

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(45) 6/2023

SỐ 2(45)
6/2023

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

Số 2(45)
6/2023

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

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP
LƯU TUẤN ANH

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ
TRẦN THỊ HƯỜNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
Chủ tịch
MAI NGỌC CHỦ

Phó chủ tịch
PARK JI HOON

Ủy viên
LƯU TUẤN ANH
TRẦN THỊ HƯỜNG
ĐẶNG THIẾU NGÂN
BÙI PHAN ANH THƯ
NGUYỄN THỊ THẨM
NGUYỄN THỊ PHƯƠNG MAI
PHẠM THỊ NGỌC
NGUYỄN PHẠM THU HƯƠNG
TRẦN THỊ THU PHƯƠNG
HÀ MINH THÀNH
PHAN HOÀNG MY THƯƠNG
NGUYỄN MẠNH CƯỜNG

Tòa soạn: P.407, 336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
ĐT: 0918485969; 0914990281
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

NGUYỄN NGỌC BÌNH, LƯU TUẤN ANH Tìm hiểu về những quy định chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan và tiếng Hàn	3
NGUYỄN THÙY DƯƠNG Tổng quan tình hình nghiên cứu về thành ngữ bốn thành tố tiếng Hàn	19
PHẠM QUỲNH GIAO Tìm hiểu bài thơ '서시' (thi đề) của nhà thơ Yun Dong Ju và so sánh tâm hồn thơ trong các tác phẩm thơ của Yun Dong Ju với nhà thơ Lưu Quang Vũ	29
LÊ THỊ HẢI YẾN Bước đầu tìm hiểu một số đặc điểm của thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn (Trọng tâm vào thuật ngữ về hình thái học)	37
NGUYỄN THỊ THU VÂN Giải mã “Cơn sốt du học từ sớm” tại Hàn Quốc những năm 1990~2000	47
VŨ NGUYỄN HẢI ĐĂNG, PHẠM THỊ TUYẾT Tìm hiểu chiến lược C-Korea 2010 với mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa đạt tiêu chuẩn quốc tế của Hàn Quốc	54
LẠI NGỌC ANH Nghiên cứu về “Snack Culture” của thế hệ MZ Hàn Quốc thông qua “Nội dung dạng ngắn” (short-form contents)	62
NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO Nghiên cứu hiện trạng và phương hướng phát triển của thể thao điện tử ở Hàn Quốc	72
ĐINH THỊ NHƯ QUỲNH Nghiên cứu ảnh hưởng của tính cách nhân viên đến sức bật tinh thần và sự gắn bó với tổ chức: Tập trung vào các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam	83
NGUYỄN THỊ TUYẾT MAI, TRẦN MAI LOAN Nghiên cứu ảnh hưởng từ phản hồi của giáo viên đến sự tự tin vào năng lực (self-efficacy) nổi tiếng Hàn của sinh viên (trường hợp sinh viên tiếng Hàn trung cấp của Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG HN)	91

KOREA **KF**
FOUNDATION

This Journal is supported by the Korea Foundation
이 학술지는 한국국제교류재단의 지원을 받아 출판되었습니다

한국학 저널

베트남 한국학술연구회

제2(45)호

2023년 6월

ISSN 2354 - 0621

발행인
MAI NGOC CHU

편집 팀장
LUU TUAN ANH

행정 팀장
TRAN THI HUONG

편집위원회
위원장
MAI NGOC CHU

부위원장
PARK JI HOON

위원
LUU TUAN ANH
TRAN THI HUONG
DANG THIEU NGAN
BUI PHAN ANH THU
NGUYEN THI THAM
NGUYEN THI PHUONG MAI
PHAM THI NGOC
NGUYEN PHAM THU HUONG
TRAN THI THU PHUONG
HA MINH THANH
PHAN HOANG MY THUONG
NGUYEN MANH CUONG

발행: Room 407, 336 Nguyen Trai street,
Thanh Xuan district, Hanoi, Vietnam

문의: 0918485969; 0914990281

이메일: tapchihanquoc@gmail.com;

발행허가: 1232/GP-BTTTT

인쇄: Huong Khanh 인쇄사

No. 22, 8 lane, Le Trong Tan street, La Khe ward,
Ha Dong district, Hanoi, Vietnam

목록

NGUYEN NGOC BINH, LUU TUAN ANH	3
태국어와 한국어에서의 베트남어 표기법에 관한 고찰	
NGUYEN THUY DUONG	19
한국어 사자성어 연구 현황 개요	
PHAM QUYNH GIAO	29
윤동주 "서시"의 이해 및 윤동주와 Luu Quang Vu 시작품의 '시혼'에 대한 비교연구	
LE THI HAI YEN	37
한국어 언어학 용어의 특징에 관한 고찰: 형태론의 용어를 중심으로 하여	
NGUYEN THI THU VAN	47
1990-2000 년도 한국에서의 '조기유학열풍'에 관한 연구	
VU NGUYEN HAI DANG, PHAM THI TUYET	54
한국 문화강국 (C-Korea 2010) 프로젝트에서의 국제수준의 문화산업 시장 육성 목표에 대한 연구	
LAI NGOC ANH	62
A study on the 'Snack culture' of generation MZ in Korea through 'Short-form contents'	
NGUYEN THI PHUONG THAO	72
한국 E-스포츠 산업 현황 및 발전방안 연구	
DINH THI NHU QUYNH	83
Study on the influence of employee personality on morale and organizational commitment - The case of South Korean enterprises companies in Vietnam	
NGUYEN THI TUYET MAI, TRAN MAI LOAN	91
교사 피드백이 베트남인 학습자의 한국어 말하기 효능감에 미치는 영향: 베트남 하노이 국립 외국어대학교의 중급 학습자를 중심으로	

KOREA KF
FOUNDATION

This Journal is supported by the Korea Foundation
이 학술지는 한국국제교류재단의 지원을 받아 출판되었습니다

TÌM HIỂU VỀ NHỮNG QUY ĐỊNH CHUYỂN TỰ TỪ TIẾNG VIỆT SANG TIẾNG THÁI LAN VÀ TIẾNG HÀN

Nguyễn Ngọc Bình*

Lưu Tuấn Anh**

Tóm tắt

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, sách vở và tài liệu viết về/của Việt Nam đang xuất hiện ngày càng nhiều. Tuy nhiên, việc chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan và tiếng Hàn đa phần không đồng bộ, thống nhất và thiếu chuẩn xác. Nó không chỉ ảnh hưởng đến việc phiên âm, gây khó khăn trong quá trình tìm hiểu thông tin của nhau, cản trở giao tiếp mà còn ảnh hưởng tới tính nhất quán trong xử lý ngữ liệu, xử lý thông tin của thời đại công nghệ ngày nay. Trên cơ sở đó, giới học thuật cho rằng cần thiết phải có qui định chuẩn về việc chuyển tự một cách thống nhất từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan và tiếng Hàn.

Bài báo này trình bày những nét cơ bản về qui định chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan và tiếng Hàn, đồng thời đưa ra các phân tích, bình luận và nhận xét dựa trên cơ sở âm vị học tiếng Việt.

Từ khóa: âm vị học, chuyển tự, tiếng Hàn, tiếng Thái Lan, tiếng Việt.

1. Đặt vấn đề

1.1. Hiện nay ở Thái Lan, sách viết về/của Việt Nam đang xuất hiện ngày càng nhiều. Tuy nhiên, việc chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái đa phần không đồng bộ, thống nhất và thiếu chuẩn xác. Các ấn phẩm bằng tiếng Việt tại Thái Lan hiện gồm sách, tạp chí, tiểu thuyết, hồi ký và các văn bản về thành tựu nghiên cứu khác. Một ví dụ nổi tiếng là họ “Nguyễn” của người Việt Nam bị chuyển tự thành งูเห่า /ngu ?ien/ (nghĩa tiếng Việt: rắn lạnh) trong tiếng Thái Lan (Thái). Điều này dẫn đến việc cần thiết phải có qui định về việc chuyển tự (thực chất bao gồm cả việc phiên âm lẫn chuyển tự), nhằm giúp những người có liên quan sử dụng một cách dễ dàng và thống nhất. Trên cơ sở đó, việc chuyển tự này (mà tác giả bài viết cũng là một thành viên hội đồng, tham gia với tư cách là chuyên gia) được khởi xướng và thực hiện bởi Viện Khoa học Hoàng gia Thái Lan (tiền thân là Hội Hoàng gia, thành lập vào ngày 19 tháng 4 năm 1926), vốn là một cơ quan chính phủ độc lập trong hệ thống quản lý của Thái Lan. Nó có trách nhiệm nghiên cứu và “nuôi dưỡng” các lĩnh vực học thuật khác nhau vì lợi ích của công chúng, đồng thời nó cũng được biết đến với vai trò điều chỉnh ngôn ngữ Thái, thông qua việc biên soạn các từ điển chuẩn và thiết lập các quy tắc khác nhau trong ngôn ngữ.

1.2. Cũng giống như tiếng Thái Lan, tiếng Hàn không sử dụng chữ cái Latinh mà sử dụng hệ thống chữ biểu âm độc đáo

* Tiến sĩ; Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG HN, Email; ngngbinhv@gmail.com

** Tiến sĩ; Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG HN, Email; Ltanh@vnu.edu.vn

Hangeul do họ tự sáng chế (Vua Sejong và các học giả thời Joseon tạo ra năm 1443 và ban hành năm 1446). Do đó, việc mô phỏng và chuyển tự các từ tiếng Việt sang tiếng Hàn cũng có nhiều điểm còn chưa được thống nhất, đôi khi đem lại hiểu nhầm, hạn chế quá trình giao lưu giữa người dân hai nước Việt - Hàn. Vấn đề chuyển tự từ ngoại lai vốn được Hàn Quốc quan tâm, chú ý từ rất sớm; Bộ Văn hóa Giáo dục Hàn Quốc đã ban hành Quy định ghi chép từ ngoại lai từ năm 1986, và trải qua 6 lần bổ sung, sửa đổi để có được bản gần đây nhất là Quy định năm 2017 (Số 14-2017 do Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch Hàn Quốc ban hành). Tuy nhiên, do bản Quy định này vẫn còn hạn chế, chưa mô phỏng được tuyệt đại các trường hợp của tiếng Việt nên trong quá trình giao lưu, quan hệ hợp tác với Việt Nam, nhiều người dân, học giả vẫn chuyển tự theo thói quen mà họ cho là phù hợp, dẫn đến việc thiếu nhất quán. Chẳng hạn, sau 30 năm quan hệ hợp tác, trên các ấn phẩm, các phương tiện truyền thông, trang tin internet, ta vẫn thấy song song tồn tại nhiều cách chuyển tự khác nhau, dẫn đến cách đọc âm khác nhau, không thống nhất, gây hỗn loạn. Đặc biệt là các trường hợp tên riêng, chẳng hạn cùng để biểu thị tên gọi "Hồ Chí Minh", xuất hiện nhiều cách chuyển tự khác nhau là 호찌민, 호치민, 호치밍; hoặc "bún chả" cũng có nhiều cách thể hiện như 분짜, 분차, 뿐짜; "Hoa" thành 호아, 화... Bản thân quy định

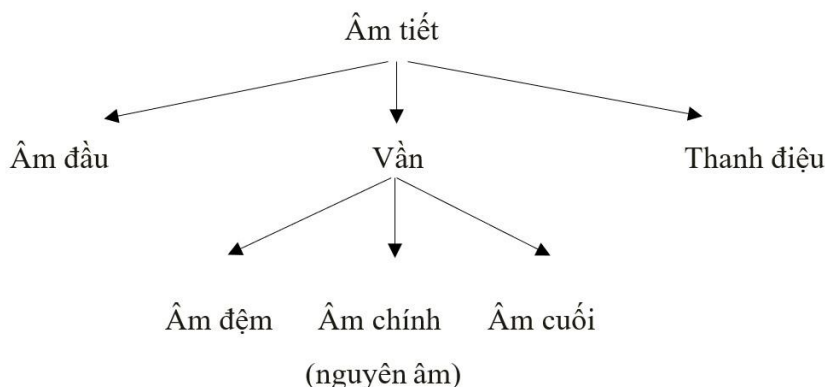
ghi từ ngoại lai hiện hành cũng thể hiện ý tuy không bắt buộc nhưng cần được tuân thủ nên nhiều cơ quan, nhiều kênh thông tin truyền thông và học giả, nhà nghiên cứu đều chọn theo cách dùng rộng rãi của số đông quần chúng, mà không vận dẫn theo quy định. Khi quan hệ hai nước phát triển lên tầm toàn diện, sẽ xuất hiện nhiều hơn trường hợp các nhà biên phiên dịch, học giả, thậm chí cả các cơ quan nhà nước... có nhu cầu tìm hiểu quy định này và lấy đó làm căn cứ để tuân thủ theo. Vì thế việc tìm hiểu về quy định chuyển tự, ghi phiên âm tiếng Việt sang tiếng Hàn, cũng như những vấn đề còn tồn tại của quy định này là hết sức cần thiết trong giai đoạn tới.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tiếng Việt

Tiếng Việt là ngôn ngữ quốc gia của Việt Nam, được hơn 85 triệu người sử dụng, thuộc nhóm Việt - Mường, nhánh Môn - Khmer, ngữ hệ Nam Á.

