1, bệnh nhân là một phụ nữ người Trung Quốc đến từ thành phố Vũ Hán, tỉnh Hồ Bắc, “tâm dịch” COVID-19 đầu tiên trên thế giới. Tiếp đó, vào ngày 18/2, Hàn Quốc bùng phát một lượng lớn ca nhiễm COVID-19 liên quan tới nhà thờ Shincheonji ở thành phố Daegu, dịch bệnh bắt đầu lây lan mạnh. Làn sóng lây nhiễm đầu tiên đạt đỉnh điểm vào ngày 29/2, với số ca nhiễm mới lên tới 909 ca, rồi sau đó giảm dần. Chỉ trong vòng một tháng, tổng số ca nhiễm ở tâm dịch là thành phố Daegu và tỉnh Bắc Gyeongsang đạt gần 8.000 ca. Đó là thời điểm trước khi dịch COVID-19 lây lan mạnh ra toàn thế giới, khiến nhiều nước ban lệnh cấm nhập cảnh với du khách đến từ Hàn Quốc. Tiếp đó, từ tháng 3, xảy ra nhiều vụ lây nhiễm tập thể liên quan tới trung tâm chăm sóc khách hàng, cơ sở tôn giáo, buộc Chính phủ Hàn Quốc phải áp dụng cơ chế “giãn cách xã hội”, hạn chế hoạt động của các cơ sở tập trung đông người. Nhờ các biện pháp phòng dịch quyết liệt mà số ca nhiễm giảm dần. Chiến lược ngăn chặn dựa trên kiểm soát nhập cảnh nước ngoài, thử nghiệm, truy tìm và xử lý đã được thực hiện (MHW, 2020):

- Lệnh cấm nhập cảnh và kiểm dịch: cấm du khách đến từ tỉnh Hồ Bắc nhập cảnh vào Trung Quốc từ đầu tháng 2 năm 2020. Kể từ ngày 1 tháng 4, tất cả những người

đến Hàn Quốc phải tự cách ly 14 ngày và kể từ ngày 11 tháng 5, tất cả những người đến Hàn Quốc, bất kể quốc tịch, trải qua bài kiểm tra COVID-19 bắt buộc.

- Kiểm tra: các phương pháp cải tiến, chẳng hạn như các phương tiện kiểm tra lái xe và đi bộ, cùng với sự phát triển nhanh chóng của các thử nghiệm, cho phép thử nghiệm rộng rãi. Tính đến ngày 3 tháng 8, gần 1,6 triệu người đã được kiểm tra, trong đó 0,9% được chứng minh là dương tính.

- Truy tìm: các cuộc điều tra dịch tễ học nghiêm ngặt được thực hiện, sử dụng các giao dịch thẻ tín dụng, ghi hình camera quan sát và dữ liệu GPS trên điện thoại di động khi cần thiết. Thông tin ẩn danh về các liên hệ được tiết lộ cho công chúng và những người tiếp xúc gần với các trường hợp dương tính sẽ được tự cách ly, với tình trạng sức khỏe của họ được theo dõi từ xa.

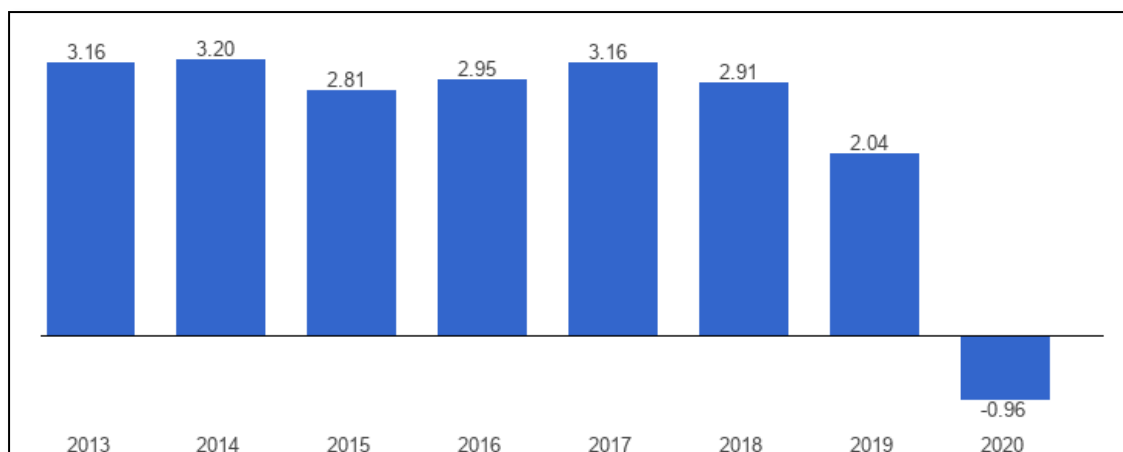
- Điều trị: bệnh nhân được phân loại theo mức độ nặng và có hướng điều trị thích hợp các hướng điều trị tại bệnh viện đối với các trường hợp nặng và các trung tâm điều trị nội trú đối với các trường hợp nhẹ hơn.

Các nguồn lực và tổ chức chăm sóc sức khỏe đã được điều chỉnh để ứng phó với đại dịch. Các công cụ kỹ thuật số, đặc biệt là ứng dụng di động, trí tuệ nhân tạo và các thiết bị cho phép làm việc và dịch vụ từ xa cung cấp (bao gồm cả y tế từ xa) đã đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược ngăn chặn sự lây lan của COVID 19 ở Hàn Quốc.

Tuy nhiên, tính đến thời điểm hiện tại (12/2021) diễn biến dịch bệnh của Hàn Quốc vẫn diễn biến tương đối phức tạp. Theo Ủy ban đối sách phòng dịch trung ương thuộc Cơ quan quản lý dịch bệnh Hàn Quốc (KDCA) trong hai tuần đầu tháng

12/2021, Hàn Quốc ghi nhận liên khoảng 7.000 ca nhiễm/ ngày. Đứng trước sự bùng phát này, Chính phủ Hàn Quốc đã tăng cường sử dụng các chính sách giãn cách xã hội, quy định số người được phép tụ tập tối đa trên phạm vi toàn quốc giảm xuống còn 4 người. Quán cà phê, nhà hàng được phép mở cửa đến 9 giờ tối. Các cơ sở tập trung đông người khác hoạt động đến 9-10 giờ tối. Cơ sở tôn giáo chỉ được hoạt động với tối đa 70% số người cho phép, áp dụng cho người đã hoàn tất tiêm chủng vắc-xin COVID-19. Trường hợp bao gồm cả người chưa tiêm chủng, tiêu chuẩn số người cho phép giảm từ 50% xuống còn 30% và tối đa là 299 người. Các buổi tụ tập liên quan đến tôn giáo cũng chỉ giới hạn tối đa với 4 người đã hoàn tất tiêm phòng.

Đại dịch COVID-19 đã có những ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế Hàn Quốc. Xét theo quý, tỷ lệ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) thực tế quý I đạt -1,3%, quý II là -3,2 %, hai quý liên tiếp tăng trưởng âm. Trong quý III, kinh tế Hàn Quốc tăng trưởng dương trở lại, đạt 2,1%. Tuy nhiên, làn sóng lây nhiễm COVID-19 lần thứ ba lại bắt đầu dâng cao cả ở trong nước và trên toàn thế giới, một lần nữa kéo tụt tăng trưởng kinh tế. Các hộ kinh doanh nhỏ lẻ, chủ yếu ở lĩnh vực dịch vụ tiếp xúc trực tiếp nhiều, là đối tượng chịu thiệt hại lớn nhất. Ngoài ra, xuất khẩu cũng bị đình trệ do lệnh phong tỏa của các nước. Trong năm 2020, tổng kim ngạch xuất khẩu của Hàn Quốc ước tính đạt 507,7 tỷ USD, giảm 6,4% so với năm 2019, hai năm giảm liên tiếp sau mức giảm 10,3% năm 2019 (KBS News, 2020). Năm 2020 là năm đầu tiên sau 22 năm nền kinh tế của Hàn Quốc tăng trưởng ở mức âm (xem hình 1).



Hình 1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế Hàn Quốc, giai đoạn 2013 - 2020

(Nguồn: Bank of Korea, 2021)

Năm 2020 cũng là một năm khó khăn với tuyển dụng. Lao động có việc làm trong tháng 4 đã giảm tới 476.000 người so với cùng kỳ năm trước, mức giảm cao kỷ lục trong vòng hơn 21 năm qua. Lao động có việc làm tháng 10 giảm 421.000 người, so với cùng kỳ năm 2019.

Trong năm 2021, nền kinh tế Hàn Quốc tiếp tục có những dấu hiệu suy giảm mạnh hơn, thể hiện qua các khoản chi trả bảo hiểm thất nghiệp hàng tháng lên tới hơn 1.000 tỷ won (863,6 triệu USD) tháng thứ 6 liên tiếp vào tháng 7 /2021. Theo số liệu của Cơ quan thống kê Hàn Quốc (SK), trong tháng 7/2021, Hàn Quốc có thêm 542.000 việc làm mới song tăng trưởng việc làm đã chậm lại trong tháng thứ 3 liên tiếp do đại dịch COVID-19. Trong đó, ngành khách sạn giảm 12.000 việc làm và bán lẻ mất 186.000 việc làm. Theo Ngân hàng trung ương Hàn Quốc (BoK) trong tháng 6/2021 trong số 2.520 công ty được thành lập vào năm 2020, hơn 1/3 (tương đương 39,7%) không đạt được lợi nhuận hoạt động đủ để trang trải chi phí lãi vay của họ. Đáng chú ý là áp lực lạm phát đang gia tăng, với tỷ lệ lạm phát ở mức cao hơn mục tiêu bình ổn giá của BoK là 2% trong tháng thứ 4 liên tiếp. Trong

tháng 7/2021, tổng cộng có 141 mặt hàng được mua thường xuyên, trong đó có cả hàng tạp hóa, ghi nhận mức tăng giá 3,4% so với cùng kỳ năm 2020. Lạm phát cơ bản - không bao gồm mặt hàng thực phẩm và năng lượng - tăng 1,7%. Giá các mặt hàng thiết yếu sử dụng hàng ngày ở Hàn Quốc cũng đang tăng do giá dầu thô và nguyên liệu thô tăng cao. Xuất khẩu trong năm 2021 cũng có thể tiếp tục bị ảnh hưởng nếu biến thể của virus SARS-CoV-2 tiếp tục lây lan rộng, dẫn đến nhu cầu hàng hóa và dịch vụ giảm mạnh.

3.2. Chính sách hỗ trợ kinh tế của Hàn Quốc trong đại dịch COVID-19

Trong thời kì diễn ra đại dịch COVID-19, Chính phủ đã thực hiện các biện pháp thích hợp và nhanh chóng để hỗ trợ nền kinh tế và giảm bớt khó khăn (xem Bảng). Tổ chức OECD, 2020 đã nhận định Hàn Quốc đã trong số các quốc gia thành công nhất trên thế giới trong việc hạn chế sự lây lan của dịch bệnh và số lượng các ca tử vong. Điều đặc biệt, Hàn Quốc đã đạt được kết quả này mà không cần đóng cửa bất kỳ thành phố hoặc khu vực nào, do đó đã giảm thiểu được tối đa các tác động tiêu cực về kinh tế do sự bùng phát của dịch bệnh.

Bảng 1. Tóm tắt chính sách hỗ trợ kinh tế của Hàn Quốc trong đại dịch COVID-19

Thời gian	Mục đích	Quy mô	Đối tượng chính
		Tổng số hỗ trợ của hơn 277 nghìn tỷ KRW (14,4% GDP)	Hỗ trợ ngân sách bổ sung: 59,2 nghìn tỷ KRW (3,1% GDP) Hỗ trợ tài chính (cho vay và bảo lãnh): hơn 200 nghìn tỷ KRW (10,6% GDP) Khác: giảm thuế, hoãn đóng góp an sinh xã hội.
5-20/3	Hỗ trợ hệ thống kiểm dịch, gia đình bị ảnh hưởng và các doanh nghiệp	KRW 4,3 nghìn tỷ (Ngân sách 0,3 nghìn tỷ KRW, tài trợ KRW 4.0 nghìn tỷ)	0,1 nghìn tỷ KRW để kiểm dịch (ngân sách) 2,0 nghìn tỷ KRW cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (cho vay và bảo lãnh) 0,3 nghìn tỷ KRW cho các hãng hàng không giá rẻ (giảm phí) Chuẩn bị chính sách cho các lĩnh vực bị ảnh hưởng nặng nề hơn, chẳng hạn như ô tô, hàng không, ngành vận tải biển, du lịch và xuất khẩu.
28/3	Hỗ trợ cho các hộ gia đình và củng cố các khu vực tài chính	KRW 16 nghìn tỷ (Ngân sách 2,8 nghìn tỷ KRW, tài trợ 11,7 KRW nghìn tỷ, lợi ích về thuế KRW 1,7 nghìn tỷ)	2,8 nghìn tỷ KRW hỗ trợ cho tiêu dùng và chăm sóc gia đình. 2,5 nghìn tỷ won cho các khoản vay và bảo lãnh lãi suất thấp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. 0,5 nghìn tỷ KRW để hỗ trợ cho các quỹ bảo lãnh tín dụng địa phương (đảm bảo) 8,2 nghìn tỷ KRW để hỗ trợ thanh khoản cho lĩnh vực tài chính (thanh khoản) 1,7 nghìn tỷ KRW cho tín dụng thuế để giảm tiền thuê và cắt giảm thuế tiêu thụ cá nhân đối với ô tô (lợi ích về thuế)
16/3	Chính sách cắt giảm lãi suất của Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc		Tỷ lệ chính sách 50 điểm cơ bản cắt giảm xuống 0,75% Cắt giảm lãi suất đối với Cơ sở Hỗ trợ Cho vay Trung gian của Ngân hàng đến 0,25%
17/3	Bổ sung ngân sách lần thứ 1	KRW 11,7 nghìn tỷ (0,6% GDP) - Chi phí mở rộng trong tổng số 10,9 nghìn tỷ KRW - Điều chỉnh doanh thu của	2,1 nghìn tỷ KRW để phòng ngừa, chẩn đoán và điều trị vi rút 4,1 nghìn tỷ KRW cho các khoản vay cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và thương gia nhỏ 3,5 nghìn tỷ KRW để hỗ trợ sinh kế khẩn cấp 1,2 nghìn tỷ KRW để viện trợ cho nhân

		KRW 0,8 nghìn tỷ	viên và các tỉnh bị ảnh hưởng nặng nề, bao gồm mở rộng trợ cấp duy trì việc làm và ủng hộ tài chính Hỗ trợ phòng chống dịch và khu vực điều trị bệnh được chỉ định.
19-24/3	Lập kế hoạch cung cấp tài chính cho công ty và ổn định thị trường tài chính (trái phiếu và chứng khoán)	Ban đầu là 50 nghìn tỷ KRW Tăng lên 100 KRW nghìn tỷ (5,1% GDP)	22,5 nghìn tỷ KRW để cho vay đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thương gia nhỏ và tư nhân (cho vay và bảo lãnh) 29,1 nghìn tỷ KRW để hỗ trợ các công ty lớn và vừa (cho vay và đảm bảo) 17,8 nghìn tỷ KRW để tránh khủng hoảng tín dụng (các khoản vay và bảo lãnh) 20,0 nghìn tỷ KRW: Quỹ Bình ổn Thị trường Trái phiếu để thực hiện chức năng tài chính (cung cấp thanh khoản được tài trợ bởi các tổ chức tài chính) 10,7 nghìn tỷ KRW: Quỹ Bình ổn Thị trường Chứng khoán (tính thanh khoản cung cấp bởi các tổ chức tài chính) Tăng khả năng thanh khoản ngoại tệ bằng cách tăng trần đối với các vị thế phái sinh ngoại hối của các ngân hàng và nới lỏng các quy tắc ổn định thị trường ngoại hối (26 và 28 tháng 3)
19/3	Thỏa thuận hoán đổi tiền tệ với Mỹ	60 tỉ USD	Thỏa thuận hoán đổi tiền tệ song phương giữa Ngân hàng Hàn Quốc và dự trữ liên bang Hoa Kỳ trong 6 tháng (tính thanh khoản của đồng đô la)
20/3, 10/4, 2/7	Mua trái phiếu kho bạc bởi Ngân hàng Hàn Quốc	4,5 nghìn tỉ KRW	4,5 nghìn tỷ KRW (1,5 nghìn tỷ KRW vào ngày 20 tháng 3, 10 tháng 4 và 2 tháng 7) mua trái phiếu kho bạc để bình ổn thị trường.
8/4	Hỗ trợ xuất khẩu và khởi nghiệp	10,4 nghìn tỉ KRW	10,4 nghìn tỷ KRW để hỗ trợ tài chính cho các công ty xuất khẩu và các công ty khởi nghiệp và liên doanh (các khoản vay và bảo lãnh)
16/4	Hỗ trợ cho các tổ chức tài chính phi ngân hàng	10 nghìn tỷ KRW	10 nghìn tỷ KRW: các khoản cho vay cho các tổ chức như công ty chứng khoán và bảo hiểm trong 3 tháng
22/4	Lên kế hoạch hỗ trợ các ngành công nghiệp và bổ sung tài trợ	85,1 nghìn tỷ KRW	40 nghìn tỷ KRW: Quỹ cứu trợ ngành công nghiệp then chốt do chính phủ bảo lãnh để mua nợ và vốn chủ sở hữu của công ty 35 nghìn tỷ KRW để tài trợ thêm cho các

	cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và hộ gia đình		doanh nghiệp vừa và nhỏ (các khoản vay và đảm bảo) 10,1 nghìn tỷ KRW cho các biện pháp đảm bảo việc làm đặc biệt
Sau 30/4	Bổ sung ngân sách lần thứ 2	KRW 12,2 nghìn tỷ (0,6% GDP) * 3,4 nghìn tỷ KRW được tài trợ bởi phát hành nợ (phần còn lại bằng cách cắt giảm chi tiêu)	Khoản viện trợ khẩn cấp lên tới 1 triệu KRW (814 USD) cho 21 triệu hộ gia đình - 2,7 triệu hộ gia đình có thu nhập thấp hơn có thể nhận trợ cấp bằng tiền mặt - 19 triệu hộ gia đình còn lại nhận được trợ cấp dưới dạng phiếu mua hàng hoặc điểm thẻ tín dụng để khuyến khích tiêu dùng. Tổng cộng 14,3 nghìn tỷ KRW được phân bổ cho chương trình cứu trợ.
28/5	Chính sách cắt giảm lãi suất của Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc		Chính sách 25 điểm cơ bản cắt giảm xuống còn 0,50%
3/7	Chính sách hỗ trợ tài chính lần 3	35,1 nghìn tỷ KRW	- Tạo ra khoảng 550 000 việc làm trong các chương trình do nhà nước khởi xướng và củng cố mạng lưới an sinh xã hội (10,0 nghìn tỷ KRW). - Các khoản cho vay khẩn cấp cho các thương gia nhỏ đang gặp khó khăn, doanh nghiệp vừa và nhỏ và lớn doanh nghiệp (5 nghìn tỷ KRW). - Đầu tư vào các dự án Thỏa thuận mới (4,8 nghìn tỷ KRW).

Nguồn: OECD, 2020a

Thông qua bảng trên, chúng ta nhận thấy trong giai đoạn đầu Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện hỗ trợ tạm thời cho các hộ gia đình và doanh nghiệp. Mức độ hỗ trợ được điều chỉnh dần dần theo tốc độ phục hồi, có tính đến tỉ lệ bao phủ bảo hiểm thất nghiệp và tính chất đặc thù của từng ngành. Chính phủ Hàn Quốc đã dự tính khi dịch bệnh tiếp tục kéo dài sẽ tiếp tục hoãn và giảm thuế tạm thời và tăng cường hỗ trợ thêm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và tái cấu trúc doanh nghiệp. Đầu tư hơn nữa vào đào tạo và nâng cao kỹ năng, cùng với việc tăng cường hỗ trợ cho quá trình chuyển

đổi sang năng lượng tái tạo và công nghệ sạch để thúc đẩy quá trình phục hồi kinh tế sau đại dịch.

Bên cạnh các biện pháp hỗ trợ về tài chính, để đảm bảo mục tiêu phát triển, Chính phủ Hàn Quốc còn tăng cường đầu tư công để thúc đẩy phục hồi và nâng cao năng suất. Duy trì các chính sách tiền tệ phù hợp với tình hình cụ thể. Tăng cường hỗ trợ người lao động chịu ảnh hưởng của dịch bệnh, tạo điều kiện để tái đào tạo, phân bổ lại lực lượng lao động giữa các ngành. Cải cách quy định để tăng cường cạnh tranh và khuyến khích đổi mới, đặc biệt là của các doanh nghiệp trẻ, và

đầu tư hơn nữa vào đào tạo và nâng cao kỹ năng, đặc biệt là trong các lĩnh vực kỹ thuật số, sẽ tạo điều kiện cho sự phổ biến của công nghệ và nâng cao năng suất.

3.3 Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Đại dịch COVID-19 đã tác động mạnh mẽ đến nền kinh tế của Việt Nam cả về phía cầu và phía cung gây ra tổn thất lớn. Để hỗ trợ phục hồi và phát triển kinh tế trong đại dịch, Chính phủ Việt Nam cũng đã thực hiện các chính sách hỗ trợ nền kinh tế. Ngày 9/4/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 42/NQ-CP về các biện pháp hỗ trợ người dân gặp khó khăn do đại dịch Covid-19 (gọi tắt là gói an sinh xã hội 61.580 tỷ đồng). Gói an sinh xã hội hướng đến hỗ trợ khoảng 20 triệu người thuộc 7 đối tượng được xác định chịu tác động lớn trong đại dịch. Bên cạnh đó là gói tín dụng giảm lãi và cho vay mới giá trị xấp xỉ 300.000 tỷ đồng, gói hỗ trợ gia hạn thuế và tiền thuê đất 180.000 tỷ đồng, gói hỗ trợ phí và lệ phí tối thiểu 40.000 tỷ đồng, gói giảm giá điện 11.000 tỷ đồng và gói hỗ trợ cước internet, viễn thông 15.000 tỷ đồng. Thêm nữa là các dự án đầu tư công và hợp tác công-tư với tổng trị giá lên đến 700.000 tỷ đồng sẵn sàng kích hoạt để “bơm” tiền vào nền kinh tế, tạo cầu tiêu dùng và đầu tư (NEU, 2020).

Bằng các nỗ lực của mình, Việt Nam đã và đang đạt được nhiều kết quả khả quan trong việc phòng chống và giảm các tác động tiêu cực do đại dịch COVID-19 gây ra. Tuy nhiên để có thể đạt được những kết quả tốt hơn, Việt Nam có thể học hỏi được nhiều điều từ việc hỗ trợ kinh tế trong đại dịch COVID-19:

Thứ nhất, về các đối tượng và chính sách hỗ trợ, Việt Nam cần nghiên cứu các chính sách hỗ trợ phù hợp về tài chính, giáo dục đào tạo, chuyển đổi nghề nghiệp đối với các đối tượng bị tổn thương nhiều nhất do dịch bệnh là cá nhân kinh doanh, hộ gia đình kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa

và người lao động. Tình trạng tổn thương của các đối tượng này là không đủ dự trữ tài chính và tiếp cận các nguồn tài trợ để khởi động bộ máy, vì vậy, chính sách hỗ trợ của Nhà nước cần hướng vào những đối tượng này. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng cần đẩy nhanh tiến độ triển khai các gói hỗ trợ người dân, doanh nghiệp đã ban hành; thường xuyên đánh giá kết quả thực hiện các gói hỗ trợ và tiến hành tháo gỡ ngay những vướng mắc trong quá trình thực hiện. Chính phủ Việt Nam cần phân bổ thêm ngân sách cho các chương trình trợ giúp xã hội; xây dựng một cơ quan đăng ký xã hội quy mô lớn và áp dụng kỹ thuật số, để nhanh chóng xác định những người dễ bị tổn thương; mở rộng quy mô thanh toán điện tử, để tiếp cận một cách hiệu quả những người thụ hưởng đã được xác định.

Thứ hai về các chính sách hỗ trợ tài chính, học tập kinh nghiệm của Hàn Quốc, Chính phủ Việt Nam có thể nghiên cứu sử dụng hợp lý các công cụ nợ chính phủ: Phát hành trái phiếu chính phủ (10 năm) và vay các định chế tài chính lớn như: WB, IMF và ADB.

Thứ ba, Việt Nam có thể học tập Hàn Quốc trong việc bố trí một khoản mục chi tái thiết kinh tế trong dự toán ngân sách thời kỳ 2021-2026. Đồng thời, xây dựng chính sách tài khóa linh hoạt phù hợp với những biến động của tình hình mới tập trung theo hướng mở rộng khoảng trống tài khóa để tạo khung thể chế thực thi chính sách tài khóa mở rộng. Đồng thời, Chính phủ cũng cần tập trung chỉ đạo nghiên cứu, khuyến khích các mô hình kinh tế mới ở thị trường trong nước (kinh tế số, thương mại điện tử, kinh tế tuần hoàn...) để tạo thêm không gian kinh tế trong nước. Hỗ trợ chuyển đổi số đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa tiến hành hoạt động kinh doanh trực tuyến và giúp họ tiếp cận thị trường toàn cầu.