2.1.1. Đoàn Thiện Thuật (2016) đã định nghĩa về âm tiết như sau: "Âm tiết là một khúc đoạn của lời nói có khả năng mang cái mà các nhà ngữ âm học châu Âu vẫn gọi là hiện tượng ngôn điệu như thanh điệu, trọng âm và ngữ điệu. Một âm tiết có thể bao gồm nhiều yếu tố ngữ âm cấu thành, nhưng dù phát âm chậm đến đâu cũng không tách được từng yếu tố ra". Mô hình âm tiết của tiếng Việt có thể được trình bày như sau:



2.1.2. Hệ thống phụ âm trong tiếng Việt:

Vị trí				Môi-Môi	Môi-Răng	Răng	Chân răng	Quặt lưỡi	Ngạc cứng	Ngạc mềm	Thanh hầu
Phương thức											
Phụ âm	Tắc	Bật hơi				/th/		/t̚/			
		Không bật hơi	Vô thanh			/t/			/c/	/k/	/ʔ/
			Hữu thanh	/b/			/d/				
		Mũi		/m/			/n/		/ɲ/	/ŋ/	
	Xát	Vô thanh			/f/	/s/		/ʃ̺/		/x/	/h/
		Hữu thanh			/v/	/z/		/ʒ̺/		/ɣ/	
		Bên				/l/					
Bán nguyên âm				/w/				/y/			

2.1.3. Hệ thống nguyên âm trong tiếng Việt:

	Trước	Giữa	Sau
Rộng	i	u	u
Trung bình	e	ɤ, ɜ	o
Hẹp	ɛ	a, ă	ɔ

3 nguyên âm đôi: /ie/, /uɤ/, and /uɔ/

2.1.4. Sáu thanh điệu gồm:

- (1) Thanh bằng, được kí hiệu là “1”
- (2) Thanh huyền, được kí hiệu là “2”
- (3) Thanh ngã, được kí hiệu là “3”
- (4) Thanh hỏi, được kí hiệu là “4”
- (5) Thanh sắc, được kí hiệu là “5”
- (6) Thanh nặng, được kí hiệu là “6”

2.2. Tiếng Thái Lan

Tiếng Thái Lan hiện được hơn 60 triệu người sử dụng (Diller, 2001), thuộc nhóm Thái Tây Nam, nhánh Kam - Tai, ngữ hệ Kra-Dai. Đây là một ngôn ngữ có thanh điệu, không biến đổi hình thái và chủ yếu là đơn âm tiết. Tiếng Thái Lan được chia theo các khu vực thành bốn phương ngữ khu vực, tức là phương ngữ Trung Thái, phương ngữ Bắc Thái, phương ngữ Đông Bắc Thái và phương ngữ Nam Thái.

2.2.1. Theo Kalaya Tingsabadh (1982), hệ thống phụ âm tiếng Thái Lan như sau:

Vị trí	Môi - Môi	Chân răng	Ngạc cứng	Ngạc mềm	Thanh hầu
Phương thức					
Tắc-xát, không bật hơi, vô thanh	/p/	/t/	/c/	/k/	/ʔ/
Tắc-xát, bật hơi, hữu thanh	/ph/	/th/	/ch/	/kh/	
Tắc hữu thanh	/b/	/d/			
Mũi	/m/	/n/		/ɲ/	
Xát	/f/	/s/			/h/
Rung/Vỗ		/ɾ/			
Bên		/l/			
Bán nguyên âm	/w/		/y/		

2.2.2. Hệ thống nguyên âm tiếng Thái Lan bao gồm:

	Trước	Giữa	Sau
Rộng	i, i:	u, u:	u, u:
Trung bình	e, e:	ə, ə:	o, o:
Hẹp	ɛ, ɛ:	a, a:	ɔ, ɔ:

3 nguyên âm đôi: /ia/, /ua/, and /ua/

2.2.3. Năm thanh điệu gồm:

- (1) Thanh ngang, được kí hiệu là “1”
- (2) Thanh xuống, được kí hiệu là “2”
- (3) Thanh lên-xuống, được kí hiệu là “3”
- (4) Thanh lên, được kí hiệu là “4”
- (5) Thanh lên thấp, được kí hiệu là “5”

2.3. Tiếng Hàn

Cho đến nay vẫn có nhiều quan điểm xoay quanh vấn đề nguồn gốc của tiếng Hàn. Đa số các nhà ngôn ngữ học Hàn Quốc đều theo hướng đưa tiếng Hàn vào nằm trong ngữ hệ Altaic (Altaic languages). Theo thống kê của Ethnologue (<https://www.ethnologue.com/> - trang web thống kê về ngôn ngữ và phương ngữ trên thế giới) thì hiện có tổng số 81,740,540 người nói tiếng Hàn trên thế giới (trong đó số người sử dụng tiếng Hàn như ngoại ngữ 1 là: 81,721,540 người; ngoại ngữ 2 là: 19,000 người), đứng thứ 16 trên thế giới.¹ Ngôn ngữ này sử dụng chữ viết Hangeul, một loại ký tự biểu âm riêng biệt, độc đáo, vì thế trong chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Hàn, những khác biệt về ngữ âm cũng ít nhiều thể hiện trong việc phiên âm và ghi lại bằng ký tự.

Khác với tiếng Việt, tiếng Hàn thuộc loại hình ngôn ngữ chắp dính và điều này cũng đem lại một số đặc điểm khác nhau về ngữ âm. Nếu như âm tiết tiếng Việt có cấu trúc chặt chẽ và có tính độc lập cao thì âm tiết tiếng Hàn lại có nhiều biến đổi về âm trong quá trình chắp dính. Tiếng Hàn có nhiều quy tắc biến đổi về âm như luyện âm, rụng âm, thêm âm, đồng hóa v.v... với nhiều biến thể âm vị. Không chỉ khác ở đặc điểm của âm tiết, hệ thống âm vị giữa hai thứ tiếng cũng cho thấy một số khác biệt dẫn đến khó khăn trong việc chuyển tự Việt - Hàn. Tiếng Hàn có 19 phụ âm, 21 nguyên âm và 2 bán nguyên âm. Các nguyên âm được phân loại theo vị trí của lưỡi, độ nâng của lưỡi và hình dáng của môi còn phụ âm thì được phân loại căn cứ theo vị trí cấu âm và phương thức cấu âm như sau.²

2.3.1. Phụ âm tiếng Hàn:

Tiếng Hàn có 19 phụ âm. Các phụ âm được phân loại căn cứ theo vị trí và phương thức cấu âm theo bảng sau:

¹ <https://www.ethnologue.com/language/kor/> (truy cập tháng 6/2023)

² Nội dung này được trích dẫn từ: Lưu Tuấn Anh, phần "Tiếng Hàn" trong "Các ngôn ngữ phương Đông" (Mai Ngọc Chừ chủ biên), NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2001, (tr.175-186)

Vị trí Phương thức		Môi	Răng	Ngạc cứng	Ngạc mềm	Thanh hầu
Tắc	Thường	ㅍ /p/	ㅌ /t/		ㅋ /k/	
	Căng	ㅍ [?] /p [?] /	ㅌ [?] /t [?] /		ㅋ [?] /k [?] /	
	Bật hơi	ㅍ ^h /p ^h /	ㅌ ^h /t ^h /		ㅋ ^h /k ^h /	
Tắc-xát	Thường			ㅈ /tʃ/		
	Căng			ㅈ [?] /tʃ [?] /		
	Bật hơi			ㅈ ^h /tʃ ^h /		
Xát	Thường		ㅅ /s/			ㅎ /h/
	Căng		ㅅ [?] /s [?] /			
Mũi		ㅁ /m/	ㄴ /n/		ㅇ /ŋ/	
Trơn (liquid)			ㄹ /r/, /l/			

Căn cứ theo bảng phân loại phụ âm trên, có thể rút ra một số đặc điểm trong phụ âm tiếng Hàn như sau:

Trước hết phải kể đến cặp phụ âm đối lập: âm thường - âm căng - âm bật hơi, là những âm ít thấy trong các ngôn ngữ khác. Đặc biệt, âm căng là sự kết hợp của các phụ âm thường với âm tắc thanh hầu (glottal stop), là âm được hình thành do sự cọ xát, va chạm vào nhau của hai dây thanh, chặn luồng khí từ phổi đi lên. Các âm căng (Fortis) “ㅍ, ㅌ, ㅍ[?], ㅌ[?]” về mặt ký tự được biểu diễn bằng sự chập đôi của hai phụ âm thường nhưng trên thực tế trong quá trình phát âm, chúng là sự kết hợp của các âm thường “ㅍ, ㅌ, ㅍ[?], ㅌ[?]” với âm tắc thanh hầu /ʔ/, cho ra những phát âm nhanh, căng thẳng, cường độ luồng không khí phát ra mạnh hơn so với âm thường: /k[?]/, /t[?]/, /p[?]/, /tʃ[?]/, /s[?]/.

Âm bật hơi “ㅋ /k^h/, ㅌ^h /t^h/, ㅍ^h /p^h/, ㅈ^h /tʃ^h/” cũng là những tổ hợp phát âm của các phụ âm thường /k/, /t/, /p/, /tʃ/ với âm tắc thanh hầu /h/. Có thể nói loại phụ âm này hình thành nên cặp đối lập với các phụ âm thường khác chính là ở hiện tượng bật hơi của chúng.

Khác với ở các ngôn ngữ Ấn Âu, trong tiếng Hàn không có sự phân biệt rõ ràng giữa các cặp âm vô thanh-hữu thanh như: p-b, t-d, s-z, k-g, đồng thời cũng không có ký tự biểu thị riêng cho phụ âm hữu thanh như “b, d, g”.

Âm trơn “ㄹ” là một âm vị có một ký tự biểu hiện nhưng có 2 biến thể âm: /r/ và /l/. Ở vị trí âm cuối, “ㄹ” được phát âm thành âm bên(lateral) /l/, ở các vị trí khác được phát âm thành âm rung (flap) /r/.

2.3.2. Nguyên âm tiếng Hàn:

Căn cứ theo vị trí của lưỡi, độ nâng cao của lưỡi và hình dáng của môi, các nguyên âm đơn trong tiếng Hàn phân loại theo bảng sau:

Vị trí trước sau của lưỡi Độ nâng cao của lưỡi	Trước		Giữa		Sau	
	Không tròn môi	Tròn môi	Không tròn môi	Tròn môi	Không tròn môi	Tròn môi
Cao	ㅣ /i/	ㅑ /y/	ㅡ /ɨ/			ㅓ /u/
Hơi cao	ㅕ /e/	ㅛ /ø/				ㅜ /o/
Hơi thấp	ㅗ /ɛ/				ㅛ /ə/	
Thấp			ㅓ /a/			

Các nguyên âm tiếng Hàn như bảng phân loại trên cho thấy, nếu so sánh với tiếng Việt, số lượng ít hơn và hầu hết đều là những nguyên âm có thể đối chiếu tương ứng trong tiếng Việt. Tuy nhiên cũng có một số nguyên âm có đặc trưng riêng biệt.

Chẳng hạn các nguyên âm “ㅏ” /y/, “ㅑ” /ø/ là nguyên âm có vị trí của lưỡi giống với âm /i/ và /e/, chỉ khác ở chỗ khi phát âm, hình dáng của môi tròn và được đẩy về phía trước. Hai âm này được xếp vào loại nguyên âm đơn hàng hai (secondary cardinal vowel) nhưng trên thực tế, nhiều trường hợp chúng được phát âm giống như các nguyên âm đôi /wi/ và /we/. (Có thể thấy rõ ràng nhất ở trường hợp âm “ㅑ” /ø/ có phát âm gần với nguyên âm đôi ㅚ /we/).

Âm “ㅓ” trong tiếng Hàn cũng không đơn thuần giống với phát âm âm /ə/ ở tiếng Việt, nó được thực hiện như một nguyên âm dài, hơi tụt về phía hàng sau, gần với phát âm của âm “—” /ɜ:/, thành ra âm /ə:/. Ví dụ: 거:갓말 [kə:tjinmal], 적:다 [tʃə:ɡta], 더럽:다 [tə:rəp t'a]...

Ngoài các nguyên âm đơn trên, trong tiếng Hàn còn có 11 nguyên âm đôi, được tạo ra thông qua việc kết hợp hai bán nguyên âm /j/ và /w/ với các nguyên âm đơn:

Bán nguyên âm /j/ kết hợp với nguyên âm đơn, cho các nguyên âm đôi: ㅟ /ja/, ㅢ /jə/, ㅟ /jo/, ㅠ /ju/, ㅢ /jɛ/, ㅢ /je/.

Bán nguyên âm /w/ kết hợp với nguyên âm đơn, cho các nguyên âm đôi: ㅜ /wa/, ㅜ /wə/, ㅜ /wɛ/, ㅜ /we/.

Đặc biệt, có một trường hợp duy nhất bán nguyên âm /j/ kết hợp sau nguyên âm đơn tạo thành nguyên âm đôi: ㅟ /ɜ:j/.

3. Phương pháp nghiên cứu:

Chúng tôi đã sử dụng phương pháp nghiên cứu thư tịch trong thu thập số liệu; phương pháp thống kê; áp dụng các thủ

pháp và thao tác cần thiết của phương pháp miêu tả để trình bày hệ thống âm vị cần chuyển tự; phương pháp phân tích âm vị để tổng hợp và phân tích ngữ liệu.

4. Kết quả nghiên cứu:

4.1. Chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan:

4.1.1. Nguyên tắc này dùng để phiên chuyển tiếng Việt hiện đại (còn gọi là chữ Quốc ngữ), là các con chữ Rô man có thêm các dấu đặc biệt. Tiếng Việt có nhiều giọng khác nhau như giọng Hà Nội, giọng Huế, giọng thành phố Hồ Chí Minh, ... Theo nguyên tắc này, việc chuyển tự sẽ được áp dụng theo giọng Hà Nội.

4.1.2. Việc so sánh phụ âm và nguyên âm tuân theo Bảng so sánh phụ âm và nguyên âm tiếng Việt.

4.1.3. Việc chuyển tự được đăng trên Công báo Chính phủ. Các từ trong Từ điển phiên bản Viện Hoàng gia, tên các quốc gia, vùng lãnh thổ, quận hành chính và thủ đô, v.v. sẽ được áp dụng theo các thông báo mới nhất.

4.1.4. Những từ mà tiếng Thái đã sử dụng trong một thời gian dài và nhận được sự chấp nhận chung của xã hội thì có thể tiếp tục sử dụng, chẳng hạn như Sài Gòn, An Nam, Nguyễn...

4.1.5. Thanh điệu tiếng Việt có 6 cấp độ như sau:

(1) *Thanh ngang*: không có dấu thanh, là thanh có âm vực cao, âm điệu bằng phẳng, giống thanh สามัญ (thanh ngang) trong tiếng Thái nhưng cao hơn và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh สามัญ trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

ma	มา
câm	กิม (ngắn)
cơm	กิม (dài)

(2) *Thanh huyền*: được kí hiệu bằng dấu ` , có âm vực thấp, âm điệu hơi đi xuống, giống thanh เถ (thanh thấp) trong tiếng

Thái và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh เอก (thanh thấp) trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

mà	หมา
bà	ปา

(3) *Thanh ngã*: được kí hiệu bằng dấu ~, có âm vực cao, âm điệu vừa đi xuống vừa đi lên và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh จัตวา (thanh lên) trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

xã	สา
rõ	สอ

(4) *Thanh hỏi*: được kí hiệu bằng dấu ^, có âm vực thấp, âm điệu vừa đi xuống vừa đi lên và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh จัตวา (thanh lên) trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

mả	หมา
rẻ	แส

(5) *Thanh sắc*: được kí hiệu bằng dấu ´, có âm vực cao, âm điệu đi lên và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh ตรี (thanh cao) trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

má	ม้า
mát	มัด

(6) *Thanh nặng*: được kí hiệu bằng dấu ., có âm vực thấp, âm điệu đi xuống, hơi giống với thanh เอก (thanh thấp) trong tiếng Thái nhưng nặng hơn, dừng đột ngột ở cuối thanh và tiếng Thái không có thanh nào giống như vậy. Trong phiên chuyển tiếng Việt, chọn thanh เอก (thanh thấp) và nguyên âm ngắn trong tiếng Thái để thể hiện. Ví dụ:

mạ	มะ
chị	จิ
mạn	หมั่น

4.1.6. Các phụ âm trong tiếng Việt đều có thể so sánh được với các phụ âm cao và thấp trong tiếng Thái nhưng phụ thuộc vào thanh điệu. Ví dụ:

hữu	หิว
hư	ฮิว

Trường hợp nếu phụ âm thấp mà không cặp đôi với phụ âm cao thì dùng ห đứng phía trước. Ví dụ:

vải	หาวาย
-----	-------

Trường hợp là từ láy thì ห không được dùng cho cả hai âm tiết mà chỉ được dùng cho một âm tiết để tạo âm cao. Ví dụ:

ngoan ngoãn	กวน-กวน
-------------	---------

Trường hợp có nguyên âm hàng trước thì chuyển nguyên âm ra đứng trước ห để giúp cho việc phát âm được thuận lợi. Ví dụ:

ngoen ngoèn	แวน-แวน
-------------	---------

4.1.7. Tên riêng như địa danh, tên địa lý... được viết tách thành từng âm tiết như trong tiếng Việt thì sẽ được viết liền khi chuyển tự. Ví dụ:

Hội An	โฮยอาน
Gia Long	ชาลิ่ง

Trường hợp là nhân danh sẽ được viết tách thành từng âm tiết như trong tiếng Việt.

Ví dụ:

Võ Nguyên Giáp	วอญวนเจ๊าป
----------------	------------

4.1.8. Dùng gạch ngang đối với tên riêng khi chuyển tự trong trường hợp tiếng Việt cũng dùng như vậy. Ví dụ:

Bà Rịa-Vũng Tàu	ปาเสียะ-หุงเตา
-----------------	----------------

Trường hợp phiên chuyển tên riêng sang tiếng Thái thường hay gây ra lỗi, do trong tiếng Việt phát âm thành từng âm tiết thì áp dụng dấu gạch ngang. Ví dụ:

Cao Bá Quát	กาวบา-กว๊าด
-------------	-------------

4.1.9. Dùng ๕ theo các qui định chính tả hiện hành trong tiếng Thái đối với các âm ngắn và không có dấu thanh. Ví dụ:

khuây	เควีย
khuấy	เควีย

4.1.10. Bảng phiên chuyển phụ âm:

Chữ	Âm	Vị trí					
		Đầu			Cuối		
		Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển	Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển
b	b	บ	bay	บ้าย	-	-	-
c	k	ก	các	ก้าก	ก	bác	บ้าก
ch	c ⁽¹⁾	จ	cha	จา	ก	thích	ทิก
d	z	ช, ส ⁽²⁾	da	ชา	-	-	-
			dây	เสย			
đ	đ	ด	đình	ดีญ	-	-	-
g ⁽³⁾	γ	ก	gà	ก้า	-	-	-
gh	γ	ก	ghe	แก	-	-	-
gi ⁽⁴⁾	z	ช, ส ⁽⁵⁾	già	ซ่า	-	-	-
			giá	ซ้า			
h	h	ฮ, ห ⁽⁶⁾	họ	เหาะ	-	-	-
			ho	ฮอ			
k	k	ก	kẻ	เก้	-	-	-
kh	x	ค, ข ⁽⁷⁾	khi	คี้	-	-	-
			khí	ขี้			
l	l	ล	lo	ลอ	-	-	-
m	m	ม	mẹ	แมมะ	ม	cầm	กั้ม
n	n	น	no	นอ	น	ăn	อ้น
ng	η	ง	ngà	หง่า	ง	ông	อง
ngh	η	ง	nghi	จี้	-	-	-
nh	η ⁽⁸⁾	ญ	nhà	หญ่า	ญ	sinh	ชิญ
						nhanh	ญัญ
p	p	-	-	-	ป	khép	แค้ป
ph	f	ฟ, ฝ ⁽⁹⁾	Pháp	ฟ๊าป	-	-	-
			phở	เฟอ			
qu	kw	กว	quan	กวาน	-	-	-
r	z	ช, ส ⁽¹⁰⁾	ra	ชา	-	-	-
			rở	โส			
s	s	ช, ส ⁽¹¹⁾	sur	ซื่อ	-	-	-
			sả	ซ่า			
t	t	ต	tôi	โตย	ต	bút	บู้ด
th	t ^h	ท, ถ ⁽¹²⁾	thu	ทู	-	-	-
			thả	เถา			
tr	c	จ	trà	จ่า	-	-	-
v	v	ว	vui	วุย	-	-	-
x	s	ช, ส ⁽¹³⁾	xa	ชา	-	-	-
			xã	ซ่า			

Ghi chú cho bảng phiên chuyển phụ âm:

- (1) Ở cuối một từ, nó thường được phát âm là [k], theo giọng Hà Nội
 (2) Sử dụng ㅍ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên).
 (3) Trừ theo sau bởi i, vì gi thể hiện âm /z/, trong phiên chuyển được biểu thị bằng ㅈ, ㅉ
 (4) Trừ từ “gi” (สี) do “gi” không đi cùng “i/y”
 (5) Sử dụng ㅍ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (6) Sử dụng ㅍ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (7) Sử dụng ㅈ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (8) Ở cuối một từ, nó thường được phát âm là [ŋ], theo giọng Hà Nội
 (9) Sử dụng ฝ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (10) Sử dụng ㅍ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (11) Sử dụng ㅍ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (12) Sử dụng ㅌ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)
 (13) Sử dụng ㅌ trong trường hợp là เอก (thanh thấp) hoặc จัตวา (thanh lên)

4.1.11. Bảng phiên chuyển nguyên âm đơn:

Chữ	Âm	Âm tiết đóng ⁽¹⁾			Âm tiết mở ⁽²⁾		
		Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển	Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển
a	a: ⁽³⁾	-ㅏ	màn	มาน	-ㅏ	ta	ตา
		-ㅘ ⁽⁴⁾	nhanh	ญาน			
ă	a	-ㅓ	mặt	มาน	-	-	-
â	ə	-ㅓ	tân	เติน	-	-	-
e	ɛ:	-แ-	em	แอม	-แ-	mẹ	แม่
ê	e ⁽⁵⁾	-เะ (ลดรูป) ⁽⁶⁾	lệnh	เหลญ	-	-	-
		-เ-	bên	เบน	-เ-	tê	เต
i, y	i	-ㅣ ⁽⁷⁾	lịch	หลิก	-	-	-
	i:	-ㅣ	in	อิน	-ㅣ	đi	ดี
o ⁽⁸⁾	o	-เาะ ⁽⁹⁾	xong	ซ็อง	-	-	-
	o:	-ㅓ	con	กอน	-ㅓ	có	ก็อ
ô ⁽¹⁰⁾	o	-โะ (ลดรูป) ⁽¹¹⁾	sông	ซง	-	-	-
	o:	-โ-	bón	โบน	-โ-	cô	โก
ơ	ɜ:	-เอ	lớn	เลิ่น	-เอ	mở	เหมอ
u	u	-ㅣ ⁽¹²⁾	chúc	จึค	-	-	-
	u:	-ㅣ	núp	นุ๊ป	-ㅣ	tủ	ตุ้
ư	ư	-ㅣ ⁽¹³⁾	nhưng	ญึง	-	-	-
	ư:	-	-	-	-ㅣ	như	ญือ

Ghi chú cho bảng phiên chuyển nguyên âm đơn:

- (1) Âm tiết đóng là âm tiết có phụ âm ở cuối
 (2) Âm tiết mở là âm tiết không có phụ âm ở cuối
 (3) Khi theo sau là ch và nh, nó được phát âm thành [aj] theo giọng Hà Nội. Ví dụ: sách [sajkʰ], nhanh [najŋʰ]
 (4) Khi theo sau là nh

(5) Khi theo sau là ch và nh, nó được phát âm thành [əj] theo giọng Hà Nội. Ví dụ: xéch (trong “mắt xéch”) [səjɿt], lệnh [ləjɿŋ-?]]

(6) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

(7) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

(8) Trong các từ tượng thanh, từ địa phương hoặc từ mượn tiếng nước ngoài, tiếng Việt có thể dùng oo (oo), như trong từ xoong (ซอong)

(9) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

(10) Trong các từ tượng thanh, từ địa phương hoặc từ mượn tiếng nước ngoài, tiếng Việt có thể dùng ôô (โอะ), như trong từ lôông tôông (โลองโตong)

(11) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

(12) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

(13) Khi theo sau là c, ch, k, ng và nh

4.1.12. Bảng phiên chuyển nguyên âm đôi:

Chữ	Âm	Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển
ai	a:j	-าย	ai	อาย
			bài	บาย
ao	a:w	-าว	ao	าว
			cao	กาว
au	aw	-า	nhau	เญา
			sáu	เข้า
âu	əw	เัว	đâu	เดิว
ay	aj	ัย	cay	กัย
ây	əj	เัย	cây	เกัย
eo	ɛ:w	แ-ว	mèo	เหมว
êu	ɛ:w	เ-ว	đều	เดว
ia	iə	เีย	bia	เบีย
iê	iə	เีย	tiếng	เตียง
iu	i:w	เิว	diu	สิ้ว
			dịu	สิ้ว
oa	wa:	-วา	hoa	ฮวา
oă	wa	-วั-	hoăc	ฮวัค
oe	wɛ:	แ-ว-	khoét	แควัด
oi	wɔ̀j	-อย	nói	นอย
ôi	o:j	โ-ย	tôi	โตย
ơi	ɜ:j	เ-ย	chơi	เจย
ua	uə	ัว	mua	มัว
ưa	uə	เือ	đưa	เดือ
uâ	wə	-ว-	xuân	ขวน
uê	wɛ:	เ-ว	thuê	เทว
ui	u:j	ัย	vui	วุย
ưi	u:j	เัย	gửi	กัย
uô	uə	-ว-	buôn	บวน
uơ	wɜ:	ัว	thuở	ถั่ว
ươ	uə	เือ	đường	เดื่อง
uru	u:w	เิว	huru	สิ้ว
uy	wi:	-วี	quý	กวี

4.1.13. Bảng phiên chuyển nguyên âm ba

Chữ	Âm	Áp dụng	Ví dụ	Phiên chuyển
iêu, yêu	iəw	ㅣㅣㅜ	kiều	기췌ㅜ
			yếu	예췌ㅜ
oai	wa:ɿ	-ㅜㅞ	ngoài	깁ㅜㅞ
oao	wa:w	-ㅜㅗ	ngoao	깁ㅜㅗ
oay	waj	-ㅣㅣㅜ	ngoáy	깁ㅣㅣㅜ
uây	wəɿ	ㅣㅣㅣ	khuấy	케ㅣㅣ
			khuây	케ㅣㅣ
uôi	uəɿ	-ㅜㅣ	muối	뭇ㅣ
			tuối	똥ㅣ
			nuôi	누ㅣ
uya	wiə	ㅣㅣㅣ	khuya	케ㅣㅣ
uyê	wiə	ㅣㅣㅣ	duyên	세ㅣㅣ
uyu	wi:w	-ㅣㅣ	khuỷu	케ㅣㅣ
uoi	uəɿ	ㅣㅣㅣ	tươi	테ㅣㅣ
uou	uəw	ㅣㅣㅜ	hươu	헤ㅣㅜ
			rượu	레ㅣㅜ

4.2. Chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Hàn

Để tiện theo dõi chúng tôi đã dịch lại "Quy định chuyển tự từ ngoại lai" (외래어 표기법) được Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch ban hành theo Quy định số 14-2017 ngày 28/3/2017 (문화체육관광부고시 제2017-14호). Quy định này có đề cập đến các bảng đối chiếu và các nguyên tắc cụ thể cho một số ngôn ngữ tiêu biểu, tuy nhiên ở đây, chúng tôi chỉ đề cập đến các nội dung có liên quan tới tiếng Việt. Cụ thể như sau:

Phần 1: Nguyên tắc cơ bản ghi ký hiệu (chuyển tự)

Điều 1: Từ ngoại lai chỉ được ghi bằng 24 chữ cái nguyên âm, phụ âm đang dùng trong tiếng Hàn

Điều 2: Về nguyên tắc, 01 âm vị của từ ngoại lai được ghi lại bằng 01 ký hiệu.