4. Kết luận

Đại dịch COVID-19 đã tàn phá nghiêm trọng nền kinh tế toàn cầu, gây nhiều tác động tiêu cực chưa từng có tiền lệ lên nền kinh tế thế giới và Việt Nam. Trong khu vực châu Á, Hàn Quốc được xem là một trong những nước có những chính sách hỗ trợ kinh tế khá kịp thời và toàn diện đối với các nhóm đối tượng và ngành kinh tế gặp khó khăn lớn do đại dịch COVID-19 giúp nền kinh tế ít chịu tổn thất so với nhiều nước trên thế giới. Việt Nam có thể học hỏi từ kinh nghiệm Hàn Quốc về các chính sách hỗ trợ hộ gia đình và doanh nghiệp, các khoản đầu tư hỗ trợ tăng trưởng, các chính sách tài chính linh động để có những giải pháp hỗ trợ phù hợp, kịp thời, đúng đối tượng để hạn chế rủi ro của dịch bệnh đối với nền kinh tế, bảo đảm tăng trưởng hợp lý, ổn định xã hội, tạo nền tảng cho tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững trong những năm tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bank of Korea (2019a), *Financial Stability Report*, June, Seoul.
2. Bank of Korea (2019b), *Monetary Policy Report*, August, Seoul.
3. Bank of Korea (2021), <http://www.bok.or.kr/eng>
4. Bernard, H. R. (2006). Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches. *In Library* (Vol. 4th). <http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0515/2005018836.html>
5. Đại học Kinh tế Quốc dân (2020), Báo cáo tác động của COVID-19 đến nền kinh tế và Khuyến nghị chính sách ứng phó với đại dịch COVID-19, Hà Nội.
6. Hijzen, A. and S. Thewissen (2020), “The 2018-2021 working time reform in Korea: A preliminary assessment”, *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, forthcoming.
7. Koen, V. (2019), *Rebooting the Miracle on the Han River*, Presentation at the KDI Conference “Towards an Innovative and Inclusive Korea”, Seoul, 9 May.
8. Ministry of Economic and Finance and KDI (2021), Republic of Korea: Economic bulletin, eb.kdi.re.kr ISSN 2287-7266.
9. Ministry of Health and Welfare, Government of the Republic of Korea (2020)
10. Stefanie Benjamin, Alana Dillette & Derek H. Alderman. (2020). We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age, *Tourism Geographies*, Volume 22, 2020 - Issue 3.
11. OECD, (2020a). Economic surveys: Korea 2020, OECD Publishing, Paris, forthcoming.
12. OECD (2020b), *OECD Skills Strategy Korea*, Governance Review, OECD Publishing, Paris, forthcoming.

Abstract

The Covid 19 pandemic has a dramatical effect on all over the world's economy. S.Korea recorded low growth rate in year 2020. However, S. Korea has limited the damage to the domestic economy and generated less revenue than any other OECD countries with an effective and rapid response policy. The experience in supporting economic development from the Government during the pandemic is worth learning from countries on the region and around the world. By systematic statistical method, this article focused on studying S. Korea's economic support policies during the Covid 19 pandemic, thereby aiming to draw empirical lessons. It will help Vietnam can rapidly recover from the shock caused by the pandemic.

Key word: Economic recovery policy, the Government's support, Covid 19 pandemic, South Korea, Vietnam

ĐẶC ĐIỂM CÁC PHẠM TRÙ Ý NGHĨA CỦA TỪ NGỮ CHỈ GỌI TRONG TỤC NGỮ TIẾNG HÀN (Trọng tâm vào các từ chỉ gọi con giáp không phải là vật nuôi)

Hoàng Thị Yến,
Phạm Thị Tuyết*

Tóm tắt

Bài viết phân tích đặc điểm 7 phạm trù ý nghĩa của nhóm từ ngữ dùng để chỉ gọi con giáp không phải là vật nuôi (gồm cả bộ phận cơ thể) trong tục ngữ tiếng Hàn. Kết quả phân tích cho thấy, những đặc trưng chủ yếu của các con giáp không phải là vật nuôi được phản ánh khá đầy đủ trong nhóm từ ngữ dùng để chỉ gọi. Các phạm trù ý nghĩa gồm có: huyết thống và chủng loài; đặc điểm hình thể và màu sắc; cách thức di chuyển và hoạt động, trạng thái và tính chất, nơi ở và phạm vi hoạt động, thời gian và dòng đời. Có thể thấy, dù sống trong môi trường hoang dã và có khoảng cách nhất định với con người nhưng ảnh hưởng của những con giáp này đến đời sống tâm linh và đời sống sinh hoạt hàng ngày của người Hàn là vô cùng to lớn. Đặc điểm các con giáp không phải là vật nuôi thể hiện qua nhóm từ ngữ chỉ gọi trong tục ngữ cũng phản ánh cách nhìn thế giới, quan niệm về giá trị cũng như nhân sinh của người Hàn.

Từ khóa: con giáp không phải vật nuôi, từ ngữ chỉ gọi con giáp, bộ phận cơ thể, 7 phạm trù ý nghĩa, tục ngữ tiếng Hàn

1. Đặt vấn đề

Mười hai con giáp trong văn hóa thập nhị chi là những con vật gần gũi hoặc được người dân sùng bái, tôn thờ, lần lượt là: chuột, trâu/bò, hổ, mèo/thỏ, rồng, rắn, ngựa, dê/cừu, khỉ, gà, chó, lợn. Trật tự này ứng với các chi Tý, Sửu, Dần, Mão, Thìn, Tỵ, Ngọ, Mùi, Thân, Dậu, Tuất, Hợi. Trong 12 con giáp, chỉ có rồng và long mã (thuộc ngựa) là động vật tưởng tượng, còn lại đều là các con vật có thật trong thực tế. Trong đối chiếu ngôn ngữ nói chung và đối chiếu tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt nói riêng đã nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu.

Các nghiên cứu về tục ngữ có yếu tố chỉ động vật nói chung và 12 con giáp nói riêng có các công trình tiêu biểu như: Trong tiếng Hàn có Choi Mee Young (2006), Kim Myeong Hwa (2011), Wi Yeon (2016); trong tiếng Việt có Son Sun Yeoung (2015), Lê Thị Hương (2015)... Tuy nhiên, ở phạm vi hẹp, nghiên cứu hình ảnh của các con giáp qua nhóm từ ngữ dùng để chỉ gọi trong tục ngữ tiếng Hàn chỉ có bài viết của chúng tôi (Hoàng Thị Yến, 2021) giới hạn phạm vi ở các con giáp là vật nuôi. Bài viết này tiếp tục trình bày những kết quả nghiên cứu về đặc điểm các phạm trù ý nghĩa của nhóm từ ngữ chỉ gọi con giáp không phải là vật nuôi. Qua đó có thể thấy rõ hơn hình ảnh của các con giáp nhóm này trong tục ngữ tiếng Hàn.

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

2. Phương pháp nghiên cứu

Bước đầu, chúng tôi tiến hành nhận diện các từ ngữ có yếu tố chỉ con giáp (bao gồm cả nhóm từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể) - tạm dùng là "từ ngữ chỉ gọi". Sau khi nhận diện,

từ nguồn ngữ liệu với khoảng 3500 đơn vị tục ngữ có yếu tố chỉ con giáp trong công trình Song Jae Seun (1997), chúng tôi thống kê được 959 đơn vị, phân thành các tiểu nhóm con giáp với tần số xuất hiện như sau:

Bảng 1. Tần số xuất hiện của từ ngữ chỉ gọi theo tục ngữ con giáp

con giáp	số từ ngữ	con giáp	số từ ngữ	con giáp	số từ ngữ
chuột (8)	57 = 5,9%	rồng (9)	42 = 4,4%	khỉ (12)	13 = 1,4%
trâu (5)	98 = 10,2%	rắn (10)	25 = 2,6%	gà (3)	125 = 13,0%
hổ (4)	102 = 10,6%	ngựa (1)	173 = 18,0%	chó (2)	154 = 16,1%
mèo (7)	62 = 6,5%	dê/cừu (11)	16 = 1,7%	lợn (6)	92 = 9,6%

Con số trong ngoặc đơn của bảng tổng hợp là thứ tự xếp theo số lượng từ ngữ chỉ gọi từ cao đến thấp của tục ngữ 12 con giáp. Có thể thấy, trong nhóm các con giáp không phải là vật nuôi, hổ có tần số xuất hiện cao nhất với 102 đơn vị, chiếm 10,6% (đứng thứ 4 trong số 12 con giáp), tiếp đó là các con giáp khác gần như lần lượt chiếm giữ các vị trí với tần số thấp nhất: chuột xếp thứ 8 (5,9%), rồng thứ 9 (4,4%), rắn thứ 10 (2,6%), vị trí 11 là của dê/cừu (1,7%), vị trí 12 của khỉ (1,4%).

Theo các phạm trù ý nghĩa mà các đơn vị từ ngữ chỉ gọi biểu đạt, chúng tôi nhận diện và phân loại các từ ngữ chỉ gọi con giáp theo các phạm trù ý nghĩa sau:

1) ý nghĩa về huyết thống, giới tính, thân phận, giống/loài (nhóm 1- N1)

2) ý nghĩa về đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (nhóm 2- N2)

3) ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (nhóm 3 - N3)

4) ý nghĩa về tình trạng và trạng thái (nhóm 4 - N4)

5) ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực (nhóm 5 - N5)

6) ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động (nhóm 6 - N6)

7) ý nghĩa về thời gian, dòng đời (nhóm 7 - N7)

Thống kê sơ bộ cho thấy, sự xuất hiện của 7 phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi theo 5 con giáp không phải là vật nuôi không đồng nhất, thể hiện như bảng dưới đây:

Bảng 2. Tổng hợp thống kê 7 phạm trù ý nghĩa theo tục ngữ con giáp

	chuột	hổ	rồng	rắn	khỉ
N1	o	o	o	o	x
N2	o	o	o	o	o
N3	o	o	o	o	o
N4	o	o	o	o	o
N5	o	o	o	o	x
N6	o	o	o	o	x
N7	x	o	o	o	o
	6/7	7/7	7/7	7/7	4/7

* dấu o là xuất hiện phạm trù ý nghĩa, dấu x là thiếu/khuyết ý nghĩa tương ứng

Quan sát bảng ta thấy: nhóm các từ ngữ chỉ hổ, rồng và rắn có ý nghĩa phủ khắp 7 phạm trù, các từ ngữ chỉ chuột khuyết 01 phạm trù - ý nghĩa về thời gian dòng đời, riêng các từ ngữ chỉ con khỉ xuất hiện 4 phạm trù, khuyết thiếu 3 phạm trù ngữ nghĩa (N1 - ý nghĩa về huyết thống, giới tính, thân phận, giống/loài; N5 - ý nghĩa về tính cách/phẩm chất, công dụng và năng lực; N6 - ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động).

Khi phân tích, chúng tôi chú ý đến mức độ đa dạng về ý nghĩa/ phạm trù ý nghĩa liên quan đến đặc điểm của con giáp. Ở các phạm trù i) tình trạng và trạng thái; ii) phạm trù tính cách/phẩm chất và năng lực, giá trị/công dụng, chúng tôi lưỡng phân thành sắc thái tích cực và tiêu cực nhằm phân tách rõ các sắc thái biểu cảm khác nhau của đặc điểm các con giáp.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đặc điểm phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi con chuột

Ở nhóm từ ngữ chỉ gọi con chuột, xuất hiện khoảng trống của ý nghĩa phạm trù nhóm 7 - ý nghĩa về thời gian, dòng đời. Các phạm trù ý nghĩa được phân tích cụ thể như dưới đây.

3.1.1. Theo ý nghĩa liên quan đến giới tính, huyết thống, thân phận, giống loài (N1)

Theo ý nghĩa về huyết thống, ta có: 새끼 쥐 *chuột con*, 쥐새끼 *con (của) chuột*... Đặc biệt, 쥐 머느리 *nàng dâu chuột* thể hiện ý nghĩa về giới tính và quan hệ phi huyết thống; 어미 쥐 *chuột mẹ* thể hiện ý nghĩa giới tính và có huyết thống... Nhóm N1 xuất hiện khoảng trống của ý nghĩa về thân phận và giống loài

3.1.2. Theo ý nghĩa liên quan đến đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (N2)

Theo đặc điểm bộ phận cơ thể, ta có: 쥐빨 *sừng chuột*, 쥐 대가리 *đầu chuột*, 쥐 꼬리 *đuôi chuột*, 쥐발 *chân chuột*, 쥐간 *gan chuột*,

쥐고기 *thịt chuột*. Từ ngữ chỉ bộ phận sinh dục có: 쥐뺨 *bộ phận sinh dục của chuột cái*, 쥐 좆 *bộ phận sinh dục của chuột đực*...; từ chỉ chất bài tiết có 쥐똥 *phân chuột*... Đặc biệt, thuộc nhóm này xuất hiện một vài đơn vị có yếu tố chỉ bộ phận cơ thể nhưng lại diễn tả trạng thái khổ sở với biểu cảm đa dạng, ví dụ như: i) khó chịu: 초 먹은 쥐 상 *mặt chuột ăn nén*; ii) hoảng sợ: 밧에 치인 쥐눈 *mắt chuột bị sa bầy*, 창에 치인 쥐눈 *nhãn cầu của con chuột trong bầy*; iii) chịu tằm tòi do khuyết tật: 눈앞 것을 못 보는 쥐 *chuột không nhìn thấy trước mắt*. Như vậy, ở nhóm N2, bên cạnh các từ ngữ chỉ bộ phận khá phong phú, xuất hiện khoảng trống của ý nghĩa về hình thể và màu sắc.

3.1.3. Theo ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (N3)

Ý nghĩa về di chuyển có vào kho/chum: 쌀광에 든 쥐 *chuột vào kho gạo*, 쌀독에 든 쥐 *chuột vào chum gạo*, 광에 든 쥐 *chuột vào nhà kho*..., ý nghĩa chỉ hành động có: 소금 먹은 쥐 *chuột ăn muối*. Có thể thấy các từ ngữ chỉ gọi chuột ở nhóm từ này khá hạn chế, dù trong thực tế, chuột là loài vật di chuyển nhanh và khá nhiều.

3.1.4. Theo ý nghĩa về tình trạng, trạng thái (N4)

Ý nghĩa về tình trạng, trạng thái có sự chênh lệch khá lớn giữa các sắc thái biểu cảm. Với sắc thái tích cực, ngữ liệu chỉ xuất hiện đoạn ngữ danh từ: 한 구멍에서 사는 쥐 *chuột sống trong cùng một hang*... Ngược lại, các đơn vị có ý nghĩa diễn tả tình trạng xấu, trạng thái tồi tệ xuất hiện phong phú, ví dụ:

1) bị dồn vào đường cùng/ngõ cụt/đường thoát: 막다른 골목에 몰린 쥐 *chuột bị dồn vào ngõ cụt*, 궁지에 몰린 쥐 *chuột bị dồn vào đường cùng*, 도망길이 없는 쥐 *chuột không có đường thoát*...; cũng có thể vì gặp khắc tinh như: 고양이 만난 쥐 *chuột gặp mèo* hay sa bầy 밧 안에 든 쥐 *chuột sa bầy*...

2) gặp tai nạn - thường rơi vào nước: 물독에 빠진 쥐 *chuột rơi vào vại nước*, 구정물에 빠진 쥐 *chuột rơi vào vũng nước thối*; hay gặp thiên tai: 소나기 맞은 쥐 *chuột bị mưa rào*; chịu nhân họa: 담뱃불에 언 쥐 *chuột đông cứng trong lửa thuốc lá*; bị giam cầm, quản thúc: 손아귀에 든 쥐 *chuột trong lòng bàn tay*, 자루 속에 든 쥐 *chuột trong bao ...*;

3.1.5. Theo ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực (N5)

Theo phẩm chất/ tính cách, ta có: 미운 쥐 *chuột đáng ghét*, 염치 없기는 쥐새끼 *chuột con vô liêm sỉ*,... thể hiện sắc thái tiêu cực; các từ ngữ như 약기는 쥐새끼 *chuột con lấu cá*, 약은 쥐 *chuột tinh ranh*.. thể hiện sắc thái tích cực của năng lực loài vật này - đây cũng là lí do chuột đứng đầu 12 con giáp.

3.1.6. Theo ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động (N6)

Nơi ở và phạm vi hoạt động của chuột khá đa dạng và rộng, từ hang (쥐구멍 *hang chuột*) đến nơi thường kiếm ăn như kho (곳간 쥐 *chuột trong kho chứa đồ*, 쌀광쥐 *chuột trong kho gạo*). Trong khu vực nhà ở, chuột cũng có mặt khắp nơi: từ nơi được coi là bản nhât (뒷간 쥐 *chuột ở nhà vệ sinh*) đến nơi sạch sẽ, linh thiêng nhất (사당에 사는 쥐 *chuột trong từ đường*). Phạm vi hoạt động của chuột còn mở ra cả lớp học (사당 쥐 *chuột ở lớp học*), cánh đồng (들쥐 *chuột đồng*), không những ở trên cạn mà còn dưới nước (배 안 쥐 *chuột trong thuyền*)...

Có thể thấy, hình ảnh chuột qua các từ ngữ chỉ gọi thiên về sắc thái tiêu cực của trạng thái khổ sở hay tình trạng khó khăn. Điều này là do chuột thường bị con người ghét bỏ, thậm chí là coi là đối tượng cần phải tiêu diệt vì chúng sống ở nơi bẩn thỉu, tẩm tối lại hay phá hoại mùa màng, phá nát đồ đạc trong nhà... Tuy nhiên, chuột nhanh nhẹn và lấu cá, cũng là loài vật có phạm vi hoạt động rộng khắp - cho thấy năng lực thích ứng với hoàn cảnh của chúng.

3.2. Đặc điểm phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi con hổ

3.2.1. Theo ý nghĩa liên quan đến giới tính, huyết thống, thân phận, giống loài (N1)

Ý nghĩa chỉ giới tính được ghép với ý nghĩa về huyết thống trong hai hình thái: chỉ giống đực có 범의 아비 *cha của hổ*; chỉ giống cái có 쌍태한 호랑이 *hổ mang song thai*. Theo ý nghĩa về huyết thống, bên cạnh các đơn vị chỉ huyết thống bậc dưới: 제 새끼 *con mình*, 범(의)새끼/호랑이 새끼 *con của hổ*; các đơn vị thể hiện ý nghĩa không có huyết thống: 남의 새끼 *con của người khác*, 기른 범 *hổ nuôi*. Với các đơn vị như 새끼 없는 인왕산 호랑이 *hổ núi Inwang không có con* thể hiện rõ ý nghĩa không có thế hệ sau, tuy nhiên lại khó khăn trong việc xác định giới tính. Về giống loài, ngữ liệu xuất hiện 표범 *báo đốm* với sự khu biệt về giống loài với 호랑이/범 *hổ*. Thuộc nhóm phạm trù này có hiện tượng các đơn vị từ ngữ mang ý nghĩa kép, ví dụ: i) ý nghĩa thân phận thể hiện qua các đơn vị chỉ sự không có huyết thống: không phải con ruột, là con nuôi; ii) hổ núi Inwang trong 자식 없는 인왕산 호랑이 *hổ núi Inwang không có con* cũng đồng thời biểu đạt ý nghĩa về giống loài.

3.2.2. Theo ý nghĩa liên quan đến đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (N2)

Ngữ liệu xuất hiện một từ chỉ màu sắc của hổ: 백호 *bạch hổ*. Về hình thể có: 큰 범 *hổ lớn* và 그림의 호랑이 *hổ trong tranh* (không có thực hoặc chỉ có mẽ ngoài, vô dụng). Các từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể của hổ có thể phân thành các tiểu nhóm sau: i) Các bộ phận chính như: 범 대가리 *đầu hổ*/범의 머리 *đầu của hổ*, 범의 꼬리 *đuôi của hổ*, 범 코 *mũi hổ*, 범의 입/범(의) 아가리/호랑이 아가리 *miệng của hổ*, 호랑이 턱 *cằm hổ*, 범가죽 *da hổ*; ii) các bộ phận nhỏ cũng xuất hiện trong tục ngữ và được gọi tên như: 범의 어금니/호랑이 어금니 *răng hàm của hổ*, 송곳니를 가진 호랑이 *hổ có răng nanh*,

hồ langi 콧등 *sống mũi hổ*; iii) các bộ phận quan trọng - tượng trưng cho vũ khí, thể hiện sức mạnh của hổ nhưng lại bị thiếu khuyết: 이빨 없고, 발톱 없는 호랑이 *hổ không có răng, không có móng chân*; iv) bộ phận sinh dục của hổ đực: 범의 불알/호랑이 불알 *bìu dái của hổ*... Đặc biệt, các từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể như 산 호랑이 눈썹 *lông mày của hổ sống*, 죽은 범의 고기 *thịt hổ chết*... còn diễn tả tình trạng sống - chết của chủ thể; các từ ngữ như 배고픈 호랑이 *hổ đói bụng*; 이 빠진 호랑이 *hổ rụng răng*, 허리 부러진 호랑이 *hổ gãy lưng*... cho thấy tình trạng khá thê thảm (đói khát, bị thương...) của chúa tể rừng xanh.

3.2.3. Theo ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (N3)

Hành động của hổ trong ngữ liệu có: 제 새끼를 잡아먹는 범 *hổ ăn thịt con*, 피 맛 본 호랑이 *hổ nếm mùi máu*, 무는 호랑이 *hổ cắn*, 물고 놓은 범 *hổ cắn rồi thả*, 덩벼드는 범 *hổ tấn công*, 본 범 *hổ nhìn thấy*... Phương thức và hướng di chuyển của hổ khá đa dạng, ví dụ: i) di chuyển theo hướng ra - vào, trước - sau, trên cạn - dưới nước: 굴 안에 든 범 *hổ vào hang*, 나가던 범 *hổ ra ngoài*, 뒤로 오는 호랑이 *hổ đến phía sau*; 물 건너간 범/물 건너온 호랑이 *hổ lội nước*; ii) ra - vào phạm vi rộng lớn hơn - núi, sông: 산 밖에 (난)범 *hổ ra khỏi núi*, 서울 인왕산 가는 호랑이 *hổ đi núi Inwang*, Seoul, 강 건너간 범 *hổ qua sông*... Đặc biệt, xuất hiện các đơn vị 함정에서 뛰어나온 호랑이/함정에서 벗어난 범 *hổ nhảy ra khỏi bẫy*... thể hiện hành động thoát khỏi bẫy với phương thức nhảy - theo hướng ra phía ngoài.

3.2.4. Theo ý nghĩa về tình trạng, trạng thái (N4)

Dù luôn được tôn vinh là Chúa sơn lâm nhưng trong nhóm từ chỉ gọi, ngoài đơn vị 소문난 호랑이 *hổ theo tin đồn* với sắc thái nghĩa trung lập, các đơn vị khác chỉ gọi hổ trong tiếng Hàn thuộc nhóm phạm trù ý

nghĩa thể hiện tình trạng và trạng thái đều có sắc thái tiêu cực. Có thể tạm xếp chúng vào các nhóm sau đây: i) Bị tai nạn: nhẹ thì sa lầy (갯벌에 빠진 호랑이 *hổ rơi xuống sinh lầy ven biển*/수렁에 빠진 호랑이 *hổ rơi xuống bãi lầy*), nặng hơn là sa bẫy (덫에 걸린 범/덫에 치인 범/덫치려는 범 *hổ mắc bẫy*, 함정에 빠진 호랑이/함정에 빠진 범 *hổ sa bẫy*...) hoặc bị bắt nhốt (우리에 갇힌 범 *hổ bị nhốt trong cũi/lồng*); ii) Bị sát thương: nên không bị trúng đạn (선불 맞은 범/선불 맞은 호랑이 *hổ bị đạn lạc*, 선불 맞은 악박골 호랑이 *hổ thung lũng Agbak bị đạn lạc*), 상처 입은 호랑이 *hổ bị thương*.. thì bị bỏng (불 맞은 범/불 붙은 범 *hổ bị lửa*), ...; 3) Bị đói khát: 굶주린 범 *hổ đói*, 사흘 굶은 범 *hổ bị đói ba ngày*, 굶주린 새벽 호랑이 *hổ ban sớm đói*...

3.2.5. Theo ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực (N5)

Sắc thái tích cực là khoảng trống của ý nghĩa về tính cách/phẩm chất của hổ. Tính cách của hổ - với tư cách là chúa sơn lâm có nét riêng: 호랑이 (노릇 *thói/kiểu của hổ*), đặc biệt là lấy ưu thế của kẻ mạnh, bề trên ức hiếp kẻ yếu: 고슴도치에 놀란 범 *hổ giỡn nhím*, hay dễ nổi nóng, cáu giận: 성난 범 *hổ nổi giận*... Trong tâm thức của người Hàn, hổ là loài thú vừa tham 범의 탐욕 *lòng tham của hổ*, vừa dữ và ác: 호랑이 마음씨 *lòng dạ của hổ*, 사나운 범/사나운 호랑이 *hổ dữ*, 사납기는 새끼 가진 범 *hổ có con dữ*...

Nhóm các từ ngữ thể hiện giá trị/năng lực của hổ xuất hiện trong ngữ liệu là không nhiều: 비호 *phi hổ/hổ bay* thể hiện tốc độ di chuyển phi thường của loài vật này khi săn bắt mồi. Bên cạnh đó, xuất hiện hai yếu tố phi thực (*cánh, sừng*) thể hiện sức mạnh phi thường của hổ, ví dụ: 날개 돋친 범 *hổ mọc cánh*, 범의 날개 *cánh của hổ*...; sừng 범의 뿔 *sừng của hổ*. Bên cạnh đó, 인왕산 모르는 호랑이 *hổ không biết núi Inwang* cho thấy hạn chế về hiểu biết, khám phá thế giới của cá thể.

3.2.6. Theo ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động (N6)

Nơi ở và phạm vi hoạt động của hổ khá đa dạng, từ địa điểm gần gũi như 범(의) 굴/호랑이 굴 *hang hổ*, 뒷산 호랑이 *hổ núi sau* cho đến các địa danh cụ thể của bán đảo Triều Tiên như: 남산 호랑이 *hổ núi Nam*, 악박굴 호랑이 *hổ ở thung lũng Agbak*, 인왕산 호랑이 *hổ ở núi Inwang*, 백두산 호랑이 *hổ núi Baekdu*... Ngoài lệ có danh ngữ 방 안 호랑이 *hổ trong phòng* gọi lên hình ảnh một nhân vật lớn nhưng lại bị giới hạn phạm vi hoạt động trong một không gian hẹp, khó có thể thi triển, phát huy năng lực...

3.2.7. Theo ý nghĩa về thời gian, dòng đời (N7)

Theo ý nghĩa về thời gian (năm/mùa/tháng, ngày/buổi...), trong ngữ liệu chỉ xuất hiện thông tin về sáng sớm - phù hợp với đặc tính của hổ - thường kiếm mồi vào thời điểm này: 새벽 호랑이 *hổ sáng sớm*, 날 새운 범 /날 새운 호랑이 *hổ sáng sớm*. Theo ý nghĩa về dòng đời, xuất hiện ba giai đoạn: 호랑이 새끼 *con của hổ* (đại diện cho thế hệ trẻ), 범의 아버지 *cha của hổ* (đại diện cho thế hệ cha mẹ, trưởng thành), 늙은 범 *hổ già* (đại diện cho thế hệ già).

Tất cả 7 phạm trù ý nghĩa đều được biểu đạt qua nhóm từ ngữ chỉ gọi con hổ và mỗi phạm trù được cụ thể hóa với các ý nghĩa bộ phận khá đa dạng, phong phú. Có thể thấy, hổ là loài vật đóng một vai trò quan trọng trong tâm thức của người Hàn và có ảnh hưởng lớn đến cuộc sống sinh tồn của dân tộc có khoảng 3/4 diện tích là rừng núi.

3.3. Đặc điểm phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi con rồng

3.3.1. Theo ý nghĩa liên quan đến giới tính, huyết thống, thân phận, giống loài (N1)

Ý nghĩa về huyết thống có 용(의)새끼 *con (của) rồng*, xuất hiện khoảng trống của bố/mẹ rồng. Ý nghĩa về thân phận có 용왕 *long vương* - thuộc đẳng cấp xã hội cao

nhất, khoảng trống là đẳng cấp thấp. Về giống loài có hai loại: 어룡 *ngư long* và 교룡 *giao long*... Như vậy, nhóm N1 có khoảng trống về giới tính và các ý nghĩa khác thuộc phạm trù này thường bị thiếu khuyết.

3.3.2. Theo ý nghĩa liên quan đến đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (N2)

Đặc điểm về màu sắc của rồng trong ngữ liệu khá đầy đủ, ví dụ: 흑룡 *hắc long/rồng đen*, 청룡 *thanh long/rồng xanh*, 백룡 *bạch long/rồng trắng*. Các từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể của rồng cũng khá phong phú: 용의 머리 *đầu của rồng*/용대가리 *đầu rồng*, 용대기 *vẩy rồng*, 용상 *mặt rồng*, 용알 *trứng rồng*/용의 알 *trứng của rồng*, 용미 *long vĩ*/용의 꼬리 *đuôi của rồng*, 용의 날개 *cánh của rồng*, 용의 뿔 *sừng của rồng*, 용의 수염 *râu của rồng*. Với trường hợp của 검은 용턱 *cằm rồng đen*, ta có thể nhận được thông tin về màu sắc và bộ phận cơ thể.

3.3.3. Theo ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (N3)

Về di chuyển, có hai hướng chuyển động phù hợp với đặc trưng của rồng, đó là: hướng lên trên với 너무 높이 올라간 용 *rồng lên quá cao* và ra khỏi nước với 물 밖에 난 용 *rồng ra khỏi nước*. Hành động ẩn/náu hay hiện hình là một đặc trưng độc đáo của rồng cũng được thể hiện khá rõ qua các từ ngữ chỉ gọi, ví dụ: 땅위에 나타난 용 *rồng hiện trên mặt đất*, 물 속에 숨은 용 *rồng ẩn trong nước*, 보지 않은 용 *rồng tàng hình/ẩn hình*, 숨었던 용 *rồng náu mình*... Tuy nhiên, hình ảnh rồng ẩn hình trong mây khá quen thuộc lại không được mã hóa, gọi tên qua các từ ngữ chỉ gọi.

3.3.4. Theo ý nghĩa về tình trạng, trạng thái (N4)

Ý nghĩa về tình trạng và trạng thái của rồng không được phản ánh nhiều trong nhóm từ ngữ chỉ gọi. Trong ngữ liệu, chúng tôi chỉ phát hiện hình ảnh 용꿈 *giấc mơ rồng* - tượng trưng cho một điều tốt lành; hai đơn

vị 목마른 용 *rồng khát nước*, 물 잃은 용 *rồng mất nước* đều có sắc thái tiêu cực và liên quan đến nước - yếu tố quan trọng và gắn liền với rồng. Ấn hiện cũng là những trạng thái mang sắc thái trung lập của loài vật tưởng tượng này.

3.3.5. Theo ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực (N5)

Ngọc được coi là tiền đề, là yếu tố mang tính chất quyết định đến năng lực thăng thiên và hô gió, tạo mưa của rồng. Vì thế, danh ngữ 여의주를 얻은 용 *rồng nhận ngọc* được dùng để chỉ một cá thể đã hội đủ các điều kiện cần thiết để có thể vẫy vùng bốn phương, cứu thế giúp đời. Năng lực của rồng đôi khi cũng được nhìn nhận, đánh giá ở một góc độ khác: 하늘을 올라만 가고 내려올 줄 모르는 용 *rồng chỉ biết bay lên trời, không biết hạ xuống*... Sắc thái tiêu cực của các đơn vị từ ngữ chỉ gọi rồng thể hiện khá đa dạng và chủ yếu liên quan đến ngọc, ví dụ: 여의주 없는 용 *rồng không có ngọc*, 구슬 없는 용 *rồng không có ngọc*, 여의주를 잃은 용 *rồng mất ngọc*, 뿔 없는 용 *rồng không có sừng*... Ý nghĩa về tính cách hay phẩm chất không rõ trong nhóm từ ngữ chỉ gọi.

3.3.6. Theo ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động (N6)

Phạm vi hoạt động của rồng rất khoáng hoạt, rộng mở, thể hiện qua các từ ngữ sau: 땅위에 나타난 용 *rồng hiện trên mặt đất*, 물속에 숨은 용 *rồng ẩn trong nước*, 하늘을 올라만 가고 내려올 줄 모르는 용 *rồng chỉ biết bay lên trời, không biết hạ xuống*... Cũng có thể đoán biết được nơi ở của rồng là ở hồ, đầm (thường là nơi có diện tích mặt nước rộng, nước trong và sạch sẽ): 못속 용 *rồng trong đầm*, 구룡소 늪은 용 *rồng già hồ Cửu long*...

3.3.7. Theo ý nghĩa về thời gian, dòng đời (N7)

Ý nghĩa về thời gian không xuất hiện trong ngữ liệu từ ngữ chỉ gọi rồng, ý nghĩa

về dòng đời cũng chỉ phát hiện một đơn vị là 늪은 용 *rồng già*, tồn tại khoảng trống của các giai đoạn đầu đời... của cá thể.

Dù với số lượng khá khiêm tốn (42 đơn vị, chiếm 4,4%) nhưng các đơn vị từ ngữ chỉ gọi rồng cũng phủ khắp 7 phạm trù ý nghĩa. Tuy nhiên, do hạn chế về số lượng từ ngữ chỉ gọi nên một số các đặc trưng nổi bật của rồng không được phản ánh qua nhóm đơn vị này (ví dụ như: *rồng tạo mưa*...).

3.4. Đặc điểm phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi con rắn

3.4.1. Theo ý nghĩa liên quan đến giới tính, huyết thống, thân phận, giống loài (N1)

Ý nghĩa liên quan đến giới tính, huyết thống và thân phận là những khoảng trống của nhóm từ ngữ chỉ gọi con rắn. Theo ý nghĩa về giống/loài, ta có các đơn vị như: 실뱀 *rắn chỉ*, 독사 *độc xà/rắn độc* hay chỉ đơn giản là từ chỉ 뱀 *rắn*, 그뱀 *con rắn đó*...

3.4.2. Theo ý nghĩa liên quan đến đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (N2)

Về hình thức hay đặc điểm hình thể, có một đơn vị là 조그만한 실뱀 *rắn chỉ nhỏ*... Trong số các đơn vị chỉ bộ phận cơ thể, xuất hiện nhiều hình thái của từ ngữ chỉ mồm/miệng của rắn (độc), ví dụ như: 독사 주둥이 *mồm rắn*, 독사 아가리 *miệng rắn*, 독사 아감지 *miệng rắn độc*, 독사 입 *mồm rắn độc*. Ngoài ra, có hai đơn vị chỉ chỉ ruột: 곧기는 뱀의 창자 *ruột rắn thẳng*, 뱀 창자 *ruột rắn*. Yếu tố phi thực là chân: 뱀(의)발 *chân (của) rắn* cũng xuất hiện trong ngữ liệu. Có thể thấy, có thể là do đặc điểm hình thức nên với loài rắn không có thông tin về màu sắc, cũng thiếu vắng nhiều từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể hơn khi so sánh với các loài vật khác trong nhóm các con giáp.

3.4.3. Theo ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (N3)

Ý nghĩa về hành động chỉ có "nuốt" là đặc trưng của rắn khi bắt được con mồi: 개구리 삼킨 뱀 *rắn nuốt ếch*, 뱀 먹은 뱀 *rắn*

nuốt nicotin...Về di chuyển, có 1 đơn vị là 굴 속에 든 뱀/굴에 든 뱀 *rắn vào hang*.

3.4.4. Theo ý nghĩa về tình trạng, trạng thái (N4)

Nicotin là chất cực độc với rắn, nếu rắn ăn vào sẽ chết. Vì thế, hình ảnh 뱀진 물은 뱀대가리 *đầu rắn vùi trong nicotin* mang sắc thái tiêu cực - con vật có thể đã ở vào trạng thái đã chết. Ý nghĩa về tình trạng của rắn không xuất hiện trong ngữ liệu.

3.4.5. Theo ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực (N5)

Theo ý nghĩa về phẩm chất/tính cách, chúng tôi thu thập được hai đơn vị, đó là: 뱀의 마음 *lòng dạ rắn* và 뱀 소가지 *tâm địa rắn*. Cả hai đều chỉ sự ác độc - là biểu trưng cho con giáp này trong tâm thức của người Hàn. Ý nghĩa về năng lực có một đơn vị: 못 잡은 뱀 *rắn không thể bắt* - cho thấy loài vật này có kỹ năng sinh tồn và khả năng thoát hiểm khá tốt.

3.4.6. Theo ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động (N6)

Thông tin về nơi ở chỉ có hang - 굴 속에 든 뱀/굴에 든 뱀 *rắn vào hang*, thêm thông tin về lối đi - 뱀 길 *đường rắn*, các thông tin khác liên quan về phạm vi hoạt động của loài bò sát này không được thể hiện qua nhóm từ ngữ chỉ gọi con giáp này.

3.4.7. Theo ý nghĩa về thời gian, dòng đời (N7)

Tuổi con giáp 뱀띠 *tuổi rắn* là thông tin duy nhất liên quan đến thời gian (năm) của nhóm từ ngữ này, ý nghĩa về dòng đời là khoảng trống trong ngữ liệu tiếng Hàn (tiếng Việt có câu: *rắn già rắn lột*).

Phạm trù ý nghĩa về hình thể, màu sắc và bộ phận cơ thể được chú ý nhất dù rắn là loài vật có hình thức bên ngoài ít phức tạp nhất. Nét nghĩa nổi bật về phẩm chất - xuất phát từ một loài rắn có độc chết người và tương đồng với cách nhìn nhận của người Việt là ác độc.

3.5. Đặc điểm phạm trù ý nghĩa của từ ngữ chỉ gọi con khi

3.5.1. Theo ý nghĩa liên quan đến đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc (N2)

Ý nghĩa về màu sắc được lồng ghép với ý nghĩa về bộ phận cơ thể trong đoản ngữ 불기는 원숭이 *nhát mặt khỉ đỏ*. Ngoài khoảng trống về đặc điểm về hình thể, nhóm các từ ngữ chỉ bộ phận cơ thể có: 원숭이 불기작 *má khỉ*, 원숭이 *nhát mặt khỉ*, 원숭이 똥구멍 *hậu môn của khỉ*...

3.5.2. Theo ý nghĩa về sự di chuyển, hành động (N3)

Khỉ là loài vật nhanh nhẹn và hay chuyển nhảy, tuy nhiên, ý nghĩa về di chuyển lại khuyết thiếu và ý nghĩa hành động được biểu đạt trong nhóm từ ngữ chỉ gọi lại khá khiêm tốn, các hành động cũng tương đối tĩnh, ít động: 관 쓴 원숭이 *khỉ đội mũ*, 달 보고 짖는 원숭이 *khỉ ngắm trăng và kêu*.

3.5.3. Theo ý nghĩa về tình trạng, trạng thái (N4)

Theo tình trạng và trạng thái, sắc thái vui mang tính tích cực có 원숭이 잔치 *tiệc khỉ*. Sắc thái tiêu cực thể hiện tình thế nguy hiểm, bị hành hạ hay mất tự do: 궁지에 몰린 원숭이 *khỉ bị dồn đến đường cùng*, 방정 맞기는 원숭이 *khỉ bị trúng gậy*, 우리에 갇힌 원숭이 *khỉ bị nhốt trong cũi/lồng*, 포대에 든 원숭이 *khỉ trong bao tải*...

3.5.4. Theo ý nghĩa về thời gian, dòng đời (N7)

Tuổi theo con giáp - 원숭이띠 *tuổi khỉ*, ý nghĩa buổi đêm trong đoản ngữ 달 보고 짖는 원숭이 *khỉ ngắm trăng và kêu* là các thông tin ít ỏi của phạm trù ý nghĩa về thời gian. Dòng đời là khoảng trống của nhóm từ ngữ chỉ gọi con khi.

Có thể thấy, các khoảng trống về ý nghĩa của nhóm từ ngữ chỉ gọi con khi là khá nhiều, cụ thể là: nhóm N1 - ý nghĩa về huyết thống, giới tính, thân phận, giống/loài, nhóm N5 - ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực, nhóm N6 - ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động. Điều

này thể hiện mức độ gần gũi và ảnh hưởng của con giáp này đối với đời sống tinh thần và cuộc sống hàng ngày của người Hàn là khá hạn chế.

4. Luận bàn

Từ kết quả phân tích trên, có thể rút ra một vài nhận xét về đặc điểm của con giáp không phải là vật nuôi theo 7 phạm trù ngữ nghĩa của từ ngữ chỉ gọi như sau:

4.1. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về huyết thống, giới tính, thân phận, giống/loài

Trong số các con giáp không phải là vật nuôi, hổ có các từ ngữ chỉ gọi thể hiện phạm trù ý nghĩa nhóm N1 phong phú, đầy đủ nhất. Tiếp đó lần lượt là rồng tồn tại khoảng trống về giới tính; chuột có khoảng trống về thân phận, giống loài; rắn thiếu khuyết các ý nghĩa cả về huyết thống, giới tính, thân phận. Khi là con giáp không có các từ ngữ chỉ gọi có ý nghĩa thuộc phạm trù này. Trong các con giáp đang xét, vị thế của chuột, rắn và khi thấp hơn, đây là ba con giáp không được coi trọng so với hổ và rồng. Bên cạnh đó, yếu tố giới tính ở rồng không được thể hiện trong nhóm từ ngữ chỉ gọi có thể là vì hình tượng thần thánh và nguồn gốc phi thực của loài vật tưởng tượng này.

4.2. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về đặc điểm hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc

Ở phạm trù N2, các từ ngữ chỉ gọi con hổ phản ánh đầy đủ các thông tin, ý nghĩa về hình thể, bộ phận cơ thể, màu sắc. Tiếp đó là 3 con giáp có từ ngữ chỉ gọi khuyết một ý nghĩa, cụ thể là: rồng và khi trống ý nghĩa về hình thể, rắn thiếu ý nghĩa về màu sắc. Chuột là con giáp có từ ngữ chỉ gọi thiếu cả ý nghĩa về hình thể và màu sắc. Rồng vốn không có hình thể thực, là sản phẩm của tưởng tượng nên dễ dàng lí giải cho chỗ trống về hình thể của loài vật này. Tuy nhiên, với sự thiếu hụt thông tin về hình thể của khi hay màu sắc của rắn, thậm chí là hoàn toàn không có thông tin về hình thể và màu sắc của chuột lại khá đặc biệt.

Có thể thấy, trong tâm thức của người Hàn, những đặc điểm về vẻ ngoài, hình thức của chúng không để lại ấn tượng sâu sắc, tức là không đủ để có thể phản ánh vào hệ thống từ chỉ gọi đối tượng.

4.3. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về sự di chuyển, hành động

Ý nghĩa về sự di chuyển và hành động (N3) thể hiện đủ - với sự đa dạng có ít nhiều khác biệt ở các nhóm từ ngữ chỉ gọi 4 con giáp là chuột, hổ, rồng, rắn. Khi là loài vật nhanh nhẹn và thường di chuyển - đặc biệt là leo trèo, chườn cườn - nhưng đặc điểm này lại không được phản ánh vào nhóm từ ngữ chỉ gọi trong tục ngữ. Với chúng tôi, đây vẫn là một câu hỏi cần thêm sự tìm hiểu để lí giải một cách thỏa đáng.

4.4. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về tình trạng và trạng thái

Các từ ngữ chỉ gọi các con giáp khác gồm chuột, hổ, rồng và khi đều ít nhiều biểu đạt ý nghĩa về tình trạng và trạng thái (N4) mang sắc thái tích cực hoặc tiêu cực của chúng, ngoại trừ nhóm từ ngữ chỉ gọi con rắn khuyết ý nghĩa chỉ tình trạng. Thiết nghĩ, điều này có thể xem xét và lí giải từ góc độ sinh học. Rắn là loài bò sát tuy nhỏ nhưng lại có khả năng săn mồi và di chuyển linh hoạt, ẩn mình kín đáo. Có lẽ vì thế, trong thực tế, con người ít khi thấy rắn ở vào những tình thế nguy hiểm hay thất thế, bị hại thâm.

4.5. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về tính cách/phẩm chất và công dụng/giá trị, năng lực

Thuộc phạm trù N5 có khoảng trống của nhóm từ ngữ chỉ gọi con khi. Có thể nói, khi là loài vật khá thông minh (bắt chước nhanh), có kĩ năng tốt (leo trèo giỏi). Tuy nhiên, những thế mạnh đó của con giáp này lại không có mối liên quan mật thiết đến con người. Một phần do môi trường sống tách biệt (rừng), một phần nó không gây ảnh hưởng tích cực cũng như tiêu cực trực tiếp

đến cuộc sống và sinh mạng con người. Nhóm các con giáp khác như chuột, hổ, rắn có nhóm từ ngữ chỉ gọi biểu đạt khá đầy đủ nội dung về tính cách/phẩm chất, công dụng hay giá trị, năng lực ở những mức độ khác nhau. Ở nhóm từ ngữ chỉ rỗng thiếu vắng ý nghĩa chỉ tính cách/phẩm chất. Điều này có thể hiểu rằng - với vị thần được ngưỡng vọng bởi có sức mạnh tạo mưa, mang lại âm no cho các dân tộc sống bằng nghề trồng lúa nước thì việc bình phẩm, đánh giá về tính cách và phẩm giá của Ngài là điều bất kính.

4.6. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động

Khoảng trống của phạm trù biểu đạt ý nghĩa về nơi ở và phạm vi hoạt động của các con giáp không phải vật nuôi (N6) cũng tồn tại ở nhóm từ ngữ chỉ gọi con khi - loài vật thường sống trong rừng và ngủ trên cây. Những thông tin này ở từ ngữ chỉ chuột, hổ, rồng là khá đầy đủ. Với rắn là loài bò sát - có thể thấy ở khắp nơi lại có khoảng trống của ý nghĩa về phạm vi hoạt động trong từ ngữ chỉ gọi. Có thể lí giải sự tồn tại của những khoảng trống vừa nêu là do chúng không nhận được sự quan tâm của con người, hoặc chúng đã được biểu đạt, thể hiện qua nhóm từ ngữ hoặc phương tiện ngôn ngữ khác ở cấp độ cao hơn - đơn vị câu/phát ngôn.

4.7. Phạm trù biểu đạt ý nghĩa về thời gian, dòng đời

Từ ngữ chỉ hổ là tiêu nhóm duy nhất phản ánh đủ ý nghĩa về thời gian và dòng đời (phạm trù N7). Bên cạnh khoảng trống hoàn toàn của chuột trong phạm trù này, còn có nhóm từ ngữ chỉ rỗng thiếu ý nghĩa về thời gian, nhóm từ ngữ chỉ rắn và khí khuyết ý nghĩa về dòng đời. Thời gian và dòng đời thường có ý nghĩa nhiều hơn với các con giáp là vật nuôi, bởi chúng gần gũi với con người. Với rồng, ta thường liên tưởng tới khoảng không gian xa rộng của trời mây và sự bất tử của một vị thần tạo mưa. Trong khi đó, rắn - có thể lột xác, khí và chuột - những

loài vật sống thành bầy đàn và luôn đông đúc dường như giới hạn về thời gian cũng như dòng đời ít nhiều bị mờ nhạt đi.

Kết quả phân tích cho thấy, nhóm từ ngữ chỉ gọi các con giáp sống hoang dã, không phải là vật nuôi cho thấy những đặc trưng riêng của nó - dù có những tính chất đặc trưng và nổi bật không được phản ánh, không được ghi dấu ấn trên từ ngữ. Có thể nhấn mạnh hai điểm quan trọng: một là, ảnh hưởng của mối quan hệ giữa những loài vật này với đời sống tâm linh và đời sống sinh hoạt hàng ngày của con người là to lớn; hai là, đặc điểm sinh học, môi trường sống và sự có ích hay gây hại, an toàn hay nguy hiểm của các con giáp hoang dã này có vai trò quyết định đến việc có hay không việc để lại dấu ấn trong nhóm từ ngữ chỉ gọi từng loài vật.

5. Kết luận

Nhóm từ ngữ chỉ gọi các loài động vật là con giáp (và bộ phận cơ thể của động vật liên quan đến con giáp) giúp làm rõ hơn đặc điểm mang tính đa diện và nhiều tầng của các con giáp không phải là vật nuôi trên từ ngữ tục ngữ tiếng Hàn. Kết quả nghiên cứu giúp người học trau dồi thêm vốn từ vựng phong phú dùng để chỉ gọi các con giáp, hiểu rõ đặc điểm của ngôn ngữ chấp dính cũng như phương pháp tư duy của người Hàn. Đặc điểm các con giáp không phải là vật nuôi thể hiện qua nhóm từ ngữ chỉ gọi trong tục ngữ cũng phản ánh một phần cách nhìn thế giới, quan niệm về giá trị cũng như nhân sinh quan của người Hàn Quốc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Hoàng Thị Yến (2021). Đặc điểm các con giáp là vật nuôi trong tục ngữ tiếng Hàn (qua các phạm trù ngữ nghĩa của nhóm từ ngữ chỉ gọi), *Khoa học Ngoại ngữ*, số 66, 6/2021
2. Lê Thị Hương (2015). *Thành ngữ, tục ngữ Hàn Quốc nói về động vật và thực vật (một vài so sánh với Việt Nam)*. Luận văn Thạc sĩ. Trường ĐHKHXH&NV - ĐHQGHN.

3. Son Sun Yeong (2015). *So sánh biểu trưng của 12 con giáp trong tục ngữ Việt Nam và Hàn Quốc*. Luận văn thạc sĩ. Trường ĐHKHXH&NV - ĐHQGHN.

Tiếng Hàn

4. Choi Mee Young 최미영(2006) *한·일 양국의 동물 속담 비교 분석- 12지 동물을 중심으로-*, 경희대학교

5. Kim Myeong Hwa 김명화 (2011), *한·중 12 지신 동물 속담 비교 연구*, 동주 대학교, 석사논문.

6. Song Jae Seun. 송재선(1997). *동물 속담 사전*. 東文選.

7. Wi Yeon 위연 (2016). *한·중 12지신 동물 속담의 상징의미 대조 연구*. 영남 대학교 대학원

Abstract:

CHARACTERISTICS OF SEMANTIC CATEGORIES OF WORDS USED TO REFER IN KOREAN PROVERBS

(The focus is on words that refer to non – domestic zodiacs)

The article analyzes the characteristics of 7 semantic categories of words used to refer to non -domestic zodiacs (including

body parts) in Korean proverbs. The analysis results show that the main characteristics of the non-pet animals are quite fully reflected in the group of words used to refer to them. Meaningful categories include: bloodline and species; physical characteristics and color; mode of movement and activity, state and nature, place and scope of activity, time and course of life. It can be seen that, despite living in a wild environment and having a certain distance from humans, the influence of these zodiac signs on the spiritual life and daily life of Koreans is enormous. The characteristics of the non- domestic zodiacs expressed through the group of words only called in proverbs also reflect the Korean people's view of the world, the concept of values and life.

Key words: non-domestic zodiacs, words used to refer to the zodiacs, body parts, 7 semantic categories, Korean proverbs

DỰ ÁN “HỌC TIẾNG HÀN VỚI BTS” LÀN GIÓ MỚI TRONG GIẢNG DẠY TIẾNG HÀN QUỐC TẠI ULIS

Lưu Hà Linh*

Tóm tắt

“Learn! Korean with BTS” - “Học tiếng Hàn cùng BTS” là chương trình được xây dựng bởi Big Hit Edu - công ty trực thuộc tập đoàn Big Hit Entertainment kết hợp với Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc (KF) và ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) để giúp người hâm mộ nhóm nhạc Hàn Quốc - BTS nói riêng và những người yêu mến văn hoá Hàn Quốc nói chung có thể dễ dàng tiếp cận với tiếng Hàn Quốc. Từ mùa thu năm 2020, chương trình được triển khai tại 6 trường ĐH trên thế giới, tại Việt Nam có ULIS và ĐH Thăng Long cùng hợp tác tham gia chương trình này.

Khoa NN&VH Hàn Quốc bắt đầu đưa “Học tiếng Hàn cùng BTS” thành môn học chính thức dành cho các lớp CLC từ QH2020. Đến nay đã được 3 học kỳ với tổng cộng 6 lớp và 156 sinh viên theo học. Đây là môn học có 4 tín chỉ, tổng 60 tiết/kỳ với số lượng 4 tiết/tuần, thời lượng 45 phút/ tiết. Các bài giảng được tiến hành dưới hình thức đồng giảng dạy giữa giảng viên HUFS và giảng viên ULIS thông qua các video bài giảng sinh động xoay quanh nhóm nhạc BTS.

Với hình thức giảng dạy mới lạ, nội dung bài học cuốn hút, chương trình đã nhận được phản hồi rất tích cực với 82,4% sinh viên muốn tiếp tục học ở kỳ tiếp theo. “Học tiếng Hàn cùng BTS” có thể coi là một làn gió mới trong lĩnh vực đào tạo tiếng Hàn tại ULIS, vừa nâng cao chất lượng giảng dạy đồng thời có thể thu hút sự quan tâm, yêu mến của đông đảo những người yêu thích K-pop và văn hoá Hàn Quốc tại Việt Nam.