Điều 3: Ở phụ âm cuối của âm tiết, chỉ sử dụng các phụ âm ‘ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㅁ, ㅂ, ㅅ, ㅇ’

Điều 4: Về nguyên tắc, khi chuyển tự phụ âm tắc, không sử dụng bằng các phụ âm căng (của tiếng Hàn).

Điều 5: Tôn trọng việc sử dụng theo thói quen đối với các từ ngoại lai đã bền vững (trong sinh hoạt). Phạm vi và mẫu ví dụ quy định riêng.

Phần 2: Bảng tổng hợp về chuyển tự

Từ ngoại lai được quy định chuyển tự trong các bảng từ 1 đến 19 theo các ngôn ngữ khác nhau. Ở đây, chúng tôi chỉ trình bày bảng 1 (Đối chiếu Hangeul với ký hiệu ngữ âm quốc tế) và bảng 16 (Đối chiếu Hangeul với nguyên âm, phụ âm tiếng Việt), phục vụ cho nghiên cứu.

Bảng 1: Bảng đối chiếu chữ Hangeul và ký hiệu ngữ âm quốc tế
(International Phonetic Alphabet -IPA)

Phụ âm			Bán nguyên âm		Nguyên âm	
IPA	Hangeul		IPA	Hangeul	IPA	Hangeul
	Trước nguyên âm	Trước phụ âm (khác) hoặc cuối từ				
p	ㅍ	ㅂ, ㅍ	j	이*	i	이
b	ㅂ	브	ɥ	위	y	위
t	ㅌ	ㅅ, ㅌ	w	오, 우*	e	에
d	ㄸ	드			ø	외
k	ㅋ	ㄱ, ㅋ			ɛ	에
g	ㄱ	그			ẽ	앵
f	ㅍ	프			œ	외
v	ㅂ	브			œ̃	윙
θ	ㅅ	스			æ	애
ð	ㄸ	드			a	아
s	ㅅ	스			ɑ	아
z	ㅈ	즈			ã	양
ʃ	시	슈, 시			ʌ	어
ʒ	ㅈ	지			ɔ	오
ts	ㅈ	츠			õ	옹
dz	ㅈ	즈			o	오
tʃ	ㅈ	치			u	우
dʒ	ㅈ	지			ə**	어
m	ㅁ	ㅁ			ə̃	어
n	ㄴ	ㄴ				
ɲ	니*	뉴				
ŋ	ㅇ	ㅇ				
l	ㄹ, ㄹㄹ	ㄹ				
r	ㄹ	르				
h	ㅎ	흐				
ç	ㅎ	히				
x	ㅎ	흐				

Ghi chú cho Bảng đối chiếu chữ Hangeul và ký hiệu ngữ âm quốc tế

* ‘이’ và ‘오, 우’ của [j], [w], ngoài ra ‘니’ của [n] khi kết hợp với nguyên âm sẽ tuân theo nguyên tắc cụ thể khi chuyển tự ở phần 3.

** Trường hợp tiếng Đức ghi là ‘에’, tiếng Pháp ghi là ‘으’.

Bảng 16: Bảng đối chiếu chữ Hangeul với (chữ cái) nguyên âm, phụ âm của tiếng Việt

	Tiếng Việt (chữ quốc ngữ)	Hangeul		Ví dụ mẫu
		Trước nguyên âm	Trước phụ âm (khác) hoặc cuối từ	
Phụ âm	b	ㅂ	—	Bao 바오, bo 보
	c, k, q	ㄱ	ㄱ	cao 까오, khác 각, kiết 끼엣, lăk 락, quan 관
	ch	ㅈ	ㄱ	cha 짜, bach 박
	d, gi	ㅈ	—	duc 죽, Dương 즈영, gia 자, giây 저이
	đ	ㅊ	—	đan 단, Đinh 딘
	g, gh	ㄱ	—	gai 가이, go 고, ghe 개, ghi 기
	h	ㅎ	—	hai 하이, hoa 호아
	kh	ㅋ	—	Khai 카이, khi 키
	l	ㄹ, ㄹㄹ	—	lâu 러우, long 룡, My Lai 밀라이
	m	ㅁ	ㅁ	minh 민, mắt 맘, tôm 톱
	n	ㄴ	ㄴ	Nam 남, non 논, bun 분
	ng, ngh	ㅇ	ㅇ	ngo 응오, ang 양, đông 동, nghi 응이, nghệ 응에
	nh	ㄴ	ㄴ	nhât nét, nhơn 년, minh 민, anh 아인
	p	ㅍ	ㅂ	put 뽳, chap 찹
	ph	ㅍ	—	Pham 팜, phơ 퍼
	r	ㄹ	—	rang 랑, rôl 로이
	s	ㅅ	—	sang 상, so 소
	t	ㅌ	ㅅ	tam 팜, têt tết, hat 핫
	th	ㅌ	—	thao 타오, thu 투
	tr	ㅈ	—	Trân 쩌, tre 쨌
	v	ㅂ	—	vai 바이, vu 부
	x	ㅅ	—	xanh 싸인, xeo 쨌오
Nguyên âm	a	아		an 안, nam 남
	ã	아		ăn ăn, Đăng 당, mắc 막
	â	어		ân 언, cân 견, lâu 러우
	e	에		em 엠, cheo 쨌오
	ê	에		êm 엠, chô 쨌, Huê 후에
	i	이		in 인, dai 자이
	y	이		yên 엔, quy 꾸이
	o	오		ong 옹, bo 보
	ô	오		ôm 움, đông 동

	ơ	어	ơn 언, sơn 선, mới 머이
	u	우	um 움, cung 궁
	ư	으	ưn 은, tư 트
Nguyên âm đôi	ia	이어	kia 끼어, ria 리어
	iê	이에	chiêng 찌엥, diêm 지엠
	ua	우어	lua 루어, mua 무어
	uô	우오	buôn 부운, quốc꾸옥
	ưa	으어	cưa 끼어, mưa 브어, sưa 스어
	ươ	으어	rươu 르어우, phương 프엥

Phần 3: Nguyên tắc cụ thể khi chuyển tự

Bao gồm 21 mục tương ứng với các ngôn ngữ
Mục 18: Chuyển tự của tiếng Việt

Căn cứ theo bảng 16: Bảng đối chiếu chữ Hangeul và nguyên âm, phụ âm của tiếng Việt. Ngoài ra chuyển tự để giữ lại các đặc điểm sau.

Điều 1: "nh" được ghi gộp với nguyên âm nối phía sau, ghép lại thành 1 âm tiết. Ở vị trí cuối từ hoặc trước phụ âm (khác), ghi thành phụ âm cuối ‘ㄴ’ (/n/). Trường hợp nguyên âm trước nó là "a" thì gộp với "a", ghi thành ‘아인’.

【Mẫu】 Nha Trang 나짱
Hô Chi Minh 호찌민
Thanh Hoa 타인호아
Đông Khanh 동카인

Điều 2: Trường hợp "qu" nối phía sau là nguyên âm "a" thì gộp lại, ghi thành ‘파’.

【Mẫu】 Quang 광 hat quan ho 핫판호
Quốc 꾸옥 Quyên꾸엔

Điều 3: "y" được ghi gộp với nguyên âm kết hợp phía sau thành một âm tiết.

【Mẫu】 yên 연 Nguyên 응우엔

Điều 4: "L" ở giữa từ, khi đứng trước một nguyên âm, ghi thành ‘ㄹ’.

【Mẫu】 không put 끌롱뽏 Pleiku 빨레이꾸
Ha Long 할롱 My Lai 밀라이

Tuy nhiên, trường hợp là từ chỉ họ và tên người sẽ được xem là các từ riêng biệt, không áp dụng theo nguyên tắc này.

【Mẫu】 Thê Lư 테르
Chê Lan Viên 쎄란비엔

Phần 4: Nguyên tắc chuyển tự tên người, địa danh

Mục 1: Nguyên tắc chuyển tự

Điều 1: Việc chuyển tự tên người, địa danh của nước ngoài, về nguyên tắc, theo các quy định ở các phần 1, phần 2, phần 3.

Điều 2: Tên người, địa danh của vùng ngôn ngữ nếu không nằm trong phần 3, về nguyên tắc tuân theo âm bản địa gốc.

【Mẫu】 Ankara 앙카라 Gandhi 간디

Điều 3: Các từ được dùng chung theo phát âm của nước thứ 3 không phải âm bản địa gốc thì dùng theo thói quen.

【Mẫu】 Hague 헤이그 Caesar 시저

Điều 4: Tên phiên dịch từ danh từ riêng, trường hợp vốn được dùng chung rộng rãi, thì dùng theo thói quen.

【Mẫu】 Pacific Ocean 태평양
Black Sea 흑해

Mục 2: Chuyển tự tên người, địa danh của phương Đông

Điều 1: Tên người Trung Quốc, phân theo quá khứ hay hiện tại, tên trong quá khứ ghi theo âm Hán như trước đây, nếu là tên người hiện tại, về nguyên tắc chuyển tự theo cách chuyển tự tiếng Trung Quốc, trường hợp cần thiết ghi song song cả chữ Hán.

Điều 2: Đối với địa danh lịch sử của Trung Quốc mà hiện tại không còn dùng, ghi theo âm Hán của Hàn Quốc, nếu đồng nhất với địa danh hiện tại thì ghi theo cách chuyển tự tiếng Trung Quốc, trường hợp cần thiết ghi song song cả chữ Hán.

Điều 3: Tên người và địa danh của Nhật Bản, về nguyên tắc ghi theo các chuyển tự của

tiếng Nhật không phân biệt là quá khứ hay hiện tại, trường hợp cần thiết ghi song song cả chữ Hán.

Điều 4: Trong các địa danh của Trung Quốc và Nhật Bản, những trường hợp có thói quen đọc theo âm Hán của tiếng Hàn thì cho phép sử dụng cách chuyển tự này.

【Mẫu】 東京 도쿄, 동경 京都 교토, 경도
上海 상하이, 상해 臺灣 타이완, 대만
黃河 황허, 황하

Mục 3: Nguyên tắc chuyển tự cụ thể đối với biển, đảo, sông, núi

Điều 1: Thống nhất biển ghi thành ‘해(海)’

【Mẫu】 홍해, 발트해, 아라비아해

Điều 2: Trừ Hàn Quốc, thống nhất tất cả đảo ghi thành ‘섬’

【Mẫu】 타이완섬, 코르시카섬
(우리나라: 제주도, 울릉도)

Điều 3: Trường hợp địa danh của các khu vực dùng chữ Hán (như Nhật Bản, Trung Quốc), nếu chỉ có 01 chữ Hán, thì ghi lặp lại với các từ ‘강’, ‘산’, ‘호’, ‘섬’

【Mẫu】 온타케산(御岳) 주장강(珠江)
도시마섬(利島) 하야카와강(早川)
위산산(玉山)

Điều 4: Địa danh cấu tạo có thành tố mang nghĩa dãy núi, núi, sông (산맥, 산, 강), thì ghi lặp lại các từ ‘산맥’, ‘산’, ‘강’

【Mẫu】 Rio Grande 리오그란데강
Monte Rosa 몬테로사산
Mont Blanc 몽블랑산
Sierra Madre 시에라마드레산맥

5. Kết luận

5.1. Qua sự trình bày ở trên, có thể thấy việc chuyển tự từ tiếng Việt sang tiếng Thái Lan được qui định khá toàn diện và chặt chẽ. Tất cả các bình diện từ đoạn tính và siêu đoạn tính đều được tính tới. Việc chuyển tự được áp dụng theo giọng Hà Nội có thể coi là một “bước tiến” trong bối cảnh ở Thái Lan, phương ngữ Trung (giọng Huế) đã từng được áp dụng rộng rãi, đặc biệt là đối với cộng đồng người gốc Việt ở Đông Bắc Thái Lan. Việc chuyển tự được đăng trên Công báo Chính phủ thể hiện nhận thức của chính

quyền và giới học thuật đối với tầm quan trọng của công việc này. Bên cạnh đó, giới học thuật cũng khá “cởi mở” khi đề xuất quan điểm có thể “tiếp tục sử dụng” những từ mà tiếng Thái Lan đã sử dụng trong một thời gian dài và đã nhận được sự chấp nhận chung của xã hội như Sài Gòn, An Nam, Nguyễn...