Từ khoá: Học tiếng Hàn cùng BTS, ĐHNH, K-Pop

1. Giới thiệu về dự án “Học tiếng Hàn cùng BTS”

1.1. Bối cảnh triển khai Dự án “ Học tiếng Hàn cùng BTS”

Từ sau khi thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1992, quan hệ giữa 2 quốc gia Hàn Quốc và Việt Nam đã phát triển nhanh chóng, từ “Quan hệ đối tác toàn diện trong thế kỷ XXI” (năm 2002) đến “ Đối tác chiến lược” (năm 2009). Hiện nay, hai nước đã có quan hệ hợp tác sâu rộng và toàn diện trên nhiều lĩnh vực như: ngoại giao, kinh tế, chính trị, văn hoá và đặc biệt là trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo

Hai bên cũng liên tục có những cuộc trao đổi, hội đàm về hợp tác giáo dục và phát triển nguồn nhân lực. Trong giai đoạn 2016 - 2020, giáo dục cũng được coi là một trong các ưu tiên trong Chiến lược đối tác phát triển của Hàn Quốc với Việt Nam¹. Theo thống kê của Cục Đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính đến cuối tháng 10/2017, đầu tư trực tiếp của Hàn Quốc vào Việt Nam trong lĩnh vực GDĐT đạt gần 66 triệu USD với 62 dự án, chiếm khoảng gần 9% tổng vốn đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực này của Việt Nam².

Trải qua quá trình nỗ lực hợp tác cùng với sự phát triển ngày càng nhanh và mạnh mẽ của kinh tế, hoạt động liên kết đào tạo và trao đổi, giao lưu giữa Việt Nam - Hàn

¹ Việt Nam và Hàn Quốc đánh dấu quan hệ đối tác chiến lược toàn diện. <https://dangcongsan.vn>, ngày 17/11/2020.

² Hàn Quốc đẩy mạnh đầu tư vào giáo dục đào tạo tại Việt Nam. <https://bnews.vn>, ngày 09/11/2017.

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

Quốc ngày càng đạt được những thành tựu vượt bậc. Với sự hỗ trợ của Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (KOICA) và Quỹ giao lưu quốc tế Hàn Quốc (KF) các hoạt động đào tạo ngôn ngữ Hàn Quốc và nghiên cứu về Hàn Quốc cũng như Hàn Quốc học được phát triển mạnh mẽ.

Được thành lập vào năm 1991, Quỹ giao lưu quốc tế Hàn Quốc (KF) đã và đang thực hiện các dự án: phái cử các giáo sư có chuyên môn cao, hỗ trợ học bổng cho giảng viên và nghiên cứu sinh để xây dựng nền tảng cho nghiên cứu về Hàn Quốc, Hàn Quốc học và giáo dục tiếng Hàn. Đặc biệt, dự án 'Global e-School' của KF là dự án tổ chức các khóa học trực tuyến về Hàn Quốc và Hàn Quốc học cho các trường đại học ở nước ngoài. Dự án 'Global e-School' được KF triển khai tại ĐH Ngoại Ngữ - ĐH Quốc Gia HN từ năm 2010 đến nay với sự hỗ trợ về mặt chuyên môn đến từ ĐH ChungAng Hàn Quốc³. Các lớp học E-school về văn hoá, kinh tế, chính trị Hàn Quốc do các giáo sư Hàn Quốc đảm nhận đã gặt hái được nhiều thành công và trở thành môn học được nhiều sinh viên Khoa Hàn ULIS yêu thích.

Cùng với sự bùng nổ thời đại thông tin kỹ thuật số như hiện nay, làn sóng Hàn Quốc Hanlyu ngày càng được ưa chuộng mạnh mẽ bởi giới trẻ Việt Nam nói riêng và giới trẻ thế giới nói chung. Việc lồng ghép các nội dung liên quan đến Hanlyu vào các lớp học E-school không chỉ là sự đổi mới, sáng tạo trong quá trình dạy và học ngôn ngữ tiếng Hàn Quốc và Hàn Quốc học, mà còn trở thành một bước tiến phù hợp với xu thế dòng chảy văn hoá thế giới.

³ Khoa NN&VH Hàn Quốc – Một chặng đường xây dựng và phát triển
Tập san kỷ niệm 18 năm thành lập Khoa NN&VH HQ – ULIS(1994-2012)

1.2 Giới thiệu tổng quan về Dự án “ Học tiếng Hàn cùng BTS”

Được thành lập năm 2013, BTS gồm 7 thành viên: Jin, Suga, J-Hope, RM, Jimin, V và Jungkook đã liên tiếp lập hàng loạt kỷ lục như: Nghệ sĩ K-Pop đầu tiên giành giải thưởng tại Billboard Music Award, nghệ sĩ Hàn Quốc đầu tiên và duy nhất đạt vị trí số 1 trên bảng xếp hạng Billboard 200 với album “Love Yourself: Tear”, nhóm nhạc K-Pop đầu tiên nhận được chứng nhận vàng của Hiệp hội Công nghiệp âm nhạc Hoa Kỳ (RIAA) với ca khúc “MIC Drop Remix” tiêu thụ hơn 500.000 bản. Gần đây nhất, MV “Dynamite” là MV K-Pop cán đích 400 triệu lượt xem nhanh nhất (sau 35 ngày). Năm 2020, BTS đứng đầu bảng xếp hạng đĩa đơn Billboard Hot 100 của Mỹ với đĩa đơn “Dynamite”. Nhóm cũng được đề cử giải Grammy lớn đầu tiên vào tháng 11-2020. Tại Hàn Quốc, BTS vẫn đứng đầu bảng xếp hạng nhóm nhạc nam có giá trị thương hiệu cao nhất. Tiêu chí để đánh giá các nhóm nhạc nam K-Pop phụ thuộc vào những yếu tố như: Mức độ phủ sóng truyền thông, khả năng tương tác, chỉ số cộng đồng... Đây là lần thứ 34 nhóm BTS đứng ở vị trí đầu bảng.

Cùng với danh tiếng trên toàn cầu, BTS còn mang về cho nền kinh tế Hàn Quốc hàng tỷ USD mỗi năm. Theo báo cáo của Cơ quan Nội dung sáng tạo Hàn Quốc (KOCCA) năm 2017, xuất khẩu K-Pop đã đưa âm nhạc nước này thành một ngành trị giá khoảng 5 tỷ USD. Trong đó, độ phủ sóng của BTS giúp thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng tiêu dùng, mỹ phẩm và quần áo của Hàn Quốc sang nước ngoài được ước tính lên tới hơn 1 tỷ USD. Theo KOCCA, cứ mỗi 100 USD nhạc Hàn được tiêu thụ ở nước ngoài thì có thêm 395 USD hàng điện tử như điện thoại di động hay tivi được xuất khẩu.⁴

⁴ Nhóm nhạc BTS: Biểu tượng cho sự thành công của K-Pop
<http://www.hanoimoi.com.vn> ngày 21/3/2021

Trên cơ sở đó, "Learn! Korean with BTS" - "Học tiếng Hàn cùng BTS" đã được xây dựng bởi Big Hit Edu - công ty trực thuộc tập đoàn Big Hit Entertainment kết hợp với Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc (KF) và ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) để giúp người hâm mộ nhóm nhạc Hàn Quốc

- BTS nói riêng và những người yêu mến văn hoá Hàn Quốc nói chung có thể dễ dàng tiếp cận với tiếng Hàn Quốc cùng với thần tượng của mình. Từ mùa thu năm 2020, chương trình được triển khai tại 4 nước trên thế giới là Mỹ, Pháp, Việt Nam và Ai Cập với 7 trường Đại học thí điểm tham gia.⁵

TT	Quốc gia	Trường đại học	Tên khóa học	Ngày khai giảng	Quy mô lớp học (ước tính)
1	Mỹ	Đại học Middlebury	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	9.14	20 người
2	Pháp	Trường kinh doanh Edek	Beginner's Korean	9.1	50 người
3		Trường đại học sư phạm Paris	Beginner's Korean 1	9.21	15 người
4	Việt Nam	Trường Đại học Thăng Long	Korea Society & Culture (Learn Korean with BTS 1)	9.4	195 người (3 lớp mỗi lớp 65 người)
5		Trường Đại học Ngoại ngữ - ĐHQGHN	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	10.12	50 người (2 lớp mỗi lớp 25 người)
6	Ai Cập	Trường Đại học Einshams	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	10.13	30 người
7			한국어 2 (Learn Korean with BTS 2)	10.13	30 người

Theo Korea Foudation

Việt Nam có trường ĐH Ngoại Ngữ - ĐHQG HN và ĐH Thăng Long cùng hợp tác tham gia chương trình này. Chương trình "Learn! Korean with BTS" được triển khai tại trường Đại học Thăng Long dành cho sinh viên năm 3 ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc và môn học Ngôn ngữ Hàn Quốc nằm trong tín chỉ tự chọn ngoại ngữ thứ hai dành cho sinh viên toàn trường.

2. Tình hình triển khai dự án "Học tiếng Hàn với BTS" tại ULIS

2.1. Chương trình giảng dạy

Chương trình Học tiếng Hàn với BTS được triển khai tại Khoa NN&VH Hàn Quốc

- ULIS từ tháng 8 năm 2020 đến nay đã được 3 học kỳ bao gồm kỳ 1 và kỳ 2 năm học 2020-2021 và kỳ 1 năm học 2021-2022 với 2 lớp học mỗi kỳ. "Học tiếng Hàn với BTS" được tính là môn học có 4 tín chỉ, tổng 60 tiết/kỳ với số lượng 4 tiết/tuần với thời lượng 45 phút/ tiết trong 15 tuần học của 1 học kỳ. Mỗi học kỳ sẽ có 2 lớp được lựa chọn ngẫu nhiên để tiến hành giảng dạy chương trình.

⁵ 美대학생, BTS 따라하며 한국어 공부해요

<http://www.kf.or.kr> 2020년10월6일

Học sinh Mỹ, học tiếng Hàn cùng BTS (trang thông tin của KF ngày 6/10/2020)



Bộ sách Học Tiếng Hàn với BTS

Bộ giáo trình ‘Học tiếng Hàn với BTS’ bao gồm:

- Sách giáo khoa quyển 1,2 (tương đương trình độ Sơ cấp)
- Sách giáo khoa quyển 3,4 (tương đương trình độ Trung cấp)
- Vở luyện tập, ghi chú
- Bút nói sử dụng trí thông minh nhân tạo để đọc các từ tiếng Hàn theo giọng của các thành viên nhóm nhạc BTS
- Bộ dán bàn phím bảng chữ cái Hangeul.

Mỗi giáo trình có 6 bài phân chia theo kỹ năng: Nghe, Nói, Đọc, Viết của từng

chủ đề. Ở trình độ Sơ cấp có tổng 12 bài học về các chủ đề cơ bản trong đời sống hàng ngày như: chào hỏi, thời gian, vị trí, sở thích, mua sắm, thời tiết...có liên quan đến nhóm nhạc BTS. Trình độ Trung cấp có 12 bài bao gồm các chủ đề về trải nghiệm văn hoá Hàn Quốc với ngữ pháp, từ vựng nâng cao. Đồng thời, chương trình được lồng ghép rất nhiều hình ảnh, thông tin, video clip, các đoạn phỏng vấn của các thành viên trong nhóm nhạc BTS nhằm tạo hứng thú cho người học.

Contents	
Messages from BTS	004
Introductory remarks 알려두기	009
Structure & Features 구성과 특징	010
Characters 등장인물	014
Learning Hangeul 한글 배우기	017
01 안녕하세요? 저는 보라예요.	030
02 방탄소년단 교통카드 주세요.	046
03 모자가 몇 층에 있어요?	062
04 오늘 어디에 가요?	078
05 한강공원에서 라면을 먹어요.	094
06 삼겹살이 비싸지 않아요.	110
Course table 교재 구성표	126
Model answers 모범 답안	128
Vocabulary index 어휘 찾아보기	131

Contents	
Messages from BTS	004
Introductory remarks 알려두기	009
Structure & Features 구성과 특징	010
Characters 등장인물	014
07 음악 분수지만 노래가 안 나와요.	016
08 우리 이제 말 놓자.	032
09 여기에서 사진 찍을까?	048
10 산악지도 시키는 게 어때?	064
11 비행장을 구경하러 왔어요.	080
12 지금 비가 오고 있어.	096
Course table 교재 구성표	112
Model answers 모범 답안	114
Vocabulary index 어휘 찾아보기	117

Mục lục sách “Học tiếng Hàn với BTS” trình độ Sơ cấp

Contents		Contents	
Messages from BTS	004	Messages from BTS	004
Introductory remarks 일러두기	009	Introductory remarks 일러두기	009
Structure & Features 구성과 특징	010	Structure & Features 구성과 특징	010
Characters 등장인물	014	Characters 등장인물	014
13 마음에 들면 입어 보세요.	016	19 머리를 짧게 자르고 싶어요.	016
14 여기 오려고 지난주에 예약했어요.	032	20 드라마에서 본 적이 있어.	032
15 박물관에 볼거리가 많네요!	048	21 노을을 구경하는 사람이 많아.	048
16 나 운전할 수 있어.	064	22 한국에 온 지 한 달이 되었어요.	064
17 버스를 버리면 안 돼.	080	23 설명을 들으면서 구경하세요.	080
18 늦으면 해돋이를 못 봐.	096	24 한국에서 다시 만났으면 좋겠어.	096
Course table 교재 구성표	112	Course table 교재 구성표	112
Model answers 모범 답안	114	Model answers 모범 답안	114
Vocabulary index 어휘 찾아보기	117	Vocabulary index 어휘 찾아보기	117

Mục lục sách “Học tiếng Hàn với BTS” trình độ Trung cấp

Trường ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) ghi hình 2 video bài giảng và 1 video bài tập với thời lượng khoảng 20 phút/video theo nội dung từng chủ đề bài học. Giáo viên Hàn Quốc của HUFS giảng dạy bằng tiếng Hàn với tốc độ chậm vừa phải. Đối với từng kỹ năng Nghe - Nói - Đọc - Viết có các bài tập và phần luyện tập tương ứng. Giáo viên Khoa NN&VH Hàn Quốc của ULIS có trách nhiệm giảng giải bằng tiếng Việt phần từ vựng - ngữ pháp, giải thích thêm về văn hoá Hàn Quốc và cho sinh viên luyện tập Nghe - Nói theo yêu cầu của bài học.

Lớp học được tiến hành theo hình thức: giáo viên ULIS chiếu 3 video bài học và giải thích cho sinh viên trong 3 tiết học, tiết thứ 4 là tiết luyện tập làm bài tập thêm trong sách bài tập. Đây là hình thức triển khai lớp học phù hợp, đảm bảo độ tập trung cho sinh viên cũng như nâng cao hiệu quả của môn học.

2.2 Kết quả triển khai dự án “Học tiếng Hàn với BTS” tại ULIS

Sự ảnh hưởng mạnh mẽ của làn sóng Hàn Quốc Hanlyu từ những năm 2000, qua gần 2 thập kỷ vẫn chưa có dấu hiệu giảm sút. Do đó sự yêu thích của thanh thiếu niên dành cho văn hoá Hàn Quốc nói chung và

dành cho K-Pop nói riêng vẫn luôn sôi động. Ngày càng có rất nhiều học sinh, sinh viên lựa chọn học tiếng Hàn Quốc để có thể kết nối gần gũi với các thần tượng của mình hoặc đơn giản chỉ vì muốn hát được bài hát tiếng Hàn một cách trọn vẹn.

Từ năm học 2020-2021, với mỗi kỳ học, Khoa NN&VH Hàn Quốc đã lựa chọn ngẫu nhiên các lớp trong số các lớp CLC của Khoa để áp dụng thử nghiệm chương trình “Học tiếng Hàn với BTS”. Để đảm bảo tính công bằng, mỗi kỳ học sẽ có 2 lớp khác nhau được lựa chọn. Tính đến tháng 12 năm 2021 hiện đã có 6 lớp tham gia chương trình là các lớp 20K7, 20K8, 20K2, 20K3, 21K5, 21K6 với tổng số 156 sinh viên.

Người viết gửi phiếu điều dạng google form tới 156 sinh viên của 6 lớp đã và đang theo học lớp “Học tiếng Hàn với BTS” và đã nhận được 148/156 phiếu trả lời. Kết quả, với câu hỏi “ Các em có muốn tiếp tục theo học môn “Học tiếng Hàn với BTS” không?” đã có 82,4% sinh viên trả lời là “Có” và 17,6% sinh viên trả lời là “Không”. Đây có thể coi là phản hồi khá tích cực của sinh viên đối với một môn học mới với hình thức triển khai mới mẻ như dự án này.



Phiếu điều tra tình hình học môn “Học tiếng Hàn với BTS”

Có thể khẳng định rằng, dự án “Học tiếng Hàn với BTS” triển khai tại Khoa NN&VH Hàn Quốc - ULIS bước đầu đã đạt được một số thành công nhất định, nhận được sự yêu thích và ủng hộ mạnh mẽ của sinh viên Khoa. Sau mỗi giờ học, rất nhiều sinh viên đã thích thú chia sẻ lên mạng xã hội như facebook, tiktok...những hình ảnh trong giờ học, tài liệu học tập hoặc những đoạn âm thanh ghi âm giọng nói của các thành viên nhóm nhạc BTS. Đây có thể coi như một kênh quảng bá về sự đa dạng các môn học trong ngành Ngôn ngữ & Văn hoá Hàn Quốc tại ULIS, đồng thời góp phần quảng bá cho hình ảnh của Khoa và Nhà Trường đến với rộng rãi các fan hâm mộ BTS nói riêng và cộng đồng yêu K-Pop nói chung.

3. Đánh giá chung về Dự án “Học tiếng Hàn với BTS”

3.1. Ưu điểm của Dự án “Học tiếng Hàn với BTS”

Bên cạnh đó, dưới góc độ là đối tượng trực tiếp triển khai Dự án “Học tiếng Hàn với BTS” các giảng viên và sinh viên của ULIS cũng có rất nhiều ý kiến đóng góp về nội dung chương trình, hình thức triển khai, những ưu nhược điểm nhằm hoàn thiện Dự án, tạo hứng thú và nâng cao hiệu quả cho người học.

Dự án lấy hình tượng các thành viên trong nhóm nhạc BTS làm trọng tâm xây dựng nội dung chương trình. Đây là một hình thức triển khai mới mẻ, độc đáo, nhắm tới đối tượng lớn các fan của nhóm nhạc BTS nói riêng và fan của K-pop nói chung. Vì vậy, rất dễ hiểu tại sao dự án lại nhận được nhiều sự quan tâm và ủng hộ của lượng lớn của các bạn trẻ trên toàn thế giới.

Bộ học liệu phong phú, ngoài sách giáo khoa được in hình các thành viên nhóm nhạc BTS, còn có bút nói sử dụng trí thông minh nhân tạo để đọc các từ tiếng Hàn theo giọng của từng thành viên trong nhóm nhạc thần tượng. Ở cuối mỗi bài học luôn có các câu nói động viên fan hâm mộ và người học như: “오늘도 정말 수고했습니다- Hôm nay các bạn cũng đã cố gắng nhiều rồi! ”, “여러분, 보라해요- Tôi yêu các bạn ”, “좋은 하루 보내세요- chúc các bạn 1 ngày tốt lành”...gây ấn tượng mạnh mẽ cho người học.

Các video bài giảng được thiết kế sinh động, thời lượng hợp lý. Bài giảng được phân chia theo các kỹ năng: nghe, nói, đọc, viết giúp người học có cơ hội luyện tập và phát triển đồng đều tất cả các kỹ năng. Đoạn hội thoại chính của từng video bài giảng được lồng ghép các kiến thức với

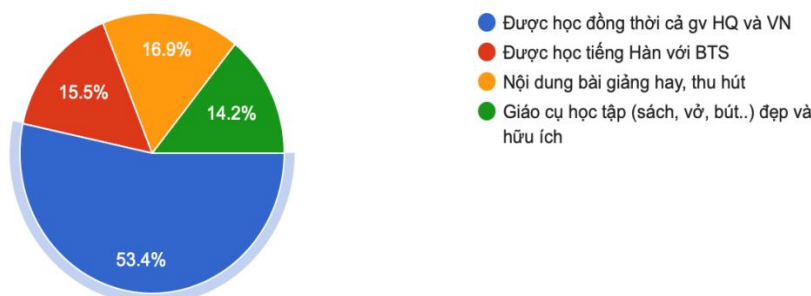
chủ đề liên quan đến nhóm nhạc BTS như đi mua vé xem buổi biểu diễn của BTS, đi du lịch đến nơi nhóm nhạc BTS quay MV, ra sân bay đón nhóm nhạc BTS trước buổi biểu diễn...rất thực tế và tạo hứng thú cho người học.

Phản ngữ pháp của bài giảng được giáo sư Hàn Quốc giải thích rất dễ hiểu, có

kèm với phần luyện tập và video chữa bài tập để sinh viên có thể luyện tập ở nhà. Phần Nghe và nói được dựng dựa trên các đoạn hội thoại thực tế của các thành viên nhóm nhạc BTS, giúp sinh viên có cơ hội tiếp xúc với ngôn ngữ tiếng Hàn ứng dụng thực tế trong đời sống mà ở các bộ giáo trình khác không có.

Theo em ưu điểm của giờ học tiếng Hàn BTS là gì

148 responses



Phiếu điều tra tình hình học môn “Học tiếng Hàn với BTS”

Bên cạnh đó, sinh viên Khoa Hàn Ulsi còn đánh giá ưu điểm của môn học “Học tiếng Hàn với BTS” là cơ hội được học song song cả giáo viên bản xứ và giáo viên Việt Nam. Bài giảng của giáo viên bản xứ giúp sinh viên tăng cường khả năng Nghe - Nói, còn phần giải thích của giáo viên Việt Nam sẽ giúp sinh viên hiểu sâu về ngữ pháp và ngữ cảnh của bài học.

Một điểm có thể đánh giá là ưu điểm của dự án “Học tiếng Hàn với BTS” là phần tìm hiểu văn hoá và đời sống Hàn Quốc được lồng ghép rất phong phú, sinh động trong từng video bài giảng. Những ưu điểm trên đã khiến các giờ học trong chương trình trở nên bổ ích và thú vị.

3.2 Nhược điểm của Dự án “Học tiếng Hàn với BTS”

Ngoài những ưu điểm đã nêu trên, các giờ học của dự án “Học tiếng Hàn với

BTS” cũng tồn tại một vài nhược điểm như: phần Nghe trong video bài giảng quá nhanh, không rõ lời thoại là ý kiến của 55,4% sinh viên thực hiện phiếu điều tra. Phần Nghe của video bài giảng sử dụng các video, clip trong thực tế đời sống của các thành viên nhóm nhạc BTS nên mặc dù có nội dung thú vị nhưng tốc độ nói khá nhanh với nhiều từ khẩu ngữ, phương ngữ gây khó khăn cho người mới học tiếng Hàn. Ngoài ra, 25% sinh viên nêu nhược điểm của giờ học là sinh viên khó tập trung khi phải xem video liên tục trong vòng 4 tiết, dẫn đến buồn ngủ và hiệu quả học tập không cao; 16,9% ý kiến là ngữ pháp và phần luyện tập ít, tương đối đơn giản quá so với các giáo trình khác mà sinh viên chuyên ngành tiếng Hàn hiện đang theo học; 2,7% sinh viên cho rằng bài giảng có nhiều từ vựng và khó nhớ.

Theo em nhược điểm của giờ học tiếng Hàn BTS là gì?

148 responses



Phiếu điều tra tình hình học môn “Học tiếng Hàn với BTS”

Bên cạnh đó, môn học “Học tiếng Hàn với BTS” do mới đưa vào giảng dạy thử nghiệm tại một vài trường nên chưa có hệ thống kiểm tra đánh giá tương đương với các chương trình chuẩn khác cũng như chưa có hệ quy chiếu quy định chuẩn đầu ra để phục vụ cho công tác thi cử, đánh giá năng lực người học. Đặc biệt, với đối tượng là các sinh viên học chuyên ngành tiếng Hàn thì nội dung kiến thức của giáo trình “Học tiếng Hàn với BTS” có nhiều chênh lệch với các giáo trình khác, có thể dẫn đến sự chênh lệch trình độ đối với đối tượng người học được học và không được học các lớp “Học tiếng Hàn với BTS” trong cùng một khối học hoặc ngành học.

3.3 Triển vọng phát triển mô hình dự án “Học tiếng Hàn với BTS”

Phản ứng tích cực của người học tham gia chương trình “Học tiếng Hàn với BTS” tại ULIS phần nào cho thấy tiềm năng thành công của dự án này. Trong tương lai, dự án có thể được mở rộng tại nhiều quốc gia khác nhau, nơi có lượng người hâm mộ K-pop và yêu thích văn hoá Hàn Quốc đông đảo như Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Mỹ, các nước Châu Phi...

Phải khẳng định rằng: “Học tiếng Hàn với BTS” là dự án có tính đột phá trong việc tận dụng những sự bùng nổ và lan rộng của

làn sóng Hàn Quốc - Hanlyu trong việc phát triển ngành giáo dục tiếng Hàn nói riêng và trong việc quảng bá văn hoá Hàn Quốc nói chung. Bằng những bài giảng thú vị, thực tế, dự án không chỉ nhận được sự quan tâm và yêu mến của đông đảo người hâm mộ nhóm nhạc BTS mà còn tạo sự tò mò, hứng thú đối với cộng đồng người học tiếng Hàn, nghiên cứu về Hàn Quốc học và những người muốn tìm hiểu về văn hoá, đất nước, con người Hàn Quốc trên toàn thế giới.

Đây có thể coi là một hình mẫu lý tưởng trong việc kết hợp ưu thế, đặc trưng của văn hoá với giáo dục đào tạo nhằm quảng bá văn hoá bản xứ ra nước ngoài. Thiết nghĩ, ta có thể vận dụng hình thức tương tự để xây dựng những dự án “Học tiếng Việt” nhằm phát triển ngành giáo dục tiếng Việt và quảng bá văn hoá Việt Nam ra cộng đồng thế giới.

Kết luận

Với hình thức giảng dạy mới lạ, nội dung bài giảng thực tế, sinh động, dự án “Học tiếng Hàn cùng BTS” có thể coi là một làn gió mới trong lĩnh vực đào tạo tiếng Hàn tại ULIS. Việc triển khai chương trình đã làm phong phú thêm hệ thống môn học cũng như nâng cao chất lượng giảng dạy và phương pháp giảng dạy trong lĩnh vực giáo dục tiếng Hàn tại ULIS.