5.2. Khác với trường hợp Thái Lan, Hàn Quốc có quy định về chuyển tự từ ngoại lai từ rất sớm (1986). Đặc biệt, từ năm 2004, các tiếng Malaysia, tiếng Thái Lan và tiếng Việt cũng đã được bổ sung đưa vào quy định này. Tuy nhiên, quan sát quy định sửa đổi gần đây nhất vào năm 2017, đối với trường hợp tiếng Việt, chúng ta có thể thấy vấn đề nổi bật là các điều, mục trong quy định còn chưa thực sự đầy đủ, chưa mang tính tiêu biểu, bao phủ được tất cả mọi trường hợp. Nhiều điều trong quy định vẫn phải quay về với “cách dùng theo thói quen” (của người Hàn). Bên cạnh đó, việc phân tích, đối chiếu âm vị học giữa hai thứ tiếng còn chưa được thực hiện một cách bài bản. Do đó, khi mổ xẻ, phân tích âm tiết tiếng Việt để tìm cách chuyển tự còn gặp nhiều hạn chế. Chẳng hạn như việc xử lý âm đệm /w/, hay các âm cuối /u/, /i/, thanh điệu v.v... còn chưa được thỏa đáng. Trong khi đó yêu cầu đặt ra của quy định lại là phải xử lý nhất quán một cách tối đa cho các trường hợp, đồng thời lại cần mô phỏng được giống hoặc gần giống nhất với âm bản địa của tiếng Việt. Tuy nhiên, nhiều trường hợp của Quy định vẫn có thể xem là cách dùng theo thói quen, theo cảm nhận về âm của người Hàn. Vì thế, nội dung của bảng đối chiếu chữ Hangeul với chữ cái nguyên âm, phụ âm của tiếng Việt (ở phần 2 của Quy định) và các nguyên tắc cụ thể khi chuyển tự của tiếng Việt (ở phần 3 của Quy định) cũng thấy xuất hiện nhiều tình huống buộc phải phá vỡ nguyên tắc cơ bản đã đề ra. Chẳng hạn, với nguyên tắc “1 âm vị của từ ngoại lai được ghi lại bằng 1 ký hiệu” thì lại có những trường hợp được ghi bằng âm tiết. Hay với nguyên tắc “khi chuyển tự phụ âm tắc, không

sử dụng bằng các phụ âm cứng (của tiếng Hàn)", thì ngược lại, cũng xuất hiện khá nhiều hướng dẫn chuyển tự sử dụng các âm cứng này (Điều này, theo chúng tôi có lẽ có liên quan đến vấn đề xử lý thanh điệu của tiếng Việt). Để khắc phục những vấn đề trên, sửa đổi, bổ sung cho Quy định phù hợp hơn, thiết nghĩ, đầu tiên cần có thêm nhiều công trình nghiên cứu đối chiếu về ngữ âm, âm vị học giữa tiếng Hàn và tiếng Việt. Hy vọng, trong tương lai, đây sẽ là lĩnh vực thu hút được nhiều sự quan tâm, chú ý của các nhà ngôn ngữ học, học giả cả hai nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Anh

1. Diller, A. 2001, "Grammaticalization and Tai syntactic change", in *Essays in Tai Linguistics*, ed. M.R. Kalaya Tingsabadh and A.S. Abramson, pp. 139-176. Chulalongkorn University Press.
2. Kirby, James P. (2011), *Vietnamese (Hanoi Vietnamese)*, Journal of the International Phonetic Association Vol. 41 (3), pp.38-392.
2. Ladefoged, Peter and Johnson, Keith. (2010), *A Course in Phonetics (6th Edition)*, WADSWORTH CENGAGE Learning, Canada.
3. Trang thống kê về ngôn ngữ và phương ngữ trên thế giới:
<https://www.ethnologue.com/language/kor/>

Tiếng Thái Lan

1. กล้วยา ดึงศรัทธัย (2525), "หน่วยที่ 15 ภาษาและภาษาย่อยในประเทศไทย" ใน เอกสารการสอนชุดวิชาภาษาไทย 3 หน่วยที่ 7-15 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
2. ธีัญญาทิพย์ศรีพนา (2058), *ชาวเวียดนามในภาคอีสานของไทย*, สถาบันเอเชียศึกษาจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
3. ราชบัณฑิตสถาน (2556), *หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาเวียดนาม: ฉบับราชบัณฑิตสถาน, กรุงเทพฯ*

Tiếng Việt

1. Hoàng Thị Châu (2008), *Phương ngữ học tiếng Việt*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
2. Nguyễn Văn Lợi (2004), *Đặc điểm ngữ âm - âm vị học của phụ âm tắc, hữu thanh, thờ trong các ngôn ngữ ở Việt Nam và Đông Nam*

Á (trên bình diện đồng đại và lịch đại), Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.

3. Đoàn Thiện Thuật (2016), *Ngữ âm tiếng Việt*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
4. Mai Ngọc Chừ chủ biên (2001), *Các ngôn ngữ phương Đông*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội

Tiếng Hàn

1. 문화체육관광부 고시 제2017-14호 (시행 2017. 3. 28.), (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, "Quy định chuyển tự từ ngoại lai", ban hành theo Quy định số 14-2017 ngày 28/3/2017)
2. Internet: 국립국어원, 한국어 어문규범, <https://kornorms.korean.go.kr/> (Trang web "Quy phạm ngữ văn tiếng Hàn", Viện Nghiên cứu Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc)

Abstract

NOTES ON REGULATIONS OF
TRANSLITERATION FROM
VIETNAMESE INTO THAI AND KOREAN
Dr. Nguyen Ngoc Binh, Dr. Luu Tuan Anh
VNU-University of Social Sciences and Humanities, Hanoi

In the current globalization context, books and documents written about/of Vietnam are appearing increasingly. However, the transliteration from Vietnamese to Thai and Korean are mostly inconsistent, asynchronous and inaccurate. It not only affects the transcription, makes it difficult to understand each other's information, hinders communication but also affects the consistency in data and information processing. On that basis, academics believe that it is necessary to have regulations on the uniformly transliteration from Vietnamese into Thai and Korean.

This report presents the basic features on regulations of transliteration from Vietnamese into Thai and Korean as well as provides analysis, commentary and comments on the basis of Vietnamese phonology.

Keywords: phonology, transliteration, Korean, Thai, Vietnamese

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ THÀNH NGỮ BỐN THÀNH TỔ TIẾNG HÀN

Nguyễn Thùy Dương*

Tóm tắt

Từ lâu thành ngữ, tục ngữ đã được nghiên cứu ở rất nhiều góc độ khác nhau và ở góc độ nào cũng đem đến nhiều điều thú vị. Bài viết tập trung vào mảng thành ngữ bốn thành tố trong tiếng Hàn (한글어 사자성어), trình bày tổng quan về tình hình nghiên cứu thành ngữ, tục ngữ trong và ngoài nước. Bài viết đã khảo sát, tập hợp các đề tài nghiên cứu trước đó về thành ngữ để đưa ra khái niệm phân biệt chính xác giữa thành ngữ bốn thành tố (사자성어), thành ngữ cổ sự (고사성어) và thành ngữ chữ Hán (한자성어). Thông qua phân tổng quan nghiên cứu về thành ngữ bốn thành tố tiếng Hàn, có thể thấy các nghiên cứu về thành ngữ, đặc biệt là thành ngữ bốn thành tố đều tập trung vào mảng cấu trúc, ngữ nghĩa của thành ngữ và chủ yếu so sánh đối chiếu giữa thành ngữ tiếng Hàn với tiếng Trung, chưa có nhiều nghiên cứu so sánh giữa thành ngữ bốn thành tố tiếng Hàn và tiếng Việt. Đây chính là một mảng nghiên cứu còn bỏ ngỏ đòi hỏi các nhà nghiên cứu của hai nước tiếp tục đầu tư công sức và thời gian tìm tòi, khai thác.

Từ khóa: tục ngữ, thành ngữ, thành ngữ bốn thành tố, thành ngữ cổ sự, thành ngữ chữ Hán

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thành ngữ, tục ngữ là biểu hiện đặc trưng trong ngôn ngữ của mỗi một đất nước. Thành ngữ, tục ngữ ra đời từ rất sớm. Nó là sản phẩm của tư duy, là công cụ diễn đạt những tri thức, kinh nghiệm quý báu, những triết lý nhân sinh sâu sắc, thâm thúy được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Trong đó nội dung về xã hội, văn hóa được thể hiện một cách đậm nét. Vì vậy hiểu về thành ngữ, tục ngữ chính là con đường ngắn nhất để những người học ngoại ngữ hiểu về văn hóa xã hội của một đất nước và dễ dàng tìm cách hòa nhập với xã hội đó.

Từ trước đến nay trong giảng dạy và nghiên cứu tiếng Hàn từ khi có quan hệ ngoại giao giữa hai nước (12.1992), các đơn vị từ, câu, ngữ pháp, thành ngữ, tục ngữ đã được các nhà ngôn ngữ học của hai nước dày công nghiên cứu. Tuy nhiên chưa có nhiều những nghiên cứu về mảng thành ngữ bốn thành tố (사자성어). Đặc biệt là nghiên cứu về bình diện ngữ nghĩa và phạm vi ngữ nghĩa có ý nghĩa rộng lớn là xã hội; ý nghĩa sâu sắc và tinh tế là văn hóa. Từ trước đến nay ở Việt Nam và Hàn Quốc đã có những nghiên cứu lẻ tẻ về mảng thành ngữ bốn thành tố nhưng chưa có nghiên cứu đối chiếu Hàn - Việt một cách khoa học, bài bản.

Thành ngữ bốn thành tố là một loại đơn vị đặc biệt, là một đối tượng nghiên cứu so sánh trong hai ngôn ngữ nhưng đây lại là một mảng nghiên cứu còn đang bỏ ngỏ, đòi hỏi phải có những công trình nghiên cứu sâu hơn, toàn diện hơn từ phía những người học và nghiên cứu chuyên sâu về ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc.

* Thạc sĩ; nghiên cứu sinh; giảng viên Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội;
Email: mukunghoadhnn@gmail.com

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Khái niệm thành ngữ

2.1.1. Khái niệm thành ngữ trong tiếng Hàn

Ở Hàn Quốc, bản thân thuật ngữ “thành ngữ” đã được triển khai hết sức đa dạng bởi nhiều nhà nghiên cứu. Đầu tiên là các nhà nghiên cứu như: Kim Jong-thaek (1971), Kim Seung-ho (1981), Park Jin-su (1986), Heo Seok (1989) đã đưa ra thuật ngữ là “quán ngữ” (관용어). Thứ hai là Kim Min-su (1964) và Lee Thaek-hoe (1984) với thuật ngữ “quán dụng ngữ” (관용구); Kim Kyu-seon (1978) với thuật ngữ “quán dụng cú” (관용어구). Thứ ba là Kim Mun-chang (1974), Sim Jae-gi (1986), An Kyong-hwa (1986) với thuật ngữ “thành ngữ” (숙어). Thứ tư là Hwang Hee-yong (1978) đưa ra cách gọi là “những lời nói quen thuộc” (익힘말); Yang Thae-sik (1984) và Yun So-hee (1986) với thuật ngữ “lời nói thường xuyên sử dụng” (익은말).

Khái niệm thành ngữ trong tiếng Hàn không thể định nghĩa một cách dễ dàng. Xét nghĩa hẹp thì thành ngữ là cụm từ hoặc từ có cấu tạo hoặc mang ý nghĩa đặc biệt khác với phương thức diễn đạt thông thường của một ngôn ngữ. Xét theo nghĩa rộng thì thành ngữ là tất cả hệ thống đặc trưng mang tính chất tương đối giữa một ngôn ngữ nào đó với một ngôn ngữ khác. Nếu xét theo nghĩa rộng thì có thể thấy bản thân ngôn ngữ đã là thành ngữ. Phạm vi của thành ngữ đa dạng và rộng lớn như thế nhưng ngược lại, bản thân thuật ngữ diễn tả nó còn rất mơ hồ, do đó khái niệm và phạm trù thành ngữ khác nhau theo từng học giả. Những từ tương đương với từ “thành ngữ” của phương Tây được dịch ra với nhiều hình thái đa dạng và không thống nhất như: *thành ngữ, quán ngữ, quán dụng cú, ngữ quán dụng, cách biểu đạt quán dụng, những lời nói quen thuộc hay lời nói thường xuyên sử dụng* .v.v...

Thông qua các nguồn tài liệu tham khảo, chủ yếu là từ điển tiếng Hàn và từ điển mạng, chúng tôi đã tập hợp một số khái niệm về thành ngữ như sau:

Trong “우리말-샘” (Ngôn ngữ của chúng tôi, 2016): “*Thành ngữ là một cụm từ cố định thể hiện một ý nghĩa đặc biệt, không thể biết được ý nghĩa của toàn bộ cụm từ đó nếu chỉ dựa vào ý nghĩa của các từ đơn lẻ*”. Ví dụ: “말이 넓다” (Bàn chân rộng) mang ý nghĩa là “một con người quen biết nhiều và có mối quan hệ xã giao tốt”. Theo “두산백과사전” (Bách Khoa toàn thư Doosan, 2000): “*Thành ngữ chỉ những cụm từ quen thuộc do người xưa tạo ra*”. “표준국어대사전” (Đại từ điển Quốc ngữ chuẩn, 2019) định nghĩa: “*Thành ngữ là những câu nói do người xưa truyền lại, được hình thành nên từ hai hoặc nhiều từ, không thể biết được ý nghĩa của toàn bộ cụm từ đó nếu chỉ dựa vào ý nghĩa của các từ đơn lẻ*”. Định nghĩa về thành ngữ trong cuốn “한국어대사전” (Đại từ điển tiếng Hàn, 2009): “*Thành ngữ là hình thức ngôn ngữ trong đó hai hoặc nhiều từ được kết hợp với nhau để thể hiện một ý nghĩa cụ thể*”.