Mặt khác, sự thành công của dự án có thể coi như một kênh truyền thông cho ngành Ngôn ngữ & Văn hoá Hàn Quốc tại ULIS, đồng thời góp phần quảng bá cho hình ảnh của Khoa và Nhà Trường đến với rộng rãi các fan hâm mộ BTS nói riêng và đông đảo những người yêu thích K-pop và văn hoá Hàn Quốc tại Việt Nam và trên thế giới nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hàn Quốc đẩy mạnh đầu tư vào giáo dục đào tạo tại Việt Nam. <https://bnews.vn>, ngày 09/11/2017.
2. <http://www.yna.co.kr>
3. Khoa NN&VH Hàn Quốc - Một chặng đường xây dựng và phát triển, Tập san kỷ niệm 18 năm thành lập Khoa NN& VH HQ - ULIS (1994-2012)
4. Nhóm nhạc BTS: Biểu tượng cho sự thành công của K-Pop
<http://www.hanoimoi.com.vn> ngày 21/3/2021
5. Việt Nam và Hàn Quốc đánh dấu quan hệ đối tác chiến lược toàn diện
<https://dangcongsan.vn>, ngày 17/11/2020.
6. 대학생, BTS 따라하며 한국어 공부해요
<http://www.kf.or.kr> 2020년10월 6일 (Học sinh Mỹ, học tiếng Hàn cùng BTS (trang thông tin của KF ngày 6/10/2020))

Abstract

"Learn! Korean with BTS" - is a program established by Big Hit Edu company, under the Big Hit Entertainment Corporation, in cooperating with Korean

Foundation (KF) and Hankuk University of Foreign Study (HUFS) to help fans of the K-pop band BTS in particular and fan of Korean in general gain easier access to the Korean language. Starting from the Autumn of 2020, the program has been implemented in six universities all over the world, with ULIS and Thang Long University in Vietnam have participated in.

The Korean Language and Culture Department has implemented "Learn! Korean with BTS" as an official subject for HQ classes starting from QH2020. As of now, there have been three semesters with a total of 6 classes and 156 students. The subject has 4 credits, 60 periods per semester, 45 minutes per period. The lectures are conducted in the form of co-teaching between HUFS and ULIS professors using the animated videos of the K-pop band BTS.

With an innovative teaching method and engaging content, the program has received positive feedback with 82.4% of students wanting to continue the program in the next semester. "Learn! Korean with BTS" is a new breeze in Korean training at ULIS, both improving training quality and attracting the attention and love of K-pop and Korean culture fan.

Keywords: Learn! Korean with BTS, ULIS, K-Pop

LÀN SÓNG HÀN LƯU TRONG BỐI CẢNH DỊCH BỆNH COVID-19 VÀ BÀI HỌC ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Hà Thu Hoàng*

Tóm tắt

Covid-19 đã ảnh hưởng rất mạnh mẽ tới sự phát triển của làn sóng Hàn Lưu trên nhiều khía cạnh, phương diện khác nhau. Là một trong những công cụ để thực thi chính sách ngoại giao của chính phủ Hàn Quốc, đồng thời khuếch trương “quyền lực mềm” của Hàn Quốc ra phạm vi toàn thế giới, làn sóng Hàn Lưu cũng đã gặp phải nhiều khó khăn trước sự tấn công của Covid-19. Trước tình hình đó, Hàn Quốc đã có những biện pháp ứng phó và thích ứng tích cực để tiếp tục duy trì đà phát triển của Hàn Lưu và thu được một số kết quả thực tế. Từ tấm gương của Hàn Quốc, cũng có thể rút ra một số bài học cho Việt Nam trong chiến lược phát triển và quảng bá văn hóa.

Từ khóa: Hallyu, Hàn lưu, Covid-19, chính sách văn hóa

Chỉ trong vòng hai năm kể từ khi xuất hiện, đại dịch Covid -19 đã gây nên những tác động to lớn lên toàn bộ đời sống của người dân các nước quốc gia trên toàn thế giới. Không chỉ cướp đi sinh mạng của hàng triệu người, Covid-19 còn mang tới cục diện tăm tối cho nền kinh tế, xã hội của mỗi nước, tạo ra những rào cản to lớn cho tiến trình phát triển về mọi mặt của nhân loại. Dù vậy, Covid-19 cũng đã tạo tiền đề cho những phương thức giao tiếp mới, những cách thức tiếp cận và giao lưu đa dạng hơn, đẩy mạnh tiến trình áp dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến để giúp con người lại gần nhau hơn, dù trong bối cảnh dịch bệnh. Chúng ta có thể cảm nhận rõ điều này qua sự phát triển của các hình thức đào tạo online, qua làn sóng số hóa mạnh mẽ của một loạt phương tiện giao tiếp cũng như làm việc. “Có thể tìm thấy cơ hội ngay trong thách thức”, đó chính là con đường duy nhất để vượt qua đại dịch. Là một trong những công cụ để thực thi chính sách ngoại giao của chính phủ Hàn Quốc, đồng thời khuếch trương “quyền lực mềm” của Hàn Quốc ra phạm vi toàn thế giới, làn sóng Hàn Lưu cũng đã gặp phải nhiều khó khăn trước sự tấn công của Covid-19. Vậy Hàn Lưu, mà cụ thể là làn sóng Hàn Lưu mới đã biến chuyển ra sao trước đại dịch, và đã có những thay đổi như thế nào để có thể tiếp tục con đường chinh phục của mình, có thể thu được bài học gì cho Việt Nam, đó là những nội dung mà người viết muốn tìm hiểu trong bài nghiên cứu này.

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

1. Hàn Lưu và làn sóng Hàn Lưu mới (신 한류)

Thuật ngữ “Hallyu” (tiếng Hàn Quốc 한류, chữ Hán 韓流) hay còn được gọi là “Hàn Lưu, 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.

Cách gọi Hallyu xuất hiện lần đầu tiên tại Trung Quốc, do các cơ quan báo chí của nước này khởi xướng. “Hallyu” tức “làn sóng mạnh mẽ đến từ Hàn Quốc”, được dùng để diễn tả sự phổ biến của văn hóa Hàn Quốc. Có thể định nghĩa “*Hallyu là hiện tượng văn hóa đại chúng mang tính toàn cầu. Hallyu bao gồm nhiều nội dung, sản phẩm văn hóa đa dạng của Hàn Quốc như phim ảnh, âm nhạc, ẩm thực, tiếng Hàn, thời trang, du lịch v.v... Theo thời gian, Hallyu được truyền bá rộng rãi và phát triển một cách hệ thống, chiến lược thành một ngành công nghiệp văn hóa*” (Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc, Hà Thu Hương, 2020).

Kể từ khi ra đời, làn sóng Hàn Lưu đã trải qua nhiều giai đoạn, và giai đoạn mới nhất của Hàn Lưu chính là “làn sóng Hàn Lưu mới”, hay còn được gọi là “Tân Hàn Lưu” (Shin Hallyu, 신 한류, 新韓流). Đây

là khái niệm dùng để chỉ “phong trào mới, phát huy một cách tích cực và ở cấp độ cao hơn làn sóng Hàn Lưu tại nước ngoài, tạo ra những thành quả về mặt thực tiễn trên các lĩnh vực công nghiệp liên quan như du lịch, mua sắm, thời trang... Nói cách khác, nó đề cập đến việc quảng bá, giúp lôi kéo mọi người tìm đến Hàn Quốc để xem các buổi công diễn của ca sĩ Hàn Quốc hay tham quan các địa điểm quay phim, mua sắm, thời trang... Làn sóng này tận dụng hiệu ứng của làn sóng Hàn Lưu và có bao hàm cả ý chí tạo ra những giá trị lợi ích mang tính quốc gia” (Bộ Văn hóa thể thao du lịch Hàn Quốc, tháng 7/2020). Có thể thấy, định nghĩa về làn sóng Hàn Lưu mới của chính phủ Hàn Quốc đã bao hàm một số ý nghĩa như sau: (1) tạo cơ hội cho người dân trên toàn thế giới có thể tận hưởng các nội dung khác nhau của Hàn Quốc (hay chính Hallyu) trong cuộc sống thường ngày, (2) duy trì hiệu ứng lan tỏa về mặt kinh tế thông qua việc kết hợp với các ngành công nghiệp liên quan và (3) tạo ra làn sóng Hàn Lưu bền vững thông qua tăng cường giao lưu văn hóa mang tính chất tương tác lẫn nhau.

Bảng dưới đây mang lại cái nhìn tổng thể hơn về toàn bộ quá trình phát triển của làn sóng Hàn Lưu, đặc biệt là những điểm khác biệt của Làn sóng Hàn Lưu mới.

	Hàn Lưu 1.0	Hàn Lưu 2.0	Hàn Lưu 3.0	Hàn Lưu mới (K-Culture)
Thời kì	Từ năm 1997 ~ giữa những năm 2000	Từ giữa những năm 2000 ~ đầu những năm 2010	Từ đầu những năm 2010 ~ năm 2019	Từ năm 2020 ~ nay
Đặc điểm	Sự thai nghén của Hàn lưu Tập trung vào nội dung video	Sự mở rộng của Hàn lưu Tập trung vào các ngôi sao thần tượng	Sự toàn cầu hóa của Hàn lưu Sự xuất hiện của các sản phẩm, ngôi sao mang tầm cỡ thế giới	Sự đa dạng và toàn cầu hóa của Hàn lưu (giao tiếp online)
Lĩnh vực trọng tâm	Phim truyền hình	Âm nhạc đại chúng	Văn hóa đại chúng	Văn hóa Hàn Quốc + lĩnh vực công nghiệp liên quan
Đối tượng	Châu Á	Châu Á, Trung và Nam Mỹ, Trung Đông, một phần khu vực Âu Mỹ	Toàn thế giới	Toàn thế giới (mở rộng một cách chiến lược)
Người tiêu thụ	Thiếu số những người hâm mộ	Người ở độ tuổi 10~20	Người dân toàn thế giới	Người dân toàn thế giới (tiếp cận có điều chỉnh cho phù hợp)

(Nguồn: “Thông cáo báo chí về Kế hoạch triển khai các chính sách phát triển làn sóng Hàn Lưu mới”, Bộ Văn hóa thể thao du lịch, 2021)

Nhìn vào bảng trên có thể thấy sự thay đổi trong quan điểm phát triển của làn sóng Hàn Lưu mới, cách thức tiếp cận cũng không mang tính ồ ạt đại trà như các giai đoạn trước mà đã theo một định hướng chiến lược nhất định và có sự điều chỉnh, lựa chọn trong quá trình tiếp cận với người tiêu thụ. Trước hết, đây là chiến lược phát triển thích hợp của chính phủ Hàn Quốc, đi vào chiều sâu và nhấn mạnh phương diện tạo ra “quyền lực mềm” trên cơ sở hiệu ứng lan tỏa của Hàn Lưu, nhằm đảm bảo sự tồn tại bền vững của nó trong bối cảnh toàn cầu hóa, với sự phát triển mạnh mẽ của nhiều nền văn hóa mới khác như của Trung Quốc hay Mỹ La tinh. Bên cạnh đó, chính sự bùng phát của đại dịch Covid-19, và cũng điều

này đã góp phần tạo ra những điểm mới cho chính sách phát triển làn sóng Hàn Lưu mới, và điều này bắt nguồn từ tác động của Covid đối với mức độ ảnh hưởng làn sóng Hàn Lưu trên toàn thế giới.

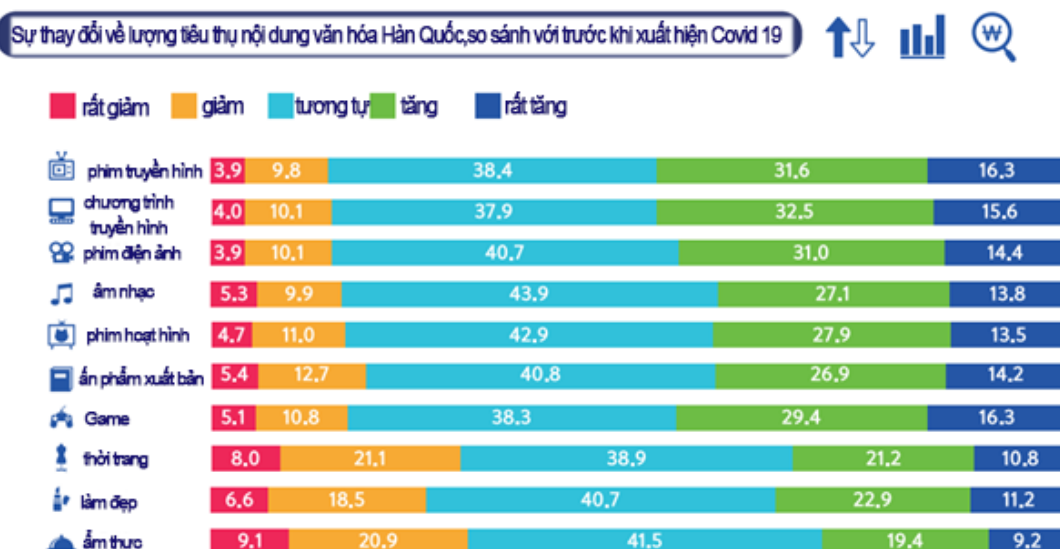
2. Làn sóng Hàn lưu trước tác động của Covid-19

2.1 Một số thay đổi của làn sóng Hàn Lưu sau sự xuất hiện của Covid - 19

Dịch bệnh Covid-19 xuất hiện từ cuối năm 2019, đã gây nên một cuộc khủng hoảng trầm trọng trên toàn thế giới, và tới thời điểm hiện tại, vẫn diễn tiến vô cùng phức tạp. Không ai có thể dự đoán được, tới khi nào thế giới mới hoàn toàn thoát khỏi dịch bệnh. Từ thời kì quyết tâm xóa bỏ dịch bệnh, con người dần chuyển sang tâm thế “bình thường

mới, sống chung với Covid” (with Covid). Dù vậy, vẫn không thể phủ nhận những ảnh hưởng nặng nề của Covid tới nền kinh tế thế giới nói chung, và nền công nghiệp văn hóa nói riêng. Xem xét kết quả điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2021 được thực hiện bởi Viện Chấn hưng giao lưu văn hóa quốc tế Hàn Quốc (KOFFICE), có thể đánh giá được

những tác động của Covid với tác động của Hàn Lưu. Sự tác động này vô cùng phức tạp, ở nhiều khía cạnh, phương diện khác nhau. Tuy nhiên, trong bài này, người viết chỉ tập trung chỉ ra một số ảnh hưởng rõ rệt nhất, và có ảnh hưởng trực tiếp đến cách thức ứng phó cũng như kế hoạch chính sách của chính phủ Hàn Quốc.



<Ảnh 1> Sự thay đổi về lượng tiêu thụ nội dung văn hóa Hàn Quốc, so sánh với trước khi xuất hiện Covid 19

(Nguồn: “Điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2021”, KOFFICE)

Theo kết quả điều tra hơn 8,500 người đã từng trải nghiệm các nội dung văn hóa của Hàn Quốc (sản phẩm của Hàn Lưu) từ các quốc gia trên thế giới (mỗi quốc gia khoảng 400~500 người), tỉ lệ trả lời xu hướng tiêu thụ giảm và rất giảm chiếm từ khoảng 14% đến 30% tùy theo mỗi lĩnh vực, còn tỉ lệ trả lời xu hướng tăng và rất tăng chiếm khoảng 30% đến 50%. Trong đó, lĩnh vực thực phẩm và thời trang và làm đẹp có xu hướng tiêu thụ giảm cao nhất (xấp xỉ 25%~ 30%), còn lĩnh vực trò chơi điện tử, phim truyền hình và các chương trình truyền hình có tỉ lệ tăng cao nhất (xấp xỉ 50%). Có thể dễ dàng nhận thấy, các lĩnh vực có tỉ lệ tiêu thụ giảm đều

là những lĩnh vực nghiêng về tương tác trực tiếp hay hướng ngoại (làm đẹp, thời trang), hoặc bị ì trệ, đóng cửa do tác động trực tiếp của dịch bệnh như công nghiệp thực phẩm. Trái lại, chính sách phong tỏa, đóng cửa của các chính phủ nhằm hạn chế mức độ lây lan của bệnh dịch đã tạo động lực cho các lĩnh vực có thể tiếp cận từ xa, qua các nền tảng online hay truyền hình như trò chơi điện tử, phim ảnh hay thậm chí ấn phẩm xuất bản.

Tiếp đó, có thể thấy rõ ảnh hưởng của dịch bệnh tới làn sóng Hàn Lưu qua một số số liệu khác, mà tiêu biểu nhất là phương thức tiếp cận với Hàn Lưu.

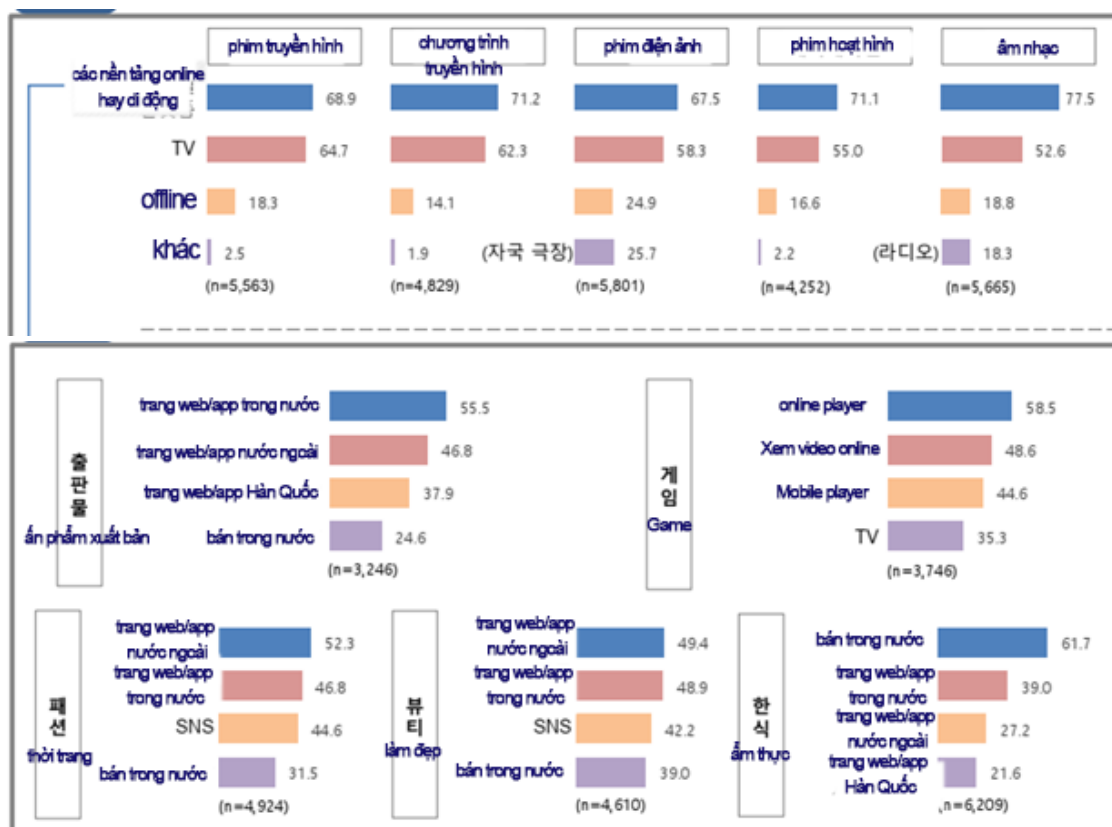


<Ảnh 2> Phương thức tiếp cận với nội dung văn hóa Hàn Quốc (3 phương thức chiếm tỉ lệ cao nhất ở mỗi lĩnh vực) năm 2020

(Nguồn: “Điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2021”, KOFFICE)

Nhìn vào kết quả điều tra ở <Tranh 2>, có thể thấy các nền tảng online chiếm ưu thế tuyệt đối ở tất cả các lĩnh vực, trong đó tỉ lệ tiếp cận qua các nền tảng online hay di động ở các lĩnh vực như phim truyền hình, chương trình truyền hình, phim điện ảnh, âm nhạc, phim hoạt hình đều chiếm xấp xỉ 80%. Phương tiện tivi cũng hỗ trợ tích cực vào việc lan tỏa trực tiếp các nội dung văn hóa Hàn Lưu với tỉ lệ trả lời chiếm từ 50% đến 60%. Ở các lĩnh vực công nghiệp liên quan, phim ảnh vẫn có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo hiệu ứng thu hút, dẫn dắt

người tiêu thụ đến với các sản phẩm “Made in Korea” (tỉ lệ người dùng biết đến sản phẩm Hàn Quốc thông qua phim ảnh đều chiếm tỉ lệ rất cao như 61,4% ở lĩnh vực thời trang, 53,4% ở lĩnh vực làm đẹp hay 47,5% ở lĩnh vực ẩm thực). Bên cạnh đó mạng xã hội (SNS) cũng giữ vai trò không nhỏ khi đứng vị trí thứ nhất trong các cách thức tiếp cận của người dùng với các lĩnh vực thời trang, làm đẹp hay ẩm thực. Để thấy rõ những thay đổi trước và sau khi xuất hiện Covid-19, người viết đã thử so sánh với số liệu điều tra của năm 2019.



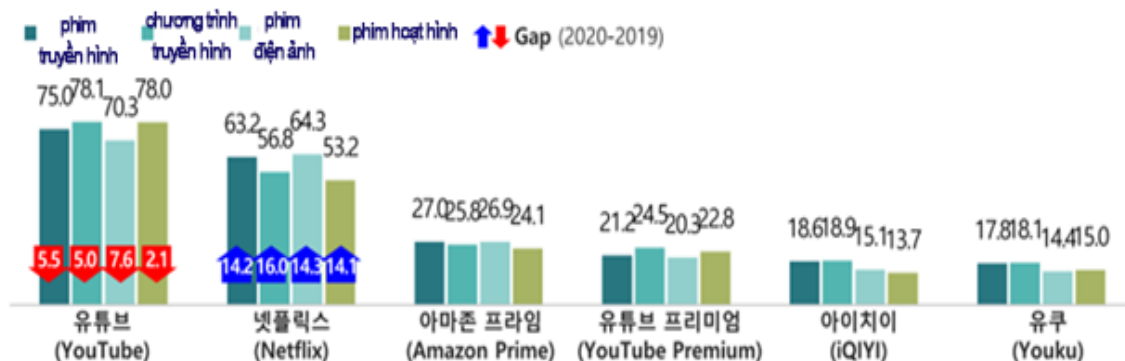
<Ảnh 3> Phương thức tiếp cận với nội dung văn hóa Hàn Quốc (3 phương thức chiếm tỉ lệ cao nhất ở mỗi lĩnh vực) năm 2019

(Nguồn: “Điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2020”, KOFFICE)

Nhìn vào số liệu điều tra của năm 2019, có thể thấy rằng, tuy rằng thứ tự không thay đổi, song có sự tăng lên rõ rệt về tỉ lệ sử dụng các phương thức tiếp cận online của người dùng (như ở lĩnh vực phim truyền hình, tỉ lệ sử dụng các ứng dụng – nền tảng online tăng từ 68,9% lên 76,9%, hay lĩnh vực âm nhạc tăng từ 77,5% lên 82,0%). Đặc biệt ở lĩnh vực ẩm thực, nếu như năm 2019, người tiêu thụ chủ yếu tiếp cận qua các nhà hàng, quán ăn tại quốc gia mình (chiếm tỉ lệ 61,7%) hay được biết đến qua các trang web, ứng dụng trong nước thì bước sang năm 2020, con đường tiếp cận trực tiếp (offline) đã hoàn toàn biến mất khỏi nhóm đầu, nhường chỗ cho mạng xã hội, phim ảnh hay youtube. Tương tự như ở lĩnh vực làm đẹp hay thời trang, vai trò của mạng xã hội được nhấn mạnh, đồng thời, các

nền tảng đăng tải video hay phim ảnh đã trở thành các kênh quảng bá tích cực.

Trong xu hướng tiếp cận các nội dung văn hóa của Hàn lưu qua các nền tảng, ứng dụng online, điều tra đã chỉ ra rằng, người dùng chủ yếu sử dụng Youtube và Netflix để xem các bộ phim truyền hình, phim điện ảnh hay chương trình truyền hình, phim hoạt hình của Hàn Quốc. Tuy nhiên, so sánh với năm 2019, tỉ lệ sử dụng nền tảng Youtube có xu hướng giảm, và tỉ lệ sử dụng Netflix tăng. Điều này được lí giải là bởi trạng thái phong tỏa trở nên phổ biến do dịch bệnh Covid – 19 cùng với sự phổ biến của các thiết bị di động đã khiến người dùng trở nên quen thuộc hơn với các dịch vụ cung cấp phim ảnh online (có trả phí) như Netflix, Amazon Prime, Youtube Premium...

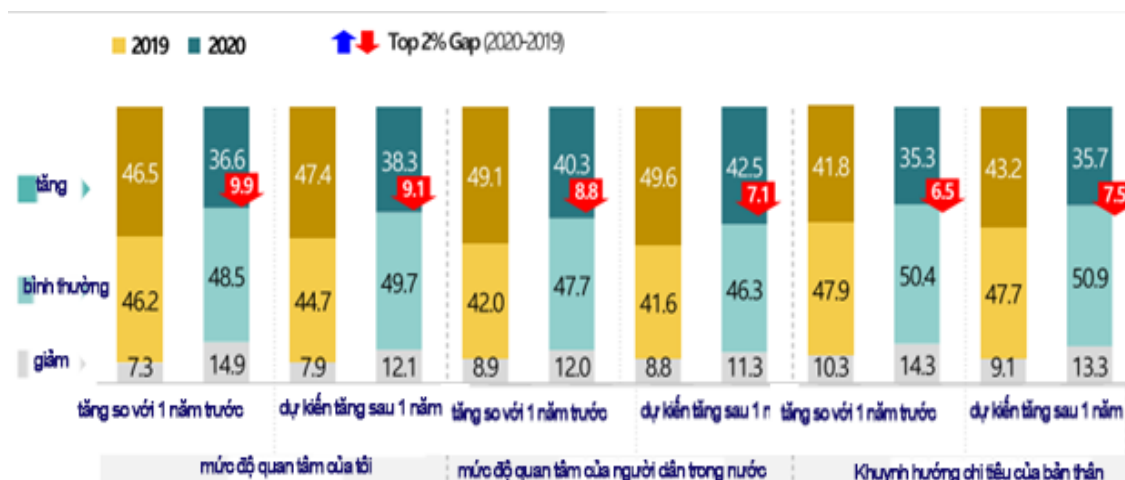


<Ảnh 4> Nền tảng, ứng dụng online – di động được sử dụng khi tiếp cận với nội dung văn hóa Hàn Quốc: phim ảnh

(Nguồn: “Điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2021”, KOFFICE)

Bên cạnh đó, điều tra của KOFFICE cũng chỉ ra rằng, do sự kéo dài liên tục của dịch bệnh, việc người hâm mộ được trực tiếp gặp gỡ với thần tượng của mình (thông qua các buổi công diễn, fanmeeting) bị hạn chế, điều này đã dẫn tới sự giảm sút của “mức độ quan tâm” dành cho Hàn Lưu. Như <Tranh 5> dưới đây, tỉ lệ người trả lời “tăng so với 1 năm trước”, và “dự kiến mức độ quan tâm 1 năm sau sẽ tăng” đều ở cả ba câu hỏi “Mức độ quan tâm của bản thân”,

“Mức độ quan tâm của người dân trong nước” và “Khuyến hướng chi tiêu của bản thân” đều giảm so với năm 2019. Trên quan điểm dài hạn, “mức độ quan tâm” là động lực để duy trì tính bền vững của Hàn Lưu, còn “Khuyến hướng chi tiêu” chính là thể hiện rõ nhất của hiệu ứng lan tỏa của Hàn lưu. Các chỉ số này giảm, cho thấy chính sách thúc đẩy Hàn lưu cũng như tăng cường “quyền lực mềm” của chính phủ Hàn Quốc đã gặp phải những thách thức rõ rệt.



<Ảnh 5> Mức độ quan tâm đối với các nội dung văn hóa Hàn Quốc

(Nguồn: “Điều tra hiện trạng Hàn Lưu năm 2020”, KOFFICE)

2.2 Cách thức ứng phó và thích ứng của Hàn Quốc

Trước những thay đổi và cả thách thức nêu trên, Hàn Quốc bắt buộc phải có những thay đổi để ứng phó và thích ứng kịp thời, nhằm duy trì mức độ ảnh hưởng cũng như hiệu ứng lan tỏa của làn sóng Hàn Lưu trên trường quốc tế.

Đứng trên góc độ chính sách, có thể thấy những động thái tích cực của phía chính phủ. Tháng 7 năm 2020, trong cuộc họp Điều chỉnh các vấn đề xã hội do Thủ tướng chủ trì, Hàn Quốc đã phát biểu 3 chiến lược hỗ trợ nhằm củng cố sự phát triển bền vững của Hàn Lưu, hỗ trợ các nội dung văn hóa của làn sóng Hàn Lưu mới để ứng phó với sự thay đổi của kinh tế chuyển sang “không gặp mặt trực tiếp” và thúc đẩy sự hợp tác giữa các cơ quan chính phủ. Ba chiến lược được đề ra bao gồm: (1) Đa dạng hóa nội dung Hàn Lưu, sản xuất những nội dung mới từ “nguồn tài sản văn hóa phong phú của Hàn Quốc”, bên cạnh nội dung văn hóa đại chúng vốn có; (2) Lôi kéo các ngành công nghiệp liên quan, tăng cường mối liên kết giữa Hàn Lưu với không chỉ các ngành tiêu thụ mà còn cả các ngành dịch vụ; (3) Xây dựng nền tảng để lan tỏa làn sóng Hàn Lưu bền vững”. Chiến lược thứ ba nhấn mạnh vào vai trò của chính phủ, vốn chỉ dừng lại ở sự hỗ trợ mang tính gián tiếp và không có một cơ quan chính thức đóng vai trò phụ trách chính về chính sách trong giai đoạn trước. Để đảm bảo sự phát triển bền vững của Hàn Lưu trong thời gian sắp tới, cần phải xây dựng một cơ quan phụ trách chung về chính sách và có thể chế hợp tác của chính phủ, với những hỗ trợ mang tính tích cực hơn.

Đặc biệt, để khắc phục những ảnh hưởng dịch bệnh Covid-19, chính phủ Hàn Quốc cũng có kế hoạch phát triển tập trung các nội dung Hàn Lưu phù hợp với các

phương tiện di động online. Chính phủ sẽ hỗ trợ phát triển webtoon tích hợp kỹ thuật mới như nhận diện khuôn mặt, thực tế ảo (VR)... , hỗ trợ xây dựng các nội dung video dưới hình thức mới phù hợp với các nền tảng dịch vụ phim ảnh online (OTT). Với những lĩnh vực bị hạn chế tương tác trực tiếp do dịch bệnh như âm nhạc đại chúng, chính phủ Hàn Quốc cũng có kế hoạch hỗ trợ dịch vụ tích hợp với công nghệ mới, xây dựng những studio chuyên nghiệp để tổ chức các cuộc công diễn mang lại cảm giác sống động, giúp cho người hâm mộ K-pop trên toàn thế giới có thể thưởng thức từ xa. Cùng với đó là sự thay đổi đa dạng trong cách thức tiến ra thị trường quốc tế, kết hợp chặt chẽ với vấn đề bảo hộ bản quyền tác giả (tiêu biểu như nền tảng xuất khẩu sách online K-book).

Không chỉ dừng lại ở những nội dung văn hóa đại chúng, chính phủ Hàn Quốc còn nỗ lực thúc đẩy sự phổ biến của các nội dung văn hóa truyền thống, di sản văn hóa Hàn Quốc dưới những phương thức mới. Trong lĩnh vực ẩm thực, nhằm nâng cao hình ảnh của K-food, một loạt sản phẩm giới thiệu về các món ăn Hàn Quốc đã được sản xuất và phổ biến tới nhiều quốc gia (dự án sản xuất mealkit – bộ sản phẩm các món ăn truyền thống cùng với video hướng dẫn cách làm đã được gửi tới cơ quan liên kết là hàng trăm Học viện King Sejong trên toàn thế giới). Hay các hoạt động triển lãm, trải nghiệm văn hóa truyền thống của Hàn Quốc như hanbok, hanji, trò chơi truyền thống... cũng được tổ chức với sự phối hợp của các cơ quan đại diện ngoại giao tại nước ngoài. Quỹ Học viện King Sejong bên cạnh việc liên tục mở rộng các học viện đào tạo tiếng Hàn trên toàn thế giới, cũng đã xây dựng chương trình Sejong Culture Academy với sự tham gia của các chuyên gia về văn hóa truyền thống để mang tới cơ hội trải nghiệm từ xa cho học viên trên khắp thế giới.

Tận dụng các nền tảng ứng dụng online, Hàn Quốc xây dựng 3 kênh Youtube về Hàn lưu là Korea in the World, K-Infulencer, Korea Trend, với sự hỗ trợ từ chính phủ trong việc vận hành và xây dựng các nội dung video liên quan đến văn hóa để có thể quảng bá rộng rãi văn hóa Hàn Quốc ra nước ngoài...

Một ví dụ điển hình cho cách thức ứng phó và thích ứng của Hàn Lưu trước đại dịch chính là sự nở rộ của các nội dung truyền hình trên nền tảng Netflix. Như đã phân tích ở trên, tình trạng phong tỏa đã khiến người tiêu thụ trên toàn thế giới dần quen với các nền tảng cung cấp nội dung phim ảnh online có trả phí, trong đó phải kể đến sự tăng trưởng không ngừng của một số dịch vụ như Netflix, Youtube Premium, Amazon Prime... Netflix bắt đầu ra mắt tại Hàn Quốc vào tháng 1 năm 2016, bên cạnh việc cung cấp các nội dung phim ảnh nước ngoài, còn hợp tác liên kết với các đài truyền hình trong nước như CJ ENM, JTBC... để sản xuất các bộ phim truyền hình và chương trình truyền hình. Hơn thế nữa, bắt đầu từ cuối năm 2019, Netflix còn kí kết đối tác dài hạn với các nhà sản xuất lớn của Hàn Quốc như CJ ENM, Studio Dragon... Từ chỉ hơn 60 phim Hàn Quốc ở thời điểm cuối năm 2016, cho tới tháng 5 năm 2019, đã có hơn 325 tác phẩm phim ảnh của Hàn Quốc được giới thiệu trên Netflix, tức tăng gấp 5 lần chỉ trong hơn 3 năm. Trên nền tảng Netflix, các chương trình truyền hình của Hàn Quốc dù được quay bằng tiếng Hàn, song được cung cấp phụ đề và lồng tiếng bản địa (ví dụ: bộ phim "Squid game được cung cấp phụ đề bằng 37 ngôn ngữ và lồng tiếng bằng 34 ngôn ngữ), cho phép những người không muốn đọc phụ đề cũng có thể thưởng thức. Một số tác phẩm đã tạo được phản ứng tích cực từ người xem quốc tế như "Kingdom", "Hạ

cánh bên em", "Chuyện đời bác sĩ"... Đặc biệt, bộ phim "Squid game" ("Trò chơi con mực") ra mắt ngày 17/9/2021 đã trở thành một hiện tượng văn hóa đại chúng của năm 2021, với con số hơn 130 triệu người xem (số liệu thống kê vào tháng 11/2021). Với lượng người xem này, Netflix ước tính "Squid Game" - Trò chơi con mực đã mang lại cho công ty này giá trị gần 900 triệu USD. Những chi tiết trong phim đều có thể trở thành ý tưởng kinh doanh. Thử thách tách kẹo đường Dalgona đã được một quán cafe tại Singapore đưa ra, hay một trung tâm thương mại tại Phillipines còn đặt hẳn một bức tượng 3m mô phỏng giống hệt trong phim để thu hút khách hàng. Ngay tại Việt Nam, sự kiện "Squid Game" với quy mô hàng trăm người tham dự cũng đã được tổ chức. Cùng với "Kí sinh trùng", "Squid Game" là một trong những hiện tượng thu hút được nhiều sự chú ý nhất trong giai đoạn Hàn Lưu mới. Dù là chủ động thích ứng hay ứng phó với hoàn cảnh, Hàn Quốc đã nhận ra cơ hội và khai thác có hiệu quả Netflix, và đây cũng chính là một con đường mới cho sự phát triển của Hàn lưu, vừa tạo ra nguồn lợi về kinh tế không lồ, vừa có hiệu ứng lan tỏa mãnh liệt trên toàn thế giới.

3. Bài học đối với Việt Nam

Việt Nam cũng đang đối mặt với những ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid-19, một loạt ngành nghề phải đứng trước thách thức chưa từng có khi liên tục phải đóng cửa kinh doanh. Rất nhiều tác phẩm phim ảnh đã được sản xuất nhưng chưa thể ra mắt người xem, một loạt các cuộc công diễn, biểu diễn bị hủy bỏ, các dịch vụ du lịch, ẩm thực hay trải nghiệm văn hóa (giới thiệu hoạt động của các làng nghề, triển lãm, bảo tàng...) gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận với người tiêu thụ. Trước tình hình này, các nhà sản xuất cũng

đã có nhiều hình thức đổi mới, kết hợp với khoa học công nghệ để dễ dàng đến với khán giả. Một số buổi biểu diễn âm nhạc đã được tổ chức trực tuyến, có thu vé người xem. Một số bảo tàng (như Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam) đã xây dựng nền tảng triển lãm online, tổ chức một số cuộc triển lãm trực tuyến và thu được những phản hồi khá tích cực. Tuy nhiên, đây mới chỉ là các hoạt động mang tính thích ứng với điều kiện khách quan, và chưa phổ biến trên nhiều lĩnh vực, chưa mang tính hệ thống và chưa có sự định hướng chung. Các lĩnh vực du lịch, dịch vụ trải nghiệm văn hóa truyền thống đều bị đình trệ và chưa tìm thấy hướng khắc phục trong bối cảnh chưa rõ khi nào dịch bệnh mới được đẩy lùi. Để hướng tới việc phát triển bền vững các loại hình dịch vụ liên quan đến văn hóa, cũng như thúc đẩy quảng bá văn hóa ra quốc tế, gắn liền với các lợi ích về mặt kinh tế, Việt Nam cần học tập Hàn Quốc ở một số cách thức thích ứng trong thời đại hậu Covid. Cụ thể, người viết đề xuất một số bài học kinh nghiệm có thể áp dụng tại Việt Nam như sau.

Thứ nhất, điều cần làm đầu tiên là xây dựng định hướng mang tính chiến lược cho việc quảng bá về hình ảnh đất nước Việt Nam cũng như truyền thống văn hóa, vẻ đẹp tự nhiên, các đặc sản vùng miền. Việc quảng bá mang tính dài hạn sẽ giúp định hướng phát triển các nội dung quảng bá văn hóa, là cơ sở để lựa chọn đối tác cũng như đối tượng thụ hưởng sản phẩm văn hóa. Đồng thời, đây cũng là tiền đề để tạo nguồn khách du lịch tiềm năng, tạo động lực cho các ngành du lịch, dịch vụ sau khi dịch bệnh kết thúc.

Thứ hai, cần có các chính sách phát triển đồng bộ hạ tầng internet cũng như truyền thanh, truyền hình, mạng 5G tốc độ cao kết hợp với các chiến lược phát triển

khoa học kỹ thuật trong nước, để tăng cường khả năng tiếp cận các công nghệ mới, cũng như tận dụng các nền tảng, ứng dụng mới trong tiếp cận cũng như khai thác nguồn lực từ internet.

Thứ ba, tích cực học tập, tiếp thu các kinh nghiệm ứng phó với đại dịch (trong lĩnh vực quảng bá văn hóa nói riêng) từ các quốc gia khác để áp dụng tại Việt Nam, từ đó tạo động lực phát triển cho các ngành dịch vụ văn hóa trong nước, tránh tình trạng chịu cảnh đóng cửa, đắp chiếu dài hạn, dẫn tới mất đi nội lực, cạn kiệt tài nguyên và khó có thể vực dậy khi mở cửa trở lại.

Cuối cùng, cũng giống như Hàn Quốc, Việt Nam cần có một cơ quan đóng vai trò chỉ đạo, chủ quản trong chiến dịch xây dựng thương hiệu quốc gia cũng như quảng bá thương hiệu ra nước ngoài. Đây sẽ là đầu mối đưa ra các chính sách quan trọng để định hướng hình ảnh, chiến lược phát triển thương hiệu, đồng thời có những quyết định nhanh chóng, kịp thời, ứng phó với những biến động của tình hình chung, đồng thời huy động sự hỗ trợ từ các cơ quan, Bộ ngành hay cả các lĩnh vực liên quan khác.

Covid-19 vẫn chưa có dấu hiệu hạ nhiệt trên toàn thế giới. Mỗi quốc gia, mỗi ngành nghề cần có một chiến lược dài hạn để tiếp tục phát triển và không bị thoái trào bởi dịch bệnh. Chính phủ Hàn Quốc đã có những động thái tích cực để tiếp tục duy trì và đẩy mạnh hơn làn sóng Hàn Lư, và những động thái này cũng đã cho thấy một số dấu hiệu tích cực, thể hiện qua những con số điều tra cụ thể. Hi vọng rằng, trong thời gian sắp tới, Hàn Lư vẫn tiếp tục mang đến cho người tiêu dùng trên toàn thế giới những nội dung chất lượng, đem tới lợi ích kinh tế thiết thực đồng thời mang đến những bài học thực tiễn cho các quốc gia khác trong bảo tồn và quảng bá văn hóa nước nhà.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thị Hương, Cao Thị Hải Bắc, Hà Thu Hương, 2020, “Ảnh hưởng của Hallyu đến lối sống và nhận thức của thanh thiếu niên Việt Nam”, NXB ĐH Quốc gia
2. 한국국제문화교류진흥원, 2021, “2021년 해외한류실태조사”, (KOFFICE)
3. 한국국제문화교류진흥원, 2020, “2020년 해외한류실태조사”, (KOFFICE)
4. 한국 문화체육관광부, 2020, “신한류 진흥정책 추진계획”
5. <https://vtv.vn/kinh-te/bom-tan-truyen-hinh-han-quoc-va-hieu-ung-kinh-te-ty-do-20211023105822026.htm>

Abstract

Covid-19 has strongly influenced the development of the Hallyu in many

different aspects. As one of the tools to implement the foreign policy of the Korean government, and one tool to expand Korea's soft power to the whole world, Hallyu has also encountered many difficulties in the onslaught of Covid-19. Faced with that situation, Korea has taken active response and adaptation measures to maintain the momentum of Hallyu's development and obtain some practical results. From the example of Korea, some lessons can also be drawn for Vietnam in its cultural development and promotion strategy.

Keyword: Hallyu, Covid-19, cultural policy, soft power

ĐẶC ĐIỂM PHÂN BỐ CỦA TỤC NGỮ TIẾNG HÀN VÀ TIẾNG VIỆT DỰA TRÊN SỐ LƯỢNG ÂM TIẾT (TRỌNG TÂM VÀO CÁC ĐƠN VỊ CÓ YẾU TỐ CHỈ CON SỐ)

Nguyễn Thị Huệ Quyên,
Hoàng Thị Yến*

Tóm tắt

Tục ngữ là đơn vị ngôn ngữ mang nhiều hàm ý văn hóa sâu sắc cũng như chứa đựng những bài học kinh nghiệm, giá trị phê phán rõ nét. Để có thể lưu truyền từ đời này sang đời khác bằng con đường truyền miệng, tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt đều có đặc điểm chung là có cấu trúc ổn định và hình thức ngắn gọn. Hình thức ngắn gọn của tục ngữ được thể hiện khá rõ qua sự phân bố dựa vào số lượng âm tiết cấu thành. Kết quả nghiên cứu cho thấy khoảng 90% số lượng tục ngữ có yếu tố con số của hai nước đều tập trung ở nhóm các đơn vị với dưới 20 âm tiết cấu thành. Trong tiếng Việt, nhóm tục ngữ dưới 10 âm tiết cấu thành chiếm tỉ lệ cao nhất. Vị trí này trong tiếng Hàn lại thuộc về nhóm các đơn vị từ 11 đến 20 âm tiết. Như vậy, tính cô đọng, hàm súc là nét đặc trưng cơ bản và nổi bật của tục ngữ. Có thể thấy sự tương đồng cũng như những khác biệt về cấu trúc - hình thái của tục ngữ hai nước qua đặc điểm phân bố của tục ngữ dựa trên số lượng âm tiết cấu thành.

Từ khóa: Tục ngữ con số, đặc điểm phân bố, số lượng âm tiết, tục ngữ tiếng Hàn, tục ngữ tiếng Việt

1. Đặt vấn đề

Tục ngữ được coi là một trong những thể loại của dòng văn học dân gian, là sản phẩm của trí thức và sự sáng tạo tuyệt vời không ngừng nghỉ của đông đảo quần chúng nhân dân. Tục ngữ không chỉ có sự gắn bó mật thiết với trí tuệ, tình cảm mà còn phản ánh toàn bộ khía cạnh của đời sống xã hội trong tiến trình phát triển lịch sử của một dân tộc. Như một di sản văn hóa, tục ngữ còn được xem là một phương tiện ngôn ngữ vừa tạo nên ý nghĩa trọn vẹn, vừa có phương thức diễn đạt độc đáo bằng cách phản ánh những nét đặc sắc của nền văn hóa hay phong tục tập quán của mỗi dân tộc. Những kinh nghiệm phong phú hay những bài học xã hội mang tính giáo huấn về đạo đức nghề nghiệp xuất hiện trong tục ngữ có thể vận dụng vào đời sống thực tiễn, các lĩnh vực khoa học xã hội, ai ai cũng có thể sử dụng chúng một cách linh hoạt và tích cực trong mọi mặt. Vì thế, tục ngữ có thể đưa ra những lời khuyên bổ ích, những kinh nghiệm xuất phát từ dân gian để giải quyết và xử lý các vấn đề phức tạp trong cuộc sống. Có thể nói tục ngữ còn chính là nơi phản ánh những điểm tương đồng và khác biệt trong tư tưởng, cách suy nghĩ và nhận thức giữa các nền văn hoá. Việc tìm hiểu, đào sâu phân tích thể loại tục ngữ này sẽ giúp người nghiên cứu có những cách tiếp cận linh hoạt hơn trong giao tiếp cũng như tìm hiểu văn hoá giữa hai quốc gia ở Đông Á có nhiều điểm chung là Hàn Quốc và Việt Nam.

Kho tàng tục ngữ vô cùng phong phú và đa dạng, đây được coi là một trong những đề

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

tài có nguồn ngữ liệu dồi dào không chỉ về mặt số lượng mà còn về mặt chất lượng được các học giả dành nhiều sự quan tâm. Tục ngữ không chỉ đa dạng về mặt hình thức và phong phú về mặt nội dung với chất liệu chính là động vật, thực vật, bộ phận cơ thể, vật liệu tự nhiên và nhân tạo. Trong đó, tục ngữ có yếu tố chỉ con số (trong bài viết này, chúng tôi tạm gọi tắt là *tục ngữ con số*) là một trong những đề tài ẩn chứa nhiều điều mới mẻ được người dân hai nước sáng tạo qua loại hình văn học dân gian này. Vai trò, vị trí và chức năng của yếu tố chỉ con số trong tục ngữ là vô cùng phong phú, nó có thể là thành phần chính tạo nên ý nghĩa câu, hoặc cũng có thể chỉ là những thành phần bổ trợ cho ý nghĩa của câu đó; nó có thể đứng đầu câu hay cuối câu, có thể là con số thuần Hàn/Việt hay gốc Hán, có thể đơn thuần biểu đạt nghĩa đen hay mang nghĩa khái quát trong ngữ cảnh tục ngữ/tình huống giao tiếp.

Đến thời điểm hiện tại, tuy có khá nhiều nghiên cứu lấy yếu tố con số làm chủ đề về tục ngữ, nhưng lại chưa có nhiều công trình tập trung vào phân tích tục ngữ con số một cách hệ thống và đa diện. Hầu hết các nghiên cứu này thường tập trung vào việc làm sáng tỏ về đặc điểm ngôn ngữ, đặc biệt là về mặt nội dung ý nghĩa của tục ngữ con số, ví dụ như: “Nghiên cứu đối chiếu ý nghĩa của tục ngữ liên quan đến con số trong tiếng Trung và tiếng Hàn” tác giả Woo Ah-pyeong¹ (2016); “Nghiên cứu đối chiếu tục ngữ liên quan đến con số trong tiếng Trung và tiếng Hàn” của tác giả Joo Taek-kun²(2016)... Ở phạm vi hẹp, các công trình nghiên cứu đề cập đến đặc điểm phân bố của tục ngữ dựa trên số

lượng âm tiết trong các đơn vị tục ngữ có: Ngô Thị Hằng (2019)³ phân tích đặc điểm hình thái về độ dài, số lượng âm tiết và tần suất xuất hiện trong tục ngữ trong “Nghiên cứu đặc điểm của tục ngữ dự báo thời tiết tiếng Hàn - So sánh với tiếng Việt”. Tác giả Phukham MATTHIVON (2018)⁴ cũng phân tích số lượng âm tiết các câu tục ngữ và thành ngữ tiếng Lào và tiếng Việt trong nghiên cứu “Khảo sát tục ngữ và thành ngữ liên quan đến con số trong tiếng Lào - So sánh với tiếng Việt”. Cả hai nghiên cứu trên đều có quan điểm chung về đặc điểm ngắn gọn và súc tích của tục ngữ dựa trên việc thống kê và tổng hợp số lượng âm tiết trong câu. Tiếp theo mạch nghiên cứu này, chúng tôi trình bày những kết quả nghiên cứu của mình về đặc điểm phân bố của tục ngữ con số dựa trên số lượng âm tiết cấu thành của các kết cấu tục ngữ trong tiếng Hàn và tiếng Việt.

2. Phương pháp và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích của nghiên cứu này là so sánh đặc điểm phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Hàn và tiếng Việt dựa trên số lượng âm tiết cấu thành để từ đó làm nổi bật đặc điểm về tính ngắn gọn và súc tích ở tục ngữ.

Đối tượng của nghiên cứu là 947 câu tục ngữ con số trong tổng số 7437 câu tục ngữ được thống kê trên trang web của Viện Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc⁵. Cũng theo trang web chính thức của Viện ngôn ngữ quốc gia Hàn Quốc, định nghĩa tục ngữ được thể hiện một cách khá tổng quát, tạm dịch là: *những câu nói ngắn gọn được quần chúng nhân dân lưu truyền lại từ xa xưa* (속담⁶(俗談): 예로부터 민간에 전하여 오는 쉬운 격언이나 잠언).

¹ 우아평 (2016) “한-중 숫자와 관련된 속담의 의미 대비 연구”, 외국언어학과 응용언어학, 연변대학교

(Woo Ah-pyeong, Nghiên cứu đối chiếu ý nghĩa của tục ngữ liên quan đến con số trong tiếng Trung và tiếng Hàn, Khoa Ngôn ngữ học nước ngoài, Đại học Yeonbyeon, 2016)

² 주탁군(周卓群2016) “한-중 숫자 관련 속담의 비교 연구”, 국어국문학과 국어학전공, 호서 대학교 대학원

(Joo Taek-kun, Nghiên cứu đối chiếu tục ngữ liên quan đến con số trong tiếng Trung và tiếng Hàn, Khoa Ngữ văn, Đại học Hoseo, 2016)

³ Ngô Thị Hằng (응오 티 항 2019) “한국어 날씨 예측 속담의 특징 연구-베트남어와 비교”, 국립 외국어 대학교.

(Ngô Thị Hằng, Nghiên cứu đặc điểm của tục ngữ dự báo thời tiết tiếng Hàn - So sánh với tiếng Việt)

⁴ Phoukham MATTHIVON (2018). *Khảo sát thành ngữ, tục ngữ có thành tố chỉ con số, so sánh với tiếng Việt*. Luận văn thạc sỹ Ngôn ngữ học. Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn- Đại học Quốc gia Hà Nội.

⁵ 국립국어원 표준국어대사전 (korean.go.kr)

(Website từ điển của Viện Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc)

⁶ 검색 결과 | 국립국어원 표준국어대사전 (korean.go.kr).