Có rất nhiều khái niệm về thành ngữ và các khái niệm đều có chung một điểm, đó là các yếu tố cấu thành nên thành ngữ không mang ý nghĩa cơ bản, nghĩa đen mà mang nghĩa bóng. Nhà nghiên cứu nào cũng đồng tình về điểm này nhưng vẫn chưa thể hệ thống hóa được tên gọi và khái niệm bằng tiếng Hàn về thuật ngữ “thành ngữ” (idioms) của phương Tây. Tuy nhiên đến bây giờ, căn cứ vào định nghĩa trong từ điển và các nghiên cứu trước đây về thành ngữ, chúng ta có thể định nghĩa khái niệm thành ngữ như sau. “Thành ngữ là cách biểu đạt đặc biệt của ngôn ngữ một quốc gia nào đó được dùng như một thói quen mang tính phổ biến và tính đại chúng, mặc dù có những lúc nó mang tính phi logic và phi ngữ pháp. Xét về mặt cú pháp, thành ngữ được

hình thành bởi các cụm từ hoặc câu do 2 từ trở lên mang ý nghĩa kết hợp thành. Xét về mặt ý nghĩa, thành ngữ là một chuỗi các cụm từ đã được ổn định hóa mang ý nghĩa ẩn dụ và mang nghĩa bóng, ý nghĩa đặc thù không thể phán đoán được về mặt ngữ pháp hoặc ý nghĩa của từng từ cơ bản”.

2.1.2. Khái niệm thành ngữ trong tiếng Việt

Thành ngữ là một đơn vị ngôn ngữ tồn tại trong kho tàng ngôn ngữ của mỗi một quốc gia, một dân tộc, là đối tượng nghiên cứu của nhiều ngành khoa học khác nhau nên việc xác định khái niệm thành ngữ, tục ngữ là một câu chuyện không mấy dễ dàng ở bất kỳ một ngôn ngữ nào.

Trong dòng chảy lịch sử của ngành ngôn ngữ học, từ lâu thành ngữ tiếng Việt đã trở thành đối tượng nghiên cứu của các nhà Việt ngữ học. Công trình đầu tiên về thành ngữ tiếng Việt không thể không kể đến đó là công trình “Về tục ngữ và ca dao” do nhà nghiên cứu Phạm Quỳnh công bố từ năm 1921. Sau đó phải đến những năm 60 của thế kỉ XX thì những nghiên cứu về thành ngữ tiếng Việt mới được đưa lên một tầm cao mới có tính hệ thống và khoa học hơn.

Trong tiếng Việt, thành ngữ được rất nhiều nhà nghiên cứu quan tâm từ các nhà nghiên cứu văn học dân gian đến các nhà ngôn ngữ học. Dưới góc độ ngôn ngữ học, thành ngữ là đơn vị ngôn ngữ thuộc cụm từ cố định. Theo “Từ điển giải thích thuật ngữ ngôn ngữ học” do Nguyễn Như Ý chủ biên (2001): “Thành ngữ là cụm từ hay ngữ cố định có tính nguyên khối về nghĩa, tạo thành một chỉnh thể định danh có ý nghĩa chung khác với tổng số ý nghĩa của các thành tố cấu thành nó tức là không có nghĩa đen và hoạt động như một từ riêng biệt ở trong câu” [12, tr.271].

Nguyễn Văn Mệnh trong “Về ranh giới giữa thành ngữ và tục ngữ” (1972) quan niệm: “Thành ngữ là đơn vị có nội dung giới thiệu, miêu tả một hình ảnh, một hiện tượng,

một tính cách, một trạng thái. Về mặt hình thức, tuyệt đại đa số chúng là những cụm từ cố định” [7, tr.11]. Cũng có cách nhìn về thành ngữ như vậy, tác giả Đái Xuân Ninh cho rằng: “Thành ngữ là cụm từ cố định mà các yếu tố cấu tạo đã mất tính độc lập ở cái mức độ nào đó và kết hợp lại thành một khối tương đối vững chắc” [8]. Theo Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Nghiệu, Hoàng Trọng Phiến: “Thành ngữ là cụm từ cố định, hoàn chỉnh về cấu trúc và ý nghĩa. Nghĩa của chúng có tính hình tượng hoặc/ và gợi cảm.” [1].

Tác giả Hoàng Văn Hành quan tâm đến tính ngữ dụng của thành ngữ cho rằng: “Thành ngữ là một loại tổ hợp từ cố định, bền vững về hình thái cấu trúc, hoàn chỉnh, bóng bẩy về ý nghĩa, được sử dụng rộng rãi trong giao tiếp hàng ngày, đặc biệt là khẩu ngữ.” [5, tr.27]. Các tác giả Nguyễn Như Ý, Phan Xuân Thành, Nguyễn Văn Khang lại chú ý đến vần điệu trong thành ngữ thì quan niệm: “Thành ngữ là những cụm từ cố định, thường có vần điệu, được sử dụng rộng rãi trong đời sống hàng ngày, trong đó nghĩa không giải thích đơn giản bằng ý nghĩa của các từ cấu tạo nên nó” [13, tr.719].

Nguyễn Thiện Giáp định nghĩa: “Thành ngữ là một cụm từ mà ý nghĩa của nó không được tạo thành từ các ý nghĩa của các từ cấu tạo nên nó. Ngay cả khi nghĩa của tất cả các từ trong đó vẫn chưa thể đoán chắc nghĩa thành ngữ của cụm từ đó... Thành ngữ có tính hoàn chỉnh về nghĩa nhưng lại có tính chất tách biệt của các thành tố trong kết cấu, do đó nó hoạt động trong câu với tư cách tương đương với một từ cá biệt...” [4, tr.391].

Trong cuốn “Thành ngữ bốn yếu tố trong tiếng Việt hiện đại”, tác giả Nguyễn Văn Hằng quan niệm: “Đối với tiếng Việt, đã từ lâu người ta nhận thấy có những đơn vị có giá trị hình ảnh, tu từ, thường đặc trưng bởi những kiểu cấu trúc đặc biệt, có tiết tấu, vần điệu rõ ràng hoặc có cả lối lặp âm hài hòa.

Những đơn vị như thế thường được dùng với những mục đích tu từ, những phương tiện biểu cảm. Chúng xuất hiện và phát triển cùng với ngôn ngữ, gốc rễ của chúng thường ăn sâu vào quá khứ hằng bao thế kỉ. Đó chính là những thành ngữ.” [6, tr. 26].

Ở Việt Nam, trong các công trình nghiên cứu phân biệt giữa tục ngữ và thành ngữ, chúng ta thấy có một số khái niệm về thành ngữ như sau: trong công trình “Tục ngữ Việt Nam” của Chu Xuân Diên, Lương Văn Đang, Phương Tri (1993): “Tục ngữ và thành ngữ đều là những đơn vị ngôn ngữ ở dạng làm sẵn và khi được vận dụng vào ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết đều thể hiện được những đặc sắc của ngôn ngữ dân tộc, nhưng thành ngữ được dùng để diễn đạt các khái niệm, còn tục ngữ thì lại được dùng để diễn đạt những tư tưởng kết tinh những kinh nghiệm sống và lối suy nghĩ dân tộc về các vấn đề của cuộc sống” [3, tr.175]. Hay theo quan niệm của tác giả Vũ Ngọc Phan: “Tục ngữ là một câu tự nó diễn trọn vẹn một ý, một nhận xét, một kinh nghiệm, một luân lý, một công lý, có khi là một sự phê phán. Còn thành ngữ là một phần câu sẵn có, nó là một bộ phận của câu mà nhiều người quen dùng, nhưng tự riêng nó không diễn được một ý trọn vẹn” [10, tr.39].

Có thể thấy rằng cho đến nay, các nhà Việt ngữ học đã đưa ra khá nhiều định nghĩa về thành ngữ tiếng Việt và chủ yếu chia ra thành ba nhóm cơ bản như sau:

- Thành ngữ là một bộ phận của ngữ cố định và có chức năng định danh, có tính ổn định về mặt cấu trúc và hoàn chỉnh về mặt nghĩa.

- Thành ngữ là bộ phận của ngữ cố định, ngoài tính ổn định về mặt cấu trúc và hoàn chỉnh về nghĩa ra, thành ngữ còn có tính hình tượng.

- Thành ngữ là đơn vị của ngôn ngữ và văn hóa. Thành ngữ là những cụm từ cố định, là đơn vị có sẵn trong kho từ vựng, có

chức năng định danh, gọi tên sự vật và phản ánh khái niệm một cách gọi tả bóng bẩy; có hiệu năng trong giao tiếp và là đơn vị ngôn ngữ văn hóa.

Nhìn chung, cách nhìn nhận về thành ngữ trong tiếng Việt có tính thống nhất cao. Tuy chung lại có thể thấy thành ngữ có những đặc điểm cơ bản sau:

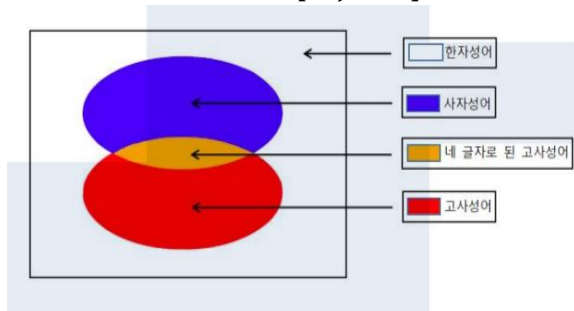
- Là bộ phận tiêu biểu của ngữ cố định;
- Có cấu trúc hình thái ổn định, hoàn chỉnh và bóng bẩy về mặt ngữ nghĩa, thường mang theo nét nghĩa biểu trưng;
- Có văn phong khẩu ngữ và thường có vần điệu;
- Là đơn vị ngôn ngữ văn hóa.

2.2. Khái niệm thành ngữ bốn thành tố

Theo định nghĩa trong “표준국어대사전” (Đại từ điển quốc ngữ chuẩn, 2019): “Thành ngữ bốn thành tố (사자성어) là thành ngữ được cấu tạo từ bốn thành tố (bốn chữ), có nguồn gốc lịch sử hình thành lâu đời và chứa đựng các bài học giáo huấn”. Theo “한국어대사전” (Đại từ điển tiếng Hàn, 2009): “Thành ngữ bốn thành tố là một cụm từ được sử dụng quen thuộc, rộng rãi gồm bốn chữ (자)”. Trong cuốn “두산백과사전” (Bách Khoa toàn thư Doosan, 2000), thành ngữ bốn thành tố được định nghĩa như sau: “Thành ngữ bốn thành tố là cụm từ được cấu tạo từ bốn thành tố (bốn chữ Hán) trong số các thành ngữ tiếng Hán”.

Theo Viện Ngôn ngữ Quốc gia Hàn Quốc, khái niệm thành ngữ bốn chữ trong tiếng Hàn được hiểu là những thành ngữ được hình thành bởi bốn chữ Hán, có nguồn gốc từ rất lâu đời và chứa đựng các bài học giáo huấn, truyền kinh nghiệm. Thông thường, các thành ngữ được cấu thành từ bốn chữ, tuy nhiên cũng có những thành ngữ 2, 3 chữ, dài thì là 8 chữ. Thành ngữ của Hàn Quốc bao gồm thành ngữ bốn chữ (사자성어), thành ngữ cổ sự (고사성어) và thành ngữ chữ Hán (한자성어). Chúng ta có thể thấy được mối quan hệ giữa ba loại thành ngữ này thông qua hình sau:

<Hình 1> Mối quan hệ giữa thành ngữ bốn chữ, thành ngữ cổ sự và thành ngữ chữ Hán [17, tr.17]



Nhìn vào bảng trên, chúng ta thấy phần màu đỏ là thành ngữ cổ sự, phần màu xanh là thành ngữ bốn chữ, phần màu vàng là phần trùng khít giữa thành ngữ cổ sự và thành ngữ bốn chữ. Nó chính là thành ngữ cổ sự được cấu tạo từ bốn thành tố (bốn chữ). Còn thành ngữ chữ Hán là những thành ngữ được tạo thành từ Hán tự. Số lượng chữ của thành ngữ có thể dao động từ 2 đến 8 chữ. Thành ngữ cổ sự có nguồn gốc từ các tích truyện xưa và không giới hạn số lượng chữ. Thành ngữ bốn chữ khác với thành ngữ cổ sự ở chỗ đó là những thành ngữ được cấu thành từ 4 chữ Hán. Có nghĩa là thành ngữ bốn chữ trước hết được cấu thành bởi từ tiếng Hán, số lượng chữ cố định trong 4 chữ và nguồn gốc không phải từ trong các câu chuyện xa xưa.

3. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

3.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu tại Việt Nam

Tại Việt Nam, các bài nghiên cứu, khảo sát, luận văn liên quan đến đề tài thành ngữ, tục ngữ tiếng Hàn cũng hết sức phong phú. Trong đó có thể kể đến “*Quan niệm về tình cảm vợ chồng trong tục ngữ, thành ngữ Hàn và Việt*” của tác giả Nguyễn Thị Hồng Hạnh đăng trên Tạp chí Đông Bắc Á số 7 (149), 2013; “*Quan niệm về giới của người Hàn và người Việt qua tục ngữ, thành ngữ*” của Nguyễn Thị Hồng Hạnh đăng trên Tạp chí

Hàn Quốc số 3 (9), 2014; “*Quan hệ cha mẹ - con cái qua tục ngữ của người Việt và người Hàn*” của Nguyễn Thị Hồng Hạnh, 2015; “*Giá trị biểu trưng của tục ngữ tiếng Hàn có yếu tố chỉ con gà*”, “*Nghiên cứu tục ngữ tiếng Hàn có yếu tố chỉ động vật (trọng tâm là rắn, dê/cừu và khỉ)*” của Hoàng Thị Yên, 2018; “*Đôi nét về ẩm thực Hàn Quốc qua một số câu tục ngữ*” của Nguyễn Thị Nga, 2018; “*Hình ảnh về ngoại hình của người phụ nữ Hàn Quốc qua tục ngữ*” Mai Thị Mỹ Trinh, 2018; “*Nghiên cứu tục ngữ tiếng Hàn có yếu tố chỉ con hổ*” Hoàng Thị Yên, 2020; v.v... Những năm qua, thành ngữ, tục ngữ tiếng Hàn vẫn tiếp tục là đề tài nghiên cứu của rất nhiều báo cáo khoa học, khóa luận tốt nghiệp và luận văn thạc sỹ. Những đề tài luận văn liên quan đến so sánh, đối chiếu thành ngữ, tục ngữ Hàn - Việt trong những năm gần đây có thể kể đến như: “*Nghiên cứu đối chiếu thành ngữ Hàn - Việt có yếu tố chỉ tên gọi động vật (nhìn từ góc độ ngôn ngữ - văn hóa)*” của Lê Thị Thương, 2009; “*So sánh, đối chiếu các thành ngữ tiếng Hàn và tiếng Việt chứa từ chỉ bộ phận cơ thể*” của Choi Hyo-ju, 2012; “*Văn hóa ứng xử của người Hàn Quốc qua tục ngữ, thành ngữ (So sánh với Việt Nam)*” của Nguyễn Thị Hồng Hạnh, 2013; “*Thành ngữ, tục ngữ Hàn Quốc nói về động vật và thực vật (Một vài so sánh với Việt Nam)*” của Lê Thị Hương, 2015; v.v... Những nghiên cứu này chủ yếu đi sâu vào chất liệu tạo nên thành ngữ, tục ngữ như: các thành ngữ chứa từ chỉ bộ phận cơ thể; thành ngữ, tục ngữ chỉ động vật; thành ngữ, tục ngữ chứa các từ thuộc trường nghĩa chất liệu tự nhiên .v.v... Về mảng thành ngữ bốn thành tố có thể kể đến các nghiên cứu như: “*Nghiên cứu đặc điểm hình thái của thành ngữ gốc Hán trong tiếng Hàn*” của Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2015; “*So sánh thành ngữ gốc Hán bốn yếu tố trong tiếng Hàn và tiếng Việt*” của Trần Thị Thảo Nguyên,

2017; “*Tìm hiểu thành ngữ gốc Hán trong tiếng Việt và tiếng Hàn*” của Moon Jung-bin, 2018.

Nghiên cứu của Lê Thị Thương (2009) đi sâu vào việc phân loại thành ngữ có thành tố cấu tạo là tên gọi động vật về mặt cấu trúc. Từ đó đối chiếu ngữ nghĩa của thành ngữ Hàn - Việt có thành tố cấu tạo là tên gọi động vật, đối chiếu giá trị biểu trưng của động vật qua thành ngữ Hàn - Việt từ góc độ văn hóa. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Hạnh (2013) tập trung vào hướng nghiên cứu văn hóa dân tộc thể hiện qua kho tàng tục ngữ, thành ngữ và trọng tâm vào văn hóa ứng xử trong quan hệ gia đình (bao gồm quan hệ vợ - chồng, quan hệ cha mẹ - con cái, quan hệ anh chị - em) cùng với văn hóa ứng xử trong quan hệ xã hội (bao gồm quan hệ vua - tôi, quan - dân, quan hệ bạn bè, quan hệ hàng xóm, quan hệ đồng bào, quan hệ về giới, quan hệ người trên - người dưới). Nghiên cứu của Lê Thị Hương (2015) khai thác đề tài về nghĩa biểu trưng của hình ảnh các loài động vật tiêu biểu (bò, ngựa, hổ báo, gà, chuột) và thực vật (đậu, cây, hoa, bầu bí, gạo) trong thành ngữ, tục ngữ tiếng Hàn (so sánh với thành ngữ, tục ngữ tiếng Việt). Nghiên cứu của Nguyễn Thị Thanh Huyền (2015) tập trung nghiên cứu đặc điểm hình thái của thành ngữ; Trần Thị Thảo Nguyên (2017) tập trung tìm hiểu, phân tích ý nghĩa - hình thái của thành ngữ gốc Hán bốn yếu tố để phân loại, so sánh theo 3 hạng mục: thành ngữ gốc Hán bốn yếu tố đồng hình đồng ý; thành ngữ gốc Hán bốn yếu tố đồng hình dị ý; thành ngữ gốc Hán bốn yếu tố dị hình đồng ý trong tiếng Hàn - tiếng Việt. Nghiên cứu của Moon Jung-bin (2018) tập trung nghiên cứu về mặt hình thái, cấu trúc và ngữ nghĩa của thành ngữ gốc Hán trong kho tàng thành ngữ của Việt Nam và Hàn Quốc.

Có thể thấy tại Việt Nam, các công trình nghiên cứu về thành ngữ, tục ngữ tiếng

Hàn (đối chiếu với tiếng Việt) cho đến nay khá là phong phú. Tuy nhiên chưa có nhiều đề tài nghiên cứu một cách có hệ thống, chuyên biệt về mảng thành ngữ bốn chữ (사자성어). Đây là một mảng đề tài còn bỏ ngỏ, đòi hỏi các nhà nghiên cứu tiếp tục tìm tòi, khai thác để cho ra đời các sản phẩm, các nguồn tài liệu tham khảo hữu ích cho những người học và nghiên cứu về ngôn ngữ, văn hóa Hàn Quốc.

3.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu tại Hàn Quốc

Phạm vi nghiên cứu về thành ngữ bốn thành tố (thành ngữ bốn chữ) của Hàn Quốc chủ yếu có thể chia thành các nhóm thành ngữ về các từ chỉ màu sắc, thành ngữ có yếu tố chỉ chữ số, thành ngữ có yếu tố chỉ động vật và thành ngữ có yếu tố chỉ con người.

Theo số liệu thống kê trên trang riss.kr (학술연구정보서비스) - trang web lớn nhất của Hàn Quốc chuyên cập nhật và cung cấp các thông tin liên quan đến tình hình nghiên cứu học thuật - có tổng cộng 1.582 các tài liệu nghiên cứu liên quan đến chủ đề thành ngữ bốn chữ (tính đến thời điểm 03.2023). Trong đó có 192 bài báo đăng tại các tạp chí trong nước, 233 luận văn, luận án, 1.143 sách xuất bản và 14 báo cáo nghiên cứu. Các tài liệu nghiên cứu về thành ngữ bốn chữ tại Hàn Quốc tương đối nhiều. Tuy nhiên, các nghiên cứu so sánh đối chiếu thành ngữ chủ yếu tập trung vào mảng thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung, chưa có các nghiên cứu so sánh đối chiếu thành ngữ Hàn - Việt.

Nếu xét các nghiên cứu về thành ngữ bốn chữ ở tầm vĩ mô, có thể kể đến các nghiên cứu của Kwon-ik (1996), Jeon Hyeon-suk (2001), Lee Kye-yo (2002), Kim Mi-yeong (2003), Ho Chuy-yuol (2003)... Các nghiên cứu này tập trung vào nội dung đối chiếu hình thái và ý nghĩa của thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung. Trong số đó, ngoài nghiên cứu của Kim Mi-yeong

(2003), các nghiên cứu còn lại đều đối chiếu thông qua nguồn gốc của các thành ngữ bốn chữ. Kwon-ik (1996), Jeon Hyeon-suk (2001), Lee Kye-yo (2002) phân tích nghiên cứu dựa trên các thành ngữ đồng ý dị hình (동의이형 - giống nhau về mặt ý nghĩa nhưng khác nhau về hình thức biểu đạt). Ngoài ra, trong nghiên cứu của Kim Mi-yeong (2003) còn tiến hành khảo sát cụ thể và chia thành ngữ bốn chữ thành các nhóm đồng hình (동형) và dị hình (이형). Trong nhóm thành ngữ đồng hình lại chia cụ thể thành đồng hình đồng ý (동형동의 - giống nhau cả về mặt hình thức và ý nghĩa) và đồng hình dị ý (동형이의 - giống nhau về mặt hình thức nhưng khác nhau về mặt ý nghĩa). Trong nhóm thành ngữ dị hình chia thành dị hình bộ phận (부분이형) và dị hình toàn bộ (완전이형).

Nghiên cứu của Ho Chuy-yuol (2003) phân tích thành ngữ bốn chữ thông qua các câu ví dụ, nghiên cứu thành ngữ bốn chữ kết hợp với dạng thức ‘-하다’ và ‘-되다’, thành ngữ bốn chữ biến đổi thành dạng thức tính từ trong câu, thành ngữ bốn chữ đảm nhận vai trò như một phó từ trong câu v.v...

Mặt khác, trong các nghiên cứu của Hoàng Thiều Hà (2012), Bom Hye-mae (2013) đều là những nghiên cứu với đối tượng nghiên cứu là các thành ngữ bốn chữ đặc trưng của Hàn Quốc nhưng đi theo hai hướng nghiên cứu khác nhau. Nếu như nghiên cứu của Hoàng Thiều Hà (2012) theo hướng nghiên cứu về các phương án giảng dạy văn hóa thông qua thành ngữ thì nghiên cứu của Bom Hye-mae (2013) lại dựa trên cấu trúc trật tự từ trong tiếng Hàn và tiếng Trung để đối chiếu đặc trưng cấu trúc trật tự từ giữa hai ngôn ngữ. Cụ thể, trong nghiên cứu của Hoàng Thiều Hà (2012) chỉ ra phương án giảng dạy văn hóa Hàn Quốc thông qua các thành ngữ bốn chữ đặc trưng của Hàn Quốc cho đối tượng học sinh người Trung Quốc. Tác giả đã sử dụng

293 thành ngữ bốn chữ đặc trưng của Hàn Quốc trong cuốn “Hán ngữ đại từ điển” và thêm 294 thành ngữ bổ sung do tác giả tự tập hợp. Từ đó, tác giả sắp xếp, điều chỉnh độ khó của các thành ngữ cho phù hợp với năng lực của học sinh Trung Quốc, phù hợp với các tiêu chuẩn của sách giáo khoa tiếng Hàn và đề thi đánh giá năng lực tiếng Hàn (TOPIK), đề xuất phương án dạy văn hóa thông qua thành ngữ. Trong khi đó, Bom Hye-mae (2013) nghiên cứu về hình thái và ý nghĩa của các thành ngữ bốn chữ đặc trưng của Hàn Quốc. Tác giả đã sử dụng cuốn “Đại từ điển thành ngữ bốn chữ tiếng Hàn”, “Đại từ điển tiếng Hàn chuẩn”, “Từ điển tiếng Trung hiện đại” làm tài liệu tham khảo chính và chia thành ngữ thành 4 loại chính dựa theo sự khác biệt và thứ tự phân bố của thành ngữ bốn chữ tiếng Trung. Phân loại thành ngữ theo nguồn gốc xuất hiện từ trong các câu chuyện lịch sử, văn bản cổ, điển cố và tục ngữ thuần Hàn. Về cấu trúc trật tự từ phân loại thành hai nhóm: thành ngữ được cấu tạo theo trật tự từ tiếng Trung và thành ngữ được cấu tạo theo trật tự từ tiếng Hàn.

Về mảng nghiên cứu liên quan đến thành ngữ bốn chữ có chứa các từ chỉ màu sắc, có thể kể đến các nghiên cứu của Lim Hyeon-suk (2010), Jin Choi-choi (2018). Đối tượng nghiên cứu của tác giả Lim Hyeon-suk (2010) là các từ chỉ màu sắc xuất hiện trong thành ngữ bốn chữ của Trung Quốc. Thành ngữ bốn chữ liên quan đến các từ chỉ màu sắc tác giả đã tham khảo trong “Từ điển thành ngữ Trung Quốc” của Vương Đào (2007) và “Từ điển Hán - Hàn” xuất bản tại Hàn Quốc năm 2003. Tác giả đã phân tích các biểu tượng văn hóa xuất hiện trong thành ngữ bốn chữ có chứa từ chỉ màu sắc, từ đó chỉ ra mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa; tập hợp và phân tích ý nghĩa mang tính biểu trưng của các màu “đỏ, xanh, trắng, đen, vàng”. Còn với nghiên cứu của Jin Choi-

choi (2018), tác giả tập trung vào thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung liên quan đến các từ chỉ màu sắc. Tác giả sử dụng tài liệu tham khảo là cuốn “Đại từ điển thành ngữ tiếng Trung”, “Từ điển thành ngữ Hán Hàn”, “Đại từ điển thành ngữ bốn chữ”, phân tích ý nghĩa biểu trưng về mặt văn hóa có trong thành ngữ bốn chữ liên quan đến các từ chỉ màu sắc và từ đó chỉ ra mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa. Trong nghiên cứu của Lim Hyeon-suk (2010), tác giả đã sắp xếp các từ chỉ màu sắc thành các nhóm “Lục lam / xanh lục, đỏ / đỏ, vàng, trắng, đen” và so sánh, đối chiếu cụ thể về sự khác biệt trong cấu trúc ngôn ngữ Hàn - Trung, ảnh hưởng về mặt tâm lý xã hội, ảnh hưởng về chính trị v.v... từ đó đề xuất các phương án dạy thành ngữ bốn chữ có chứa các từ chỉ màu sắc trong quá trình giảng dạy về văn hóa Hàn Quốc.