(Website từ điển của Viện Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc)

Đối với tiếng Việt, do chưa có trang web nào tổng hợp đầy đủ các câu tục ngữ như tiếng Hàn ở trên nên việc thống kê và tổng hợp gặp nhiều khó khăn hơn. Theo tác giả Chu Xuân Diên⁷(1975): “Tục ngữ là những câu nói ngắn gọn, có ý nghĩa hàm súc do nhân dân lao động sáng tạo nên và di truyền qua nhiều thế hệ”. Như vậy, đặc điểm chung của tục ngữ trong tiếng Hàn và tiếng Việt là ngắn gọn và được nhân dân lưu truyền từ đời xưa. Ngữ liệu tiếng Việt được chúng tôi tổng hợp chủ yếu từ công trình “Kho tàng tục ngữ người Việt”⁸ của tác giả Nguyễn Xuân Kính (chủ biên) (2002) và “Từ điển tục ngữ, thành ngữ Việt Nam”⁹ của tác giả Nguyễn Lân (2003)... từ đó nhận diện, tách ra hơn 1000 đơn vị (1077) tục ngữ con số.

Về phương pháp nghiên cứu, bài viết này sử dụng phương pháp chính là thống kê và phân loại kết hợp với phân tích một cách linh hoạt để so sánh, đối chiếu số lượng âm

tiết và tần xuất xuất hiện trong tục ngữ con số. Việc sử dụng kết hợp những phương pháp này sẽ góp phần làm rõ những điểm tương đồng cũng như khác biệt về đặc điểm cấu tạo âm tiết của tục ngữ của hai dân tộc.

3. Kết quả nghiên cứu

Đặc trưng tiêu biểu của tục ngữ là sự ngắn gọn và là những đơn vị ngôn ngữ mang nhiều ý nghĩa. Điều này chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi số lượng âm tiết cấu thành của tục ngữ vì nó quyết định kết cấu tục ngữ là ngắn hay dài.

3.1. Phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Hàn theo số lượng âm tiết cấu thành

Để phân tích đặc điểm phân bố của tục ngữ con số theo số lượng âm tiết, chúng tôi đã chia chúng thành ba nhóm chính: i) nhóm tục ngữ có số lượng âm tiết từ 10 âm tiết trở xuống ii) nhóm tục ngữ có số lượng âm tiết từ 11 đến 20 và iii) nhóm tục ngữ có số lượng âm tiết lớn - trên 21 âm tiết.

<Bảng 1>: Phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Hàn theo số lượng âm tiết

Stt	Số âm tiết	Số câu	Tỉ lệ	Ví dụ
1	< 10 âm tiết	266	28.09%	나쁜 일은 천 리 밖에 난다. Chuyện xấu truyền đến ngàn dặm.
2	11~20 âm tiết	600	63.36%	남의 흉이 한 가지면 제 흉은 열 가지. Khuyết điểm của người khác là một thì của mình là mười.
3	> 21 âm tiết	81	8.55%	되는 집에는 암소가 세 마리 안되는 집에는 계집이 셋. Ngôi nhà tốt đẹp là nhà có ba con bò, ngôi nhà bất hạnh là nhà có ba bà vợ.
Tổng		947	100%	

⁷ Chu Xuân Diên (1975), Tục ngữ Việt Nam, NXB Khoa học xã hội.

⁸ Nguyễn Xuân Kính (chủ biên) (2002). *Kho tàng tục ngữ người Việt* (2 tập). Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội. (3. 236 trang).

⁹ Nguyễn Lân (2003). *Từ điển tục ngữ, thành ngữ Việt Nam*. Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

<Bảng 1>: Phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Hàn theo số lượng âm tiết

Stt	Số âm tiết	Số câu	Tỉ lệ	Ví dụ
1	< 10 âm tiết	266	28.09%	나쁜 일은 천 리 밖에 난다. Chuyện xấu truyền đến ngàn dặm.
2	11~20 âm tiết	600	63.36%	남의 흉이 한 가지면 제 흉은 열 가지. Khuyết điểm của người khác là một thì của mình là mười.
3	> 21 âm tiết	81	8.55%	되는 집에는 암소가 세 마리 안되는 집에는 계집이 셋. Ngôi nhà tốt đẹp là nhà có ba con bò, ngôi nhà bất hạnh là nhà có ba bà vợ.
Tổng		947	100%	

Đặc điểm đầu tiên về sự phân bố theo số lượng âm tiết của tục ngữ con số trong tiếng Hàn là vô cùng đa dạng. Theo số lượng âm tiết, có tới 30 tiểu nhóm với tục ngữ có số lượng âm tiết ít nhất là 4 âm tiết đến tục ngữ có số lượng nhiều nhất lên đến 38AT. Quan sát bảng tổng hợp trên, có thể thấy nhóm 1 – với số lượng câu tục ngữ cấu tạo dưới 10 âm tiết là 266 câu tương đương với tỉ lệ 28.09%, chỉ chiếm 1/4 số câu tục ngữ con số. Nhóm tục ngữ thứ 2 - được cấu tạo bởi khoảng 11~20 âm tiết nhiều hơn gấp 2.5 lần khi có đến 600 câu tương đương với tỉ lệ 63.36%. Nhóm tục ngữ thứ 3 có số lượng âm tiết lớn trên 21 âm tiết chiếm tỉ lệ ít nhất khi chỉ có 81 câu tục ngữ, tương ứng với 8.55%.

Ở nhóm 2 với số lượng câu tục ngữ nhiều nhất (600 đơn vị), các đơn vị tục ngữ được cấu tạo bởi 12 âm tiết có 89/947 câu, chiếm tỉ lệ 9.04%. Tỉ lệ này cao hơn nhóm 3 - nhóm có số lượng lớn trên 21 đơn vị. Tiếp theo là nhóm các đơn vị tục ngữ được cấu tạo bởi 4 âm tiết, 10 âm tiết, 13 âm tiết, lần lượt với các tỉ lệ 8.55%, 8.03% và 7.92%. Các tiểu nhóm này đều tập trung vào nhóm hai, nhóm có số lượng các đơn vị tục ngữ chiếm 63.36%. tổng số các đơn vị tục ngữ con số. Với số lượng âm tiết không

cao nhưng nhóm 2 lại chiếm tỉ lệ cao (quá 50%) trong tục ngữ con số trong tiếng Hàn.

Ở nhóm 2, nếu nhóm tục ngữ cấu thành bởi 12 âm tiết chiếm tỉ lệ lớn nhất trong tục ngữ con số thì ở nhóm 1, nhóm tục ngữ cấu thành bởi 4 âm tiết lại có tỉ lệ thấp nhất khi chỉ có 4 đơn vị (chiếm 0.42%). Ví dụ:

(1) 백에 하나 *một trong một trăm* (chỉ mức độ quý hiếm)

(2) 십 리 반찬 *món ăn mười dặm* (chỉ thức ăn ngon): Vì năm dặm (오 리) đồng âm với với (오리) là con vịt, một món ăn phụ ngon thường được làm bởi hai con vịt (십 리), đây là cách chơi chữ ẩn dụ cho một món ăn phụ có hương vị rất ngon.

Có thể thấy với những câu tục ngữ có yếu tố chỉ con số được cấu tạo bởi 4 âm tiết, về cấu trúc khá đơn giản, nhưng lại có tính định hình cao với nội dung dễ hiểu, dễ nhớ. Tuy nhiên, hầu hết những con số được sử dụng trong tục ngữ thường đặt trong bối cảnh hoặc mạch văn nhất định mang tính rõ ràng, bản thân tục ngữ cũng được coi là một thông điệp nghệ thuật, thường có kết cấu câu hoàn chỉnh nên dường như các đơn vị có 4 âm tiết phù hợp đặc trưng của thành ngữ hơn. Cũng vì thế, trong ngữ liệu tục ngữ tiếng Hàn, nhóm các đơn vị này chỉ xuất hiện với tỉ lệ thấp.

Bên cạnh đó, theo kết quả phân tích tổng hợp, tục ngữ con số trong tiếng Hàn chủ yếu được phân bố trong hai nhóm 1 và 2 với số lượng âm tiết từ 4~20 âm tiết với 866 câu (91.45%). Số còn lại thuộc nhóm 3 với các đơn vị cấu tạo bởi số lượng âm tiết từ 21 âm tiết trở lên có 81 câu (8.55%). Có thể thấy, tính cô đọng và súc tích của tục ngữ thể hiện rõ trong tục ngữ tiếng Hàn có yếu tố chỉ con số. Đây cũng là một trong

những tiền đề giúp thể loại văn học dân gian này có sự phát triển và trường tồn mạnh mẽ theo thời gian cho đến bây giờ.

3.2. Phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Việt dựa trên số lượng âm tiết cấu thành

Với cách làm tương tự, chúng tôi lập bảng để tổng hợp và phân tích đặc điểm phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Việt theo số lượng âm tiết cấu thành, cụ thể như sau:

<Bảng 2>: Phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Việt theo số lượng âm tiết

Stt	Số âm tiết	Số câu	Tỉ lệ	Ví dụ
1	<10 âm tiết	818	75.95%	Chín người mười ý.
2	11~20 âm tiết	251	23.31%	Thứ nhất thì tu tại gia, thứ nhì tu chợ, thứ ba tu chùa.
3	> 21 âm tiết	8	0.74%	Bỏ con bỏ cháu, không ai bỏ hai mươi sáu chợ Yên, bỏ tổ bỏ tiên, không ai bỏ chợ Viềng mỏng tám.
Tổng		1077	100%	

Đặc điểm thứ nhất, cũng giống với tục ngữ có yếu tố chỉ con số trong tiếng Hàn, tục ngữ tiếng Việt cũng có số lượng âm tiết cấu thành đa dạng với 22 tiểu nhóm, từ nhóm tục ngữ có 4 âm tiết (ít nhất) đến nhóm tục ngữ có 29 âm tiết (nhiều nhất). Theo số lượng âm tiết, có thể chia các đơn vị tục ngữ tiếng thành ba nhóm lớn: i) nhóm tục ngữ có số lượng âm tiết từ 10 âm tiết trở xuống; ii) nhóm tục ngữ có số lượng từ 11 - 20 âm tiết và nhóm cuối cùng iii) nhóm tục ngữ có số lượng âm tiết lớn, trên 21 âm tiết.

Theo số liệu thống kê ở bảng trên, nhóm 1 là các đơn vị được cấu tạo bởi 10 âm tiết trở xuống có số lượng lớn nhất với 818/1077 đơn vị (chiếm 75.95%). Tục ngữ ở nhóm 2 và nhóm 3 có số lượng ít hơn, lần lượt là 251 câu và 8 câu, tương đương với

tỉ lệ 23.31% và 0.74%. Đặc biệt ở nhóm 3, số lượng câu tục ngữ có trên 21 âm tiết chỉ có 8 (chiếm 0.74%).

Kết quả tổng hợp cho thấy, nhóm tục ngữ có số lượng xuất hiện nhiều nhất là ở nhóm 1, tiểu nhóm 8 âm tiết tương đương 266 câu (24.7%), chiếm $\frac{1}{4}$ tục ngữ con số trong tiếng Việt. Thứ tự tiếp theo thuộc về nhóm tục ngữ được cấu tạo bởi 6 âm tiết, 14 âm tiết, 7 âm tiết lần lượt với số lượng là 208 câu, 143 câu, 126 câu (tương ứng với tỉ lệ 19.31%, 13.28%, 11.7%). Nhóm tục ngữ có tần số xuất hiện thấp nhất là nhóm 3, các tiểu nhóm có số lượng âm tiết lớn là 22 âm tiết, 24 âm tiết, 26 âm tiết, mỗi loại chỉ xuất hiện một đơn vị tục ngữ. Có thể thấy rõ hơn đặc điểm ý nghĩa và nội dung của tục ngữ trong nhóm này.

<Bảng 3>: Tục ngữ con số trong tiếng Việt được cấu tạo bởi 18~29 âm tiết

Stt	Đơn vị tục ngữ	Số âm tiết	Ý nghĩa
1	Mồng mười tháng tám, đúng đám chọi trâu, dù ai buôn đâu bán đâu, mùng mười tháng tám chọi trâu thì về.	22	Phản ánh lịch sử
2	Bỏ con bỏ cháu, không ai bỏ hai mươi sáu chợ Yên, bỏ tổ bỏ tiên, không ai bỏ chợ Viềng mồng tám	23	Phản ánh quan niệm, phong tục tập quán
3	Một giò sinh đồ, một bồ ông cống, một đống ông nghề, một bè tiến sĩ, một bị trạng nguyên, một thuyền bâng nhân.	24	Trào phúng, phê phán
4	Mồng bốn là hội kéo co, mồng năm hội Ó chẵn cho nhau về, mồng sáu đi hội Bồ đề, mồng bảy trở về thấy hội Đông Cao.	28	Phản ánh lịch sử
5	Mồng chín tháng chín không mưa, cha con làm ruộng vác cưa lên cây, mồng chín tháng chín trời mưa, cha con làm ruộng, sấm cày bừa mà ăn.	29	Kinh nghiệm nông nghiệp

Khác với tục ngữ con số trong tiếng Hàn, tục ngữ nhóm được cấu tạo bởi 21 âm tiết trở lên trong tiếng Việt khá ít ỏi, chỉ có 8 câu (chiếm 0.74%). Nếu phân tích ý nghĩa chính các câu tục ngữ được thống kê ở bảng trên thì ta có thể thấy, hầu hết các câu này phản ánh các nội dung liên quan đến kinh nghiệm ở lĩnh vực nông nghiệp hoặc các điển tích lịch sử, phong tục tập quán, quan niệm dân gian. Việc sử dụng những con số trong các đơn vị này hầu hết đều có yếu tố chỉ thời điểm, thời gian - được coi là nhân tố hỗ trợ để nhấn mạnh ý nghĩa, nội dung của câu tục ngữ một cách cụ thể, chính xác hơn. Chính vì lý do này mà số lượng âm tiết của các đơn vị này thường khá lớn. Do số lượng các đơn vị thuộc nhóm 3 chỉ chiếm tỉ lệ thấp nên không ảnh hưởng đến đặc trưng ngắn gọn, súc tích của tục ngữ, thậm chí, nó còn góp phần làm phong phú và đa dạng hơn về hình thức kết cấu cho thể loại văn học dân gian đặc sắc này.

Nhìn chung, đặc điểm nổi bật của tục ngữ có yếu tố chỉ con số trong tiếng Việt là số lượng âm tiết được cấu tạo từ 4 đến 20 âm tiết chiếm tỉ lệ nhiều nhất, vượt trội hơn hẳn với 866 câu (chiếm gần 99%). Đặc biệt tục ngữ có cấu tạo trên 21 âm tiết không xuất hiện nhiều, thậm chí không có câu nào được cấu tạo bởi 30 âm tiết như trong tiếng Hàn. Với kết quả thống kê trên, có thể thấy về số lượng âm tiết cấu thành, tục ngữ con số trong tiếng Việt tương đối ngắn và khá đơn giản. Tính ngắn gọn và súc tích vốn dĩ đã in đậm dấu ấn trong thể loại tục ngữ nói chung, điều này cũng thể hiện khá rõ ràng và độc đáo bản chất cố hữu của tục ngữ là “câu từ ngắn gọn nhưng hàm chứa đầy đủ ý nghĩa”. Với nội dung súc tích, dễ nghe, dễ nhớ, dễ hiểu, những đặc điểm này đã góp phần tạo nên những nét đặc trưng cơ bản của tục ngữ con số trong tiếng Việt. Cũng vì vậy mà tục ngữ luôn mang đậm tính dân tộc, vô cùng quen thuộc và gắn bó với người dân Việt Nam.

3.3. So sánh đặc điểm phân bố của tục ngữ con số trong tiếng Hàn và tiếng Việt

Mặc dù cùng có chung chất liệu là những con số nhưng tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt đều có những đặc trưng ngôn ngữ riêng. Vì thế, tục ngữ con số của hai nước vừa mang những nét tương đồng và gần gũi, vừa xuất hiện các điểm khác biệt khá rõ

ràng và độc đáo, mang đậm tính ngôn ngữ, văn hóa và dân tộc.

3.3.1. Điểm tương đồng

Để thuận tiện trong việc so sánh dạng thức phân bố của tục ngữ con số theo số lượng âm tiết cấu thành và tần số xuất hiện, người viết đã lập bảng thống kê như sau.

<Bảng 4>: So sánh cấu tạo âm tiết của tục ngữ con số trong tiếng Hàn và tiếng Việt

Phân loại		Tục ngữ tiếng Hàn		Tục ngữ tiếng Việt	
Thứ tự	Số lượng	Số câu	Tỉ lệ (%)	Số câu	Tỉ lệ (%)
1	< 10 âm tiết	266	28.09%	818	75.95%
2	11~20 âm tiết	600	63.36%	251	23.31%
3	> 21 âm tiết	81	8.55%	8	0.74%
Tổng		947	100%	1077	100.00%

Theo số lượng âm tiết cấu thành, tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt chỉ con số đều cho thấy sự phong phú với khoảng từ 20 đến 30 tiểu loại tục ngữ. Với số liệu thống kê như bảng trên, có thể thấy số lượng tục ngữ trong tiếng Hàn và tiếng Việt được cấu thành bởi nhóm các đơn vị với 20 âm tiết trở xuống chiếm ưu thế tuyệt đối lần lượt theo tỉ lệ 91.45% và 99.26%. Điều này đã chứng tỏ đặc trưng về loại hình ngôn ngữ chắp dính (tiếng Hàn) hay đơn lập (tiếng Việt) không có ảnh hưởng đến tính chất ngắn gọn và súc tích mang tính phổ quát của tục ngữ nói chung. Đây cũng là một trong những điểm tương đồng khá rõ nét, góp phần nhấn mạnh vào sự đa dạng và gần gũi, thân thiết giữa ngôn ngữ hai dân tộc.

Trong ngữ liệu tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt - ở phạm vi các đơn vị có yếu tố chỉ con số, đều không xuất hiện kết cấu được cấu tạo bởi 3 âm tiết trở xuống. Các đơn vị tục ngữ có số lượng âm tiết lớn - trên 21 âm tiết cũng chiếm tỉ lệ nhỏ trong bảng tổng hợp này.

3.3.2. Điểm khác biệt

So với điểm tương đồng, tục ngữ con số trong tiếng Hàn và tiếng Việt lại có khá nhiều điểm khác biệt. Có thể trình bày ngắn gọn như sau:

Về số lượng âm tiết cấu thành, các đơn vị tục ngữ con số trong tiếng Hàn phong phú hơn khi có đến 30 tiểu loại; tục ngữ tiếng Việt chỉ có 22 tiểu loại. Nếu tục ngữ con số trong tiếng Hàn chiếm ưu thế ở nhóm 2 với số lượng âm tiết cấu thành từ 11 âm tiết đến 20 âm tiết với 600 đơn vị (chiếm 63.36%) thì ngược lại, trong tiếng Việt, chiếm tỉ lệ cao nhất là nhóm 1 có số lượng âm tiết cấu thành dưới 10 âm tiết với 818 đơn vị (chiếm 75.95%).

Ngoài ra, tuy nhóm 3- nhóm tục ngữ được cấu tạo bởi số lượng âm tiết trên 21 âm tiết ở hai ngôn ngữ đều có tỉ lệ thấp nhất trong tục ngữ con số nhưng có sự khác biệt trong sự phân bố về số lượng câu và tỉ lệ. Nếu tục ngữ tiếng Hàn có tới 81 đơn vị (chiếm 8.55%) thì tục ngữ tiếng Việt chỉ có 8 đơn vị (với tỉ lệ dưới 1%). Sự khác biệt này cho thấy so với người Việt, người Hàn

Quốc có phần cụ thể chi tiết hơn trong biểu đạt nên số lượng tục ngữ được cấu tạo bởi số lượng âm tiết lớn khá đáng kể. Dường như các đặc điểm mang đậm tính ngôn ngữ và tư duy dân tộc đã góp phần nào tạo nên nét khác biệt độc đáo trên phương diện cấu trúc hình thái âm tiết.

Chúng tôi đã tổng hợp được 8 tiểu loại (theo số lượng âm tiết cấu thành) xuất hiện trong tục ngữ con số trong tiếng Hàn nhưng lại là khoảng trống trong tiếng Việt. Đó là các đơn vị được cấu thành bởi 21, 25, 26, 27, 30, 31, 34, 38 âm tiết, cụ thể như bảng sau.

<Bảng 5>: Tục ngữ tiếng Hàn cấu tạo bởi số âm tiết là ô trống trong tiếng Việt

Stt	Số âm tiết	Tục ngữ tiếng Hàn		
		Số câu	Tỉ lệ (%)	Ví dụ tiếng Hàn (câu/nghĩa tiếng Việt tương đương)
1	21	23	2.43%	귀한 자식 매 한 대 더 때리고 미운 자식 떡 한 개 더 준다. <i>Thương cho roi cho vọt, ghét cho ngọt cho bùi.</i>
2	25	7	0.74%	열 사람 죽으러 가는 데는 가도 한 사람 살러 가는 데는 가지 말라. <i>Chọn bạn mà chơi, chọn nơi mà ở/Chọn mặt gửi vàng</i>
3	26	5	0.53%	의가 좋으면 세 어이말이 도토리 한 알을 먹어도 시장 멈춤은 한다. <i>Một cây làm chẳng nên non, ba cây chụm lại nên hòn núi cao.</i>
4	27	5	0.53%	밭이 편하려면 벼전을 크게 짓고, 집안이 편하려면 계집을 하나 뒤라. <i>Lắm duyên nhiều nợ, lắm vợ nhiều oan gia.</i>
5	30	2	0.21%	아홉 섬 추수한 자가 한 섬 추수한 자더러 그 한 섬을 채워 열 섬으로 달라 한다. <i>Lòng tham vô đáy.</i>
6	31	1	0.11%	보리를 베면서 가라면 하루에 갈 길을 평지에서 걸어 가라면 닳새도 더 걸린다. <i>Trăm hay không bằng tay quen.</i>
7	34	1	0.11%	일을 하려면 어처구니 독 바르듯 하고 삼동서 김 한 장 쳐부수듯 메로 새알 부수듯 하라. <i>Việc hôm nay chớ để ngày mai.</i>
8	38	1	0.11%	하루 화근은 식전 취한 술이요, 일 년 화근은 밭에 끼는 갯신이요, 일생 화근은 성품 고약한 안해라. <i>Ai ơi đừng uống rượu say/Bỏ ruộng ai cấy bỏ cày ai cày.</i>
Tổng		45	4.75%	

Sự khác biệt này phát sinh từ chính số lượng có sự tương phản rõ nét trong nhóm 3, nhóm có số lượng trên 21 âm tiết trong tục ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt. Khi so sánh với câu tục ngữ có ý nghĩa tương tự trong tiếng Việt có thể dễ dàng nhận thấy sự ngắn gọn súc tích hơn được diễn đạt trong tiếng Việt khi thể hiện cùng một ý nghĩa giống nhau. Với ý kiến chủ quan của người viết, lý do chủ yếu vẫn là phong cách biểu đạt không như nhau đã tạo nên điểm khác biệt này và được phản ánh một phần trong tục

ngữ. Mặc dù chỉ có 45 câu với tỉ lệ không cao (4.75%) nhưng theo chúng tôi, đây vẫn được coi là một trong những điểm khác biệt khá rõ rệt khi tìm hiểu về đặc điểm phân bố theo số lượng âm tiết của tục ngữ con số trong ngôn ngữ của hai dân tộc.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu về tục ngữ con số trong tiếng Hàn và tiếng Việt đã cho thấy nhiều điểm tương đồng cũng như không ít điểm khác biệt trong đặc điểm phân bố dựa

trên số lượng âm tiết cấu thành. Về điểm tương đồng, nhóm tục ngữ dưới 20 âm tiết chiếm tỷ lệ lớn nhất, nhóm tục ngữ trên 21 âm tiết chỉ chiếm một số lượng nhỏ nên thể hiện rõ tính cô đọng, hàm súc của tục ngữ. Những điểm khác biệt đã phân tích trong bài viết cũng phản ánh những nét riêng, đặc trưng trong phương thức tư duy và phong cách biểu đạt của hai dân tộc. Tục ngữ không chỉ tồn tại dựa trên nền tảng văn học dân gian mà còn được sử dụng nhiều trong giao tiếp, là đơn vị ngôn ngữ mang đậm yếu tố văn hóa dân tộc. Việc tìm hiểu đặc điểm phân bố của tục ngữ theo số lượng âm tiết cấu thành giúp người học hiểu thêm về bản chất và đặc điểm của chúng, từ đó củng cố vốn kiến thức và ứng dụng trong giao tiếp và giao lưu văn hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Hàn

1. 우아평 (2016) “한·중 숫자와 관련된 속담의 의미 대비 연구”, 외국언어학과 응용언어학, 연변대학교
2. 조혜진 (2018) “스페인어 속담에 나타난 숫자의 쓰임과 상징” 중남미연구 37.4 : 183-209.
3. 주탁군 (周卓群 2016) “한·중 숫자 관련 속담의 비교 연구”, 국어국문학과 국어학전공, 호서 대학교 대학원.
4. Ngô Thi Hang (응오 티 항 2019) “한국어 날씨 예측 속담의 특징 연구-베트남어와 비교”, 국립 외국어 대학교.

Tài liệu tiếng Việt

5. Nguyễn Xuân Kính (chủ biên) (2002). *Kho tàng tục ngữ người Việt* (2 tập). Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội. (3. 236 trang).
6. Nguyễn Lân (2003). *Từ điển tục ngữ, thành ngữ Việt Nam*. Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
7. Phoukham MATTHIVON (2018). *Khảo sát thành ngữ, tục ngữ có thành tố chỉ con số, so sánh với tiếng Việt*. Luận văn thạc sỹ Ngôn ngữ học. Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn- Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Trần Thị Lam Thủy (2013). *Đặc điểm ngữ pháp và ngữ nghĩa của con số trong thành ngữ, tục ngữ, ca dao Việt Nam*. Luận án tiến sĩ Ngữ văn. Đại học Vinh.

Trang web

9. 국립국어원의 웹사이트: korean.go.kr

Abstract:

DISTRIBUTION CHARACTERISTICS OF KOREAN AND VIETNAMESE PROVERBS BASED ON THE NUMBER OF SYLLABLES

(THE FOCUS IS ON NUMBER PROVERBS)

Proverbs are linguistic units with many profound cultural implications as well as lessons of experience and clear critical value. To be able to be handed down from generation to generation by oral transmission, Korean and Vietnamese proverbs have the common characteristics of having a stable structure and a concise form. The concise form of the proverb is shown quite clearly through the distribution based on the number of constituent syllables. Research results show that about 90% of the number of proverbs in the two countries are concentrated in groups of units with less than 20 constitutive syllables. In Vietnamese, the group of proverbs with less than 10 syllables makes up the highest percentage. This position in Korean belongs to the group of units from 11 to 20 syllables. Thus, succinctness and conciseness are basic and outstanding features of proverbs. Similarities and differences in structure - morphology of proverbs of the two countries- can be seen through the distribution characteristics of proverbs based on the number of constituent syllables.

Keywords: number proverbs, distribution characteristics, number of syllables, Korean proverbs, Vietnamese proverbs

TIẾNG HÀN VÀ CẢM XÚC, SUY NGHĨ THỂ HIỆN QUA NGÔN NGỮ

Phạm Quỳnh Giao*

Tóm tắt

Ngôn ngữ là công cụ được sử dụng trong một nhóm xã hội, con người sử dụng ngôn ngữ để giao tiếp và biểu hiện cảm xúc suy nghĩ của mình. Mỗi một quốc gia với các đặc trưng văn hóa khác nhau sẽ có những cách sử dụng ngôn ngữ khác nhau. Tiếng Hàn là ngôn ngữ có văn hóa ngữ cảnh cao, ta có thể thấy được giá trị quan và thế giới quan lâu đời của người Hàn thông qua ngôn ngữ. Bài viết này sẽ chỉ ra tư duy của người Hàn Quốc thông qua việc phân tích ý nghĩa của các từ vựng mang tính văn hóa của Hàn Quốc. Từ vựng văn hóa là từ vựng mang yếu tố văn hóa và phải hiểu bối cảnh văn hóa xã hội thì mới có thể hiểu rõ được các từ vựng đó. Thông qua các từ vựng này, chúng ta có thể biết được cách người Hàn Quốc nhìn nhận và đánh giá về thế gian, cũng như những biểu hiện suy nghĩ và cảm xúc của họ.

Từ khóa: Ngôn ngữ, tư duy, suy nghĩ, cảm xúc

I. Mở đầu

Trong tác phẩm “더 좋은 세상” (Một thế giới đẹp hơn) của nhà văn Cheon Hyeon có câu nói ‘싫다는 건 나쁘게 있다는 말이 아니라 공부할 때가 됐다고 알려주는 감정’. Câu này có ý nghĩa là “Cảm xúc cho chúng ta biết đã đến lúc phải học cách suy nghĩ rằng ghét bỏ không có nghĩa là tồn tại cái xấu”. Câu nói này chỉ ra rằng trên thế gian không có điều gì là xấu. Và nếu có điều xấu thì chúng ta cũng cần phải học cách để loại bỏ nó đi. Thông qua điều này, có thể thấy suy nghĩ của người Hàn luôn muốn lấy cái thiện chiến thắng cái ác.

Thông qua tiếng Hàn, ta có thể thấy được giá trị quan và thế giới quan lâu đời của người Hàn. Ngôn ngữ là cái bát chứa đựng tư duy. Theo Humboldt(1822), ngôn ngữ và hoạt động tinh thần có mối quan hệ mật thiết không thể tách rời.

Bài viết này sẽ chỉ ra tư duy của người Hàn Quốc thông qua việc phân tích ý nghĩa của các từ vựng mang tính văn hóa của Hàn Quốc. Từ vựng văn hóa là từ vựng mang yếu tố văn hóa và phải hiểu bối cảnh văn hóa xã hội thì mới có thể hiểu rõ được các từ vựng đó. Thông qua việc phân tích ý nghĩa của nhóm từ vựng này, chúng ta có thể hiểu được cách thức người Hàn Quốc quan sát thế giới bên ngoài.

Trong hệ thống từ vựng tiếng Hàn tồn tại nhiều từ văn hóa của người Hàn. Có thể kể đến các từ tiêu biểu như “마음”(tâm lòng), “사랑”(tình yêu), “나다”(ra) và “들다”(vào), “아름답다”(đẹp) và “값어치가 있다”(có giá trị), “고맙다”(cảm ơn) và “미안하다”(xin lỗi), “바람직하다”(đúng đắn),

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

“눈에 밝히다” (đạp vào mắt) và “눈여겨보다” (lưu tâm), “있다, 없다” (có, không có) và “알다, 모르다” (biết, không biết).

II. Nội dung nghiên cứu

1. 마음 (Tâm lòng)

• Các biểu hiện liên quan đến 마음 trong tiếng Hàn.

Theo Cho Hyeon Yong (2017), người Hàn dùng từ “마음”(tâm lòng) để biểu hiện suy nghĩ. “마음”(tâm lòng) là nơi chứa đựng suy nghĩ. Thông qua “마음”(tâm lòng) chúng ta có thể thấy được đa dạng hình ảnh cuộc sống của người Hàn. Các biểu hiện liên quan đến “마음”(tâm lòng) có thể kể đến như “마음이 따뜻하다” (ấm lòng), “마음이 불편하다” (lòng không thoải mái), “마음이 상하다” (tổn thương lòng), “마음이 가볍다” (nhẹ lòng), “마음이 넓다” (rộng lòng). Hoặc có thể làm việc một cách hết lòng “마음껏” hay làm gì tùy thích “마음대로”.

‘마음’ không thể nhìn thấy bằng mắt và cũng không thể nắm bắt được. Nhưng “마음”(tâm lòng) có thể đau, có thể tổn thương, nên người Hàn coi “마음”(tâm lòng) là một đối tượng có thể cảm nhận

trực tiếp. Xét trên phương diện ngôn ngữ, ‘마음’ vừa là đối tượng trừu tượng vừa là đối tượng cụ thể.

Theo người Hàn việc sử dụng tâm lòng là một việc tốt. Vì nó mang ý nghĩa là mình đang nghĩ đến một ai đó. Việc trao đi tâm lòng cũng là một việc tốt. Tâm lòng cũng có thể bị tổn thương chủ yếu do các yếu tố bên ngoài, lúc đó “마음” (tâm lòng) đi cùng các biểu hiện như “망가지고, 썩어가는” (sụp đổ, mục rữa).

• Đối chiếu “마음”(Tâm lòng) của tiếng Hàn và các biểu hiện tương đương trong tiếng Việt

‘마음’ trong tiếng Hàn có các biểu hiện tương tự trong tiếng Việt như ‘tâm lòng, lòng, tâm’. ‘마음’ trong tiếng Hàn và ‘Tâm lòng, lòng, tâm’ trong tiếng Việt được sử dụng trong các cụm từ đối xứng 1:1 về từ vựng, ngữ nghĩa, cú pháp. Trong trường hợp này, cả ‘tâm lòng’ trong tiếng Việt và ‘마음’ trong tiếng Hàn đều được coi như một vật thể cụ thể có độ lớn kích thước, có thể cầm nắm, đặt để, mở ra (Chu Mu Ri (2013)). Ví dụ như bảng sau đây:

<Bảng 1. Biểu hiện ‘마음’ đồng nhất giữa tiếng Hàn-tiếng Việt>

Tiếng Hàn	Tiếng Việt
마음이 있다	Có lòng
마음을 열다	Mở lòng
마음이 아프다	Đau lòng
마음이 넓다	Rộng lòng
마음이 따뜻하다	Ấm lòng
마음이 가볍다	Nhẹ lòng
마음이 무겁다	Nặng lòng

2. 사랑 (Tình yêu)

Hàn Quốc thuộc nhóm các quốc gia có nền văn hóa ngữ cảnh cao¹. Bởi vậy, người

Hàn Quốc có đặc điểm là không dễ dàng biểu hiện cảm xúc cá nhân và càng không phải là những người có xu hướng thể hiện tốt những cảm xúc đặc biệt. Với người Hàn

¹ Văn hóa giàu ngữ cảnh là một thuật ngữ được nhà nhân chủng học Edward T. Hall sử dụng để mô tả phong cách giao tiếp của một nền văn hóa. Văn hóa giàu ngữ cảnh là những nền văn hóa trong đó các quy tắc giao tiếp chủ yếu được truyền tải thông qua việc sử dụng các yếu

tố theo ngữ cảnh (như là ngôn ngữ cơ thể, trạng thái của một người và ngữ điệu của giọng nói) và không được ngụ ý một cách rõ ràng.

dù không nói tình cảm ra nhưng vẫn có thể hiểu nhau và nếu nói thẳng tình cảm ra thì trái lại tình cảm có thể không được truyền đạt đúng ý. Đặc biệt người Hàn không thể hiện tốt những lời nói như ‘Yêu, cảm ơn, xin lỗi’. Họ suy nghĩ rằng đây là những tình cảm không cần nói vẫn hiểu được. Văn hóa nói lời yêu là văn hóa mới xuất hiện gần đây. Tuy nhiên giữa bố mẹ, con cái, thầy trò việc nói lời yêu sẽ rất gượng gạo. Biểu hiện “사랑하다” (yêu) sử dụng hiện tại

vốn mang nghĩa là ‘생각하다’ (suy nghĩ). Khi ta nghĩ đến ai một cách sâu sắc thì được coi là yêu.

Người Việt Nam cũng không giỏi thể hiện cảm xúc vì thế giữa bố mẹ, con cái, thầy trò cũng khó biểu hiện tình yêu. Từ ‘yêu’ trong tiếng Việt có từ Hán tương ứng là Ái(愛) và có xuất phát từ tâm (心).

Theo Yoon Seok Ho (2012), người Hàn quan điểm tình yêu cũng là một quá trình tạo ra, sở hữu, mất đi như một đồ vật.

<Bảng 2. Tình yêu là quá trình đạt được như đồ vật>

Phạm vi cội nguồn: 물건	Phạm vi mục tiêu: 사랑
Đồ vật(Mang tính tinh thần và vật chất)	Tự thể tình yêu
Sở hữu hoặc không sở hữu đồ vật	Sở hữu hoặc không sở hữu tình yêu
Chế tạo đồ vật	Quá trình tạo ra tình yêu
Mua bán	Việc nhận và đánh mất tình yêu
Thất lạc	Đánh mất tình yêu
Vứt bỏ	Tình yêu kết thúc

‘Yêu’ trong tiếng Việt cũng là một quá trình sở hữu, đạt được, mất đi và kết thúc.

3. ‘나다’와 ‘들다’ (Ra và vào)

Có nhiều trường hợp “나다” (ra), “들다” (vào) trong tiếng Hàn thể hiện tư duy của người Hàn. “나다” (ra) thể hiện ý nghĩa ‘đi ra ngoài’, hoặc ‘xuất hiện’. “들다” (vào) thể hiện việc đi vào.

< Bảng 3. Ý nghĩa của ‘나다’ trong tiếng Hàn>

나다
• Đi ra phía ngoài • Xảy ra hiện tượng, sự việc nào đó • Xuất hiện tiền bạc, đồ vật. • Xuất hiện âm thanh, mùi vị • Phát sinh bệnh. • Xuất hiện suy nghĩ

<Bảng 4. Ý nghĩa của ‘들다’ trong tiếng Hàn>

들다
• Đi vào phía trong. • Ánh sáng, nước chiếu, chảy từ ngoài vào trong. • Sử dụng tiền, thời gian, nỗ lực vào một việc nào đó. • Tâm trạng, tình cảm phù hợp. • Xuất hiện triệu chứng bệnh. • Có suy nghĩ

Trong tiếng Hàn ‘나다’ và ‘들다’ kết hợp với nhau thành ‘나들이’ chủ yếu dùng với ý nghĩa khi đi ra ngoài hoặc đi dã ngoại. Nhưng ở đây tuy mang ý nghĩa “đi ra ngoài” nhưng biểu hiện này có nghĩa là ‘Đi rồi quay về’. Đó là vì người Hàn coi trọng việc có đi là sẽ có về nên các biểu hiện như “다녀오겠습니다, 다녀오세요, 갔다 올게, 잘 갔다 와” (tôi sẽ đi rồi về) cũng được giải thích như thế.

Nếu nghiên cứu kỹ cách dùng ‘나다’ và ‘들다’ chúng ta có thể hiểu được rõ tư duy của người Hàn. Ví dụ đầu tiên là “생각이 나다” (nghĩ ra) và “생각이 들다” (nghĩ ra). Khi chợt nhớ ra điều gì đó vốn bị quên hoặc có một ý kiến nào nảy sinh từ trong đầu, người Hàn sẽ dùng ‘생각이 나다’. Còn khi suy nghĩ vì một lời nói hay hành động của người khác lúc này họ sẽ dùng biểu hiện ‘생각이 들다’.

Trong tiếng Việt, động từ ‘Suy nghĩ’ cũng kết hợp với động từ di chuyển ‘ra’ tương đương với ‘나다’. Ví dụ khi xuất hiện một suy nghĩ nào đó họ sẽ nói ‘Nghĩ ra’. Tuy nhiên người Việt chỉ có nghĩ ra chứ không có ‘nghĩ vào’.

Ngoài ra chúng ta có thể cảm nhận chính xác ‘나다’, ‘들다’ thông qua từ ‘bệnh’. Bệnh cũng có thể ‘phát ra’ hoặc ‘nhận vào’.

Những trường hợp phát bệnh, mắc bệnh vì những nguyên nhân xuất phát từ chính bản thân mình, do mình không giữ được giới hạn của cơ thể như ‘tương tư, nhớ quê’ thì họ sẽ dùng ‘병이 나다’. Việc phát bệnh ra có thể coi là trách nhiệm của bản thân. Vì đây là những căn bệnh do không giữ được giới hạn của cơ thể mình.

Mặt khác các căn bệnh do lây nhiễm thì được gọi là “병이 들다”. Bị bệnh “병이 들다” là do các yếu tố bên ngoài, và việc để không bị bệnh không liên quan đến năng lực bản thân.

Khi nhắc đến bị bệnh người Việt không kết hợp với ‘ra’, ‘vào’ như trong tiếng Hàn.

Ngoài ra trong tiếng Hàn “들다” được sử dụng trong rất nhiều trường hợp. Ví dụ lá phong chuyển màu “단풍이 물들다” (Lá phong đổi màu). Ở đây họ dùng biểu hiện là 들다 do tác động của ngoại cảnh bởi vì tự bản thân lá phong không thể đổi màu mà cần có các tác động của ánh nắng, gió, mưa.

4. “아름답다” và “값어치가 있다” (Đẹp và có giá trị)

Tiêu chuẩn của cái đẹp <아름답다> là gì? Ta có thể tìm thấy được gợi ý ngay trong từ <아름답다>.

Cấu trúc của ‘아름답다’ là sự kết hợp giữa ‘아름’ là ‘-답다’. Ví dụ các từ “학생” (học sinh), “선생님” (giáo viên), “군인” (quân nhân), “남자” (con trai), “여자” (con gái) kết hợp với ‘-답다’ sẽ thể hiện đúng chất của các danh từ đó. ‘아름’ trong tiếng Hàn xuất phát từ từ cổ mang nghĩa là ‘Bản thân’. Vậy từ đó ta có thể thấy cái đẹp là khi ta đúng với bản thân ta. “아름답다” không phải là giống với người khác mà phải là chính bản thân mình.

“값어치가 있다”(có giá trị) cũng là biểu hiện xuất phát từ cách tư duy như vậy. “값어치가 있다” được sử dụng với ý nghĩa là ‘đắt, quý giá’ nhưng nó thực tế mang ý nghĩa là mang đúng giá trị đó. Nghĩa là 1000 won mang đúng giá trị của 1000 won, 100 triệu mang đúng giá trị của 100 triệu.

“값어치가 있다” nếu được dùng với ý nghĩa mang giá trị tương ứng với giá trị bản thân thì đây là một ý nghĩa tích cực “값어치 있는 삶” cuộc sống giá trị là cuộc sống coi trọng giá trị của bản thân và luôn gìn giữ giá trị của bản thân.

Có thể thấy, cả “아름답다” (đẹp) và “값어치가 있다” (có giá trị) đều chứa đựng tư duy coi trọng giá trị bản thân của người Hàn.

5. ‘고맙다’와 ‘미안하다’ (Cảm ơn và xin lỗi)

Khi biểu hiện hành động cảm ơn người Hàn thường sử dụng “감사하다” và “고맙다”. Cả 2 biểu hiện này có sự khác nhau ở thứ

bậc đối tượng cần kính trọng. 2 biểu hiện này có sự khác nhau ở từ thuần Hàn và từ Hán Hàn.

“고맙다” là từ thuần Hàn mang tính gần gũi hơn nên có thể nói suông sã là “고마워” một cách tự nhiên tuy nhiên “감사하다” là từ Hán Hàn và tạo cảm giác trang trọng, lịch sự nên không thể dùng “감사하다” khi nói suông sã.

“미안하다”, “죄송하다” là biểu hiện được sử dụng khi thể hiện hành động xin lỗi. Cả 2 biểu hiện đều xuất phát từ từ Hán Hàn. “미안하다” được giải thích là ‘bất an’ do một lỗi lầm nào đó. Còn “죄송하다” có ý nghĩa là ‘bàng hoàng vì đã gây ra lỗi lầm’.

Như vậy có thể thấy “죄송하다” có ý nghĩa nặng hơn. “미안하다” có thể nói suông sã nhưng “죄송하다” thì không được nói suông sã.

Trong tiếng Việt, ‘cảm ơn’, ‘Xin cảm ơn’ cũng xuất phát từ tiếng Hán và được dùng trong các tình huống trang trọng nhưng trong các tình huống gần gũi thân mật khi được cho cái gì đó người Việt có thể chỉ cần nói ngắn gọn như ‘xin, xin nhé’.

Mặt khác ở các tiếng khác, xin lỗi được sử dụng trong nhiều ngữ cảnh khác. Ví dụ trong tiếng Anh, xin lỗi được dùng trong tang lễ. Tuy nhiên người Hàn sẽ không nói xin lỗi trong tang lễ mà họ sẽ bày tỏ sự thương tiếc bằng những biểu hiện khác. Điều này cũng tương tự như trong tiếng Việt. Người Việt cũng không chia buồn bằng cách nói xin lỗi.

6. “바람직하다” (Đúng đắn)

Người Hàn Quốc mong muốn điều gì? Mong chờ một thế gian như thế nào? Chúng ta có thể biết điều đó thông qua từ “바람직하다” (Đúng đắn).

Trong tiếng Hàn, ‘-(으)ㄴ직하다’ mang ý nghĩa là có một giá trị đáng làm nào đó. Ví dụ “믿음직하다” có nghĩa là “đáng tin tưởng”, “먹음직하다” có nghĩa là “đáng ăn”.

“바람직하다” vốn mang nghĩa là “đáng mong ước”. Tuy nhiên, trong rất nhiều ngữ cảnh/trong thực tế sử dụng biểu hiện này lại mang ý nghĩa là ‘tốt, tài năng’. Điều đó có ý nghĩa là những điều con người mong ước đều là điều tốt.

Người Hàn cơ bản đều suy nghĩ tích cực về cuộc sống. Nếu như cuộc sống vẫn còn nhiều điều để mong ước thì đó là một cuộc sống tốt đẹp, đúng đắn.

Ngoài ra người Hàn không mong muốn cá nhân mà mong muốn dựa trên sự đồng cảm. Vì người Hàn quan điểm rằng cuộc sống có giá trị mà ai cũng mong muốn. “바람직하다” trong tiếng Hàn cho ta thấy thái độ đối với cuộc sống của người Hàn. Người Hàn luôn lắng nghe và đồng cảm với những gì đúng đắn.

7. ‘눈에 밝히다’와 ‘눈여겨보다’ (Ánh mắt)

Nhắc đến mắt người ta sẽ nghĩ đến hành động mở, nhắm và nhìn.

Mắt mở có ý nghĩa là thức dậy sau một giấc ngủ hoặc là chào đời. Nhắm mắt là hành vi nhắm mắt sau khi mở mắt ngoài ra còn có rất nhiều ý nghĩa như bỏ qua, tha thứ, coi thường hoặc mang nghĩa là chết.

Mắt chỉ là cơ quan để nhìn chứ không phải cơ quan để đi lại. Tuy nhiên người Hàn có biểu hiện “눈길”(ánh mắt) với nghĩa đen là ‘con đường mắt’. Như vậy sẽ có con đường cho mắt đi lại. Mắt đi trên con đường đó và nếu hài lòng thì ánh mắt đó sẽ dừng lại. Chính vì vậy có thêm biểu hiện ‘눈길이 머물다’ (dừng ánh mắt).

Ngoài ra có thêm biểu hiện “눈에 밝히다” (vương vấn). Dù phải rời một nơi nào đó nhưng nếu cứ liên tục nghĩ đến và không thể rời xa, người Hàn sử dụng cụm từ “눈에 밝히다” với nghĩa đen là “giảm ánh mắt”. Mắt không thể đập được tuy nhiên trong cách biểu hiện này, mắt không còn biểu thị ý nghĩa thị giác mà có thể cảm nhận qua xúc giác. Khi phải chia

xa con cái, hoặc rời xa bố mẹ mình, bàn chân lúc đó không thể nhấc lên được thì cũng giống như giẫm ánh mắt vào không thể rời mắt.

Khi đôi thị giác thành xúc giác thì lúc đó nỗi đau sẽ cảm nhận rõ ràng hơn. Đó là nỗi đau khi chia xa người mình yêu, khi nhớ thương một ai đó.

Ngoài ra mắt cũng được ẩn dụ như một cơ quan suy nghĩ. Tương ứng với quan điểm này có biểu hiện “눈여겨보다” (Lưu tâm, chú ý).

Ở trường hợp người Việt cũng có biểu hiện là “Không thể rời mắt”. Hay khi quan tâm đến ai đó người Việt có câu: “Đề mắt”. Mắt không phải là một vật thể để di rời nhưng khi nhấn mạnh vào một đối tượng nào đó cần lưu ý thì người Việt cũng coi như đây là một vật có thể di chuyển.

8. ‘있다, 없다’와 ‘알다, 모르다’ (Có, không có và biết, không biết)

Không phải tất cả các từ vựng đều có từ trái nghĩa. Một số từ không có từ trái nghĩa tương ứng. Có rất nhiều điều thú vị khi tìm hiểu về từ trái nghĩa trong ngôn ngữ. Tiếng Hàn có rất nhiều từ trái nghĩa thú vị. Trong đó có thể kể đến từ trái nghĩa của “알다” (biết) là “모르다” (không biết). Nhưng trên thế giới không có ngôn ngữ nào có từ vựng như “모르다” (không biết). Ví dụ trong tiếng Việt trái nghĩa của ‘biết’ sẽ là thêm biểu hiện phủ định ‘không biết’.

Tương tự trong tiếng Hàn từ trái nghĩa của “있다” (có) là “없다” (không có). Và trên thế giới cũng không có các ngôn ngữ có từ vựng mang nghĩa là ‘없다’. Trong tiếng Việt khi nói không có, người Việt cũng chỉ dùng biểu hiện phủ định.

Nếu có những cái không có thì bắt buộc phải có những cái có. Vì thế trong tiếng Hàn hay có các cặp đối ngược nhau như “재미없다” (không thú vị) và “재미있다” (thú vị), “맛없다” (chán) và “맛있다” (ngon).

Nhưng trong tiếng Hàn có những trường hợp chỉ có cái ‘không có’ mà không có cái ‘có’.

Có thể đưa ra ví dụ ở câu nói “어처구니없다”. Biểu hiện này được giải thích trong từ điển là “hoang đường, vô lý”. Nhưng để hiểu kỹ vì sao chỉ có “없다” thì phải nhìn vào nét văn hóa xưa. “어처구니” là cái tay cầm của cối xay đá. Nếu đã có cối xay thì việc có tay cầm là việc đương nhiên nên nếu không có thì thật hoang đường. Vì thế biểu hiện này được dùng để nói về những gì vô lý, không có thật.

III. Kết luận

Thông qua tìm hiểu một số từ vựng mang nét văn hóa của Hàn Quốc, bài viết đã chỉ ra được một số đặc trưng tư duy của người Hàn. Thông qua các từ vựng đó, ta có thể hiểu được cách người Hàn nhìn nhận và phán đoán cuộc sống. Ngoài ra cũng thấy được một số nét tương đồng về tư duy của người Hàn và người Việt. Ví dụ có rất nhiều biểu hiện đa dạng tương đồng giữa ‘마음’ và ‘lòng’, hay ‘머리’, ‘đầu’ dùng để tượng trưng cho lý trí, ‘가슴’, “trái tim, tâm” dùng để tượng trưng cho tình cảm. Một số điểm đặc trưng ở tiếng Hàn mà không có ở tiếng Việt như các cặp từ trái nghĩa hay các biểu hiện ‘나다’, ‘들다’.

Việc học một ngôn ngữ cần đi kèm với việc tìm hiểu văn hóa của đất nước đó. Có như vậy, chúng ta mới có thể hiểu rõ hơn ý nghĩa cũng như sử dụng được chính xác ngôn ngữ đó trong các ngữ cảnh và tình huống phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. 조현용 (2017), 한국어, 문화를 말하다, 하우.
2. 윤석호 (2012), 한중 ‘사랑’ 개념적 은유 표현 연구, 한국 외국어 대학교, 석사 논문.
3. 츠모리 사요리 (2013), 한국어와 일본어의 ‘마음’ 관련 대조 연구, 경희 대학교 대학원, 석사 논문.

Abstract

Language is a tool used in a social group, people use individual gestures. Each country with different specific texts will have different ways of using the language. Korean is a highly literate language. This article will only be done by the private of Korean people through analyzing the meanings of words. Vocabulary is a word

with cultural elements and must understand the socio-cultural context. Through these words, we can know how Koreans see the world. Meaning Koreans express thoughts and feelings.

Key words: Language, thoughts, feelings, thinking

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 12, giãn dòng 1.1.
3. Danh mục Tài liệu tham khảo để ở cuối bài, theo từng khối: Việt, Anh, Pháp, Hàn Quốc, Trung Quốc, ... và Internet.
4. Bài viết gửi qua email: tapchihanquoc@gmail.com Tòa soạn không trả lại bản thảo.
5. Bài viết phải có tóm tắt và từ khóa bằng tiếng Việt và tiếng Anh. Tóm tắt và từ khóa bằng tiếng Việt để ở phần trên của bài, dưới tên bài và tên tác giả. Tóm tắt và từ khóa bằng tiếng Anh để ở cuối bài, sau Tài liệu tham khảo.
6. Cấu trúc bài viết gồm đủ 5 phần: 1. Đặt vấn đề; 2. Cơ sở lý thuyết; 3. Phương pháp nghiên cứu; 4. Kết quả nghiên cứu; 5. Kết luận và phần Tài liệu tham khảo.
(Mọi thắc mắc về bố cục bài đăng tạp chí xin liên hệ qua email tapchihanquoc@gmail.com để biết thông tin chi tiết)