Mảng nghiên cứu về thành ngữ bốn chữ có yếu tố chỉ động vật cũng được nhiều nhà nghiên cứu Hàn Quốc quan tâm với những nghiên cứu phong phú, đa dạng. Tiêu biểu có thể kể đến nghiên cứu của Jang Bung (2015), Yu Jeong-sa (2018). Nghiên cứu của Jang-bung (2015) tập trung thống kê, phân tích về mặt hình thái và ý nghĩa các thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung có yếu tố chỉ động vật. Đồng thời so sánh, đối chiếu điểm tương đồng và khác biệt về mặt văn hóa của Hàn Quốc và Trung Quốc thông qua hình ảnh các con vật như: ngựa, rồng, hổ, bò, cá, chó, gà, chuột, chim, dê... Mặt khác, tác giả cũng đề cập đến việc lựa chọn và vận dụng thành ngữ bốn chữ có yếu tố động vật trong giảng dạy văn hóa Hàn Quốc. Khác với nghiên cứu của Jang-bung, Yu Jeong-sa (2018) nghiên cứu đối chiếu với đối tượng nghiên cứu là thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung có yếu tố chỉ động vật dựa trên cơ sở ngữ liệu lấy từ “Từ điển thành ngữ bốn chữ” của Hàn Quốc và “Từ điển thành ngữ Trung Quốc”, chia thành các

nhóm thành ngữ liên quan đến ngựa, hổ, rồng, bò, chó, từ đó so sánh ý nghĩa biểu trưng về mặt văn hóa.

Một mảng nghiên cứu về thành ngữ bốn chữ nữa mà cũng được các nhà nghiên cứu Hàn Quốc quan tâm, đó chính là thành ngữ bốn chữ dạng thức phủ định. Trong một nghiên cứu so sánh thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung dạng thức phủ định của Hyeon Seong-jun (2015), tác giả đã nghiên cứu đối chiếu thành ngữ bốn chữ tiếng Hàn trong thành phần cấu tạo có chứa các từ phủ định kết hợp với trợ từ và thành ngữ bốn chữ tiếng Trung có chứa các từ phủ định. Từ đó tìm ra điểm tương đồng và dị biệt giữa Hàn Quốc và Trung Quốc thông qua thành phần cấu tạo và cấu trúc ngữ pháp của các thành ngữ.

Tổng kết lại những nội dung trên, chúng ta thấy các nghiên cứu của Kwon-ik (1996), Jeon Hyeon-suk (2001), Lee Kye-yo (2001) tập trung về mặt nguồn gốc xuất xứ, hình thái và ý nghĩa của thành ngữ bốn chữ. Nghiên cứu của Jang-bung (2015) đề xuất phương án giảng dạy văn hóa Hàn Quốc thông qua thành ngữ bốn chữ. Nghiên cứu của Ho Chuy-uol (2003) và Beom Hye-mae (2013) nghiên cứu chi tiết dạng thức của thành ngữ bốn chữ với vai trò như một thành phần cấu tạo câu. Còn nghiên cứu của Hyeon Seong-jun (2015) nghiên cứu đối chiếu thành phần cấu tạo và cấu trúc ngữ pháp của thành ngữ bốn chữ Hàn - Trung dạng thức phủ định.

4. KẾT LUẬN

Thông qua phần tổng quan nghiên cứu về thành ngữ bốn thành tố tiếng Hàn (사자성어) tại Việt Nam và Hàn Quốc, có thể thấy các nghiên cứu về thành ngữ, đặc biệt là thành ngữ bốn thành tố đều tập trung vào mảng cấu trúc, ngữ nghĩa của thành ngữ và chủ yếu so sánh đối chiếu giữa thành ngữ tiếng Hàn với tiếng Trung, có rất ít nghiên cứu so sánh giữa thành ngữ bốn thành tố

tiếng Hàn và tiếng Việt. Đây chính là một mảng nghiên cứu còn bỏ ngỏ đòi hỏi các nhà nghiên cứu của hai nước tiếp tục đầu tư công sức và thời gian tìm tòi, khai thác. Trên cơ sở tiếp thu thành quả của những đề tài nghiên cứu có tính chất gợi mở trước đó, các nghiên cứu trong thời gian sắp tới có thể hướng đến nghiên cứu đối chiếu thành ngữ bốn thành tố Hàn - Việt (hướng bình diện ngữ nghĩa xã hội, văn hóa). Trong đó tập trung đối chiếu về mặt ngữ nghĩa (chủ yếu là nghĩa xã hội, văn hóa). Từ đó chỉ ra những điểm tương đồng và dị biệt trong văn hóa cũng như xã hội giữa hai quốc gia Việt Nam và Hàn Quốc. Những nghiên cứu này có giá trị và ý nghĩa sâu sắc trong việc dạy học tiếng Hàn và nghiên cứu về ngôn ngữ, văn hóa Hàn Quốc như một ngữ liệu có sức thuyết phục, đóng góp thực tiễn trong việc biên soạn sách giáo khoa, biên soạn từ điển tiếng Hàn, đồng thời giúp nâng cao khả năng tiếng cho đối tượng người học tiếng Hàn tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Mai Ngọc Chừ, Vũ Đức Nghiệu, Hoàng Trọng Phiến (1997), *Cơ sở ngôn ngữ học và Tiếng Việt*, NXB. Giáo dục, Hà Nội.
2. Nguyễn Đức Dân (1986), *Ngữ nghĩa thành ngữ và tục ngữ - sự vận dụng*, Ngôn ngữ số (3).
3. Chu Xuân Diên, Lương Văn Đang, Phương Tri (1993), *Tục ngữ Việt Nam*, NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
4. Nguyễn Thiện Giáp (1985), *Từ vựng học tiếng Việt*, NXB. Đại học và Trung học chuyên nghiệp, Hà Nội.
5. Hoàng Văn Hành chủ biên (1994), *Kể chuyện thành ngữ, tục ngữ*, NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
6. Nguyễn Văn Hằng (1999), *Thành ngữ bốn yếu tố trong tiếng Việt hiện đại (Những đặc điểm về cấu trúc và ngữ nghĩa)*, NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
7. Nguyễn Văn Mệnh (1972), *Về ranh giới giữa thành ngữ và tục ngữ*, Ngôn ngữ (3).
8. Đái Xuân Ninh (1978), *Hoạt động của từ tiếng Việt*, NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
9. Nguyễn Thị Nhung (2008), *Khảo sát thành ngữ tiếng Việt trong sách giáo khoa từ lớp 1 đến lớp 12*, Luận văn thạc sĩ Ngôn ngữ học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQGHN, Hà Nội.
10. Vũ Ngọc Phan (1994), *Tục ngữ, ca dao, dân ca Việt Nam* (in lần thứ 10), NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
11. Lê Thị Thương (2009), *Nghiên cứu đối chiếu thành ngữ Hàn - Việt có yếu tố chỉ tên gọi động vật (nhìn từ góc độ ngôn ngữ - văn hóa)*, Luận văn thạc sĩ chuyên ngành Châu Á học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQGHN, Hà Nội.
12. Nguyễn Như Ý (chủ biên) (2001), *Từ điển giải thích thuật ngữ Ngôn ngữ học*, NXB. Giáo dục, Hà Nội.
13. Nguyễn Như Ý, Phan Xuân Thành, Nguyễn Văn Khang (1994), *Từ điển thành ngữ Việt Nam*, NXB. Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

Tài liệu tiếng nước ngoài

14. Choi Kyong Bong, Park Yong Jun (1996), “관용어 사전” (Từ điển thành ngữ), NXB Thae Hak Sa.
15. Kim Seon Jeong (2007), “살아 있는 한국어 관용어” (Thành ngữ tiếng Hàn sống động), NXB Korea Language Plus.
16. Choi Hyo Ju (2012), “Thành ngữ chứa các từ chỉ bộ phận cơ thể trong tiếng Hàn - trọng tâm là bộ phận đầu, đối chiếu với thành ngữ tiếng Việt”, Luận văn Thạc sĩ Ngôn ngữ học, trường Đại học Sư phạm Hà Nội.
17. Son Ly Ly (2019), *한-중 인간관계 사자성어의 매조 연구*, Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành Ngôn ngữ Văn hóa Hàn Quốc, trường Đại học Sangmyung, Hàn Quốc.
18. Kim Seo Yon (2004), “속담, 사자성어, 관용어 사전” (Từ điển tục ngữ, thành ngữ 4 chữ, thành ngữ), NXB Văn học.

Trang web

우리말샘 (<http://opendict.korean.go.kr/>)
국립국어원 <표준한국어대사전>
(<https://stdict.korean.go.kr/>)
두산백과사전 (doopedia.co.kr)

Abstract**OVERVIEW OF RESEARCH ON
FOUR-CHARACTER IDIOMS IN
KOREAN LANGUAGE**

PhD Candidate. Nguyen Thuy Duong
VNU - University of Foreign Languages
and International studies

For a long time, idioms and proverbs have been studied from different angles brought about many interesting things. The article focuses on four- character idioms in Korean language (한국어 사자성어), presents an overview of reseach on idioms and proverbs in Vietnam and abroad. The article has surveyed and gathered previous research works on idioms to come up with an accurate distinction between four-character idioms (사자성어), ancient idioms

(고사성어) and Chinese character idioms (한자성어). Through the overview of research on four- character Korean idioms, it can be seen that the studies on idioms, especially four- character idioms, all focus on the structure and semantics of idioms and mainly comparing and contrasting Korean idioms with Chinese. There have not been many comparative studies between Korean and Vietnamese four- character idioms. Therefore, this research area is still open that requires researchers of the two countries continue to make their effort and time in exploring and researching on this field.

Keywords: proverbs, idioms, four- character idioms, ancient idioms, Chinese character idioms

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).

TÌM HIỂU BÀI THƠ ‘서시’ (THI ĐỀ) CỦA NHÀ THƠ YUN DONG JU VÀ SO SÁNH TÂM HỒN THƠ TRONG CÁC TÁC PHẨM THƠ CỦA YUN DONG JU VỚI NHÀ THƠ LƯU QUANG VŨ

Phạm Quỳnh Giao*

Tóm tắt

Trong quyển “Đại từ điển Choseon” (조선대백과사) có viết “Yun Dong Ju là một nhà thơ yêu nước vừa lo lắng cho vận mệnh của tổ quốc đầy bất hạnh vừa khát khao cuộc sống chân chính và chuẩn bị tinh thần đấu tranh trên con đường đó”. Có thể thấy Yun Dong Ju là một trong những nhà thơ yêu nước tiêu biểu của thời kỳ cuối cùng trong nền văn học thơ ca tiến bộ Hàn Quốc trước giải phóng. Yun Dong Ju là một nhà thơ trẻ và các tác phẩm thơ của ông nhẹ nhàng, sâu sắc nhưng thể hiện được tinh thần đối kháng kiên cường đối với phát xít Nhật. Một trong những tác phẩm tiêu biểu của ông là bài thơ “서시”(tạm dịch: Thi đề). Phân tích bài thơ “Thi đề”, người đọc có thể hiểu thêm về tinh thần thơ của tác giả, hiểu hơn về tinh thần của những người trẻ thời kỳ phát xít Nhật chiếm đóng. Ngoài ra bài viết liên hệ thơ của Yun Dong Ju và các tác phẩm thơ của Lưu Quang Vũ để tìm ra những sự tương đồng trong tinh thần thơ của hai nhà thơ sống ở hai thời kỳ khác nhau nhưng có những nỗi trăn trở về cuộc sống.

Từ khóa: Yun Dong Ju, Thi đề, Văn học Hàn Quốc, Thơ ca Hàn Quốc, Lưu Quang Vũ

I. Đặt vấn đề

“죽는 날까지 하늘을 우러러
한 점 부끄럼이 없기를”

Hai câu thơ mở đầu trong bài thơ “서시” (tạm dịch: Thi đề) của nhà thơ 윤동주(Yun Dong-ju)- tác phẩm đầu tiên của tập thơ “하늘과 바람과 별과 시” (Bầu trời, Gió, Sao và Thơ) dường như bao trùm toàn bộ hồn thơ của nhà thơ thể hiện trong tập thơ. Ở đây tác giả tạm dịch tên tiếng Việt là “Thi đề” vì theo âm Hán, 서시 (序詩) là lời nói đầu của một tập thơ. Nên “시” ở đây là “thi” tức thơ ca, còn “서” là “đề: tức tiền đề mở đầu. Đây là tập thơ chứa đựng nỗi niềm hờ thẹn, khổ đau của một nhà thơ sống trong một giai đoạn đất nước bị chiếm đóng, cũng như chứa đựng tình yêu thiên nhiên, đất nước con người và niềm hy vọng sống một cuộc sống không bao giờ hờ thẹn như chính câu mở đầu của bài thơ “Cho đến ngày trở về với đất mẹ, tôi nguyện ước được nhìn trời bằng tám lòng vẹn nguyên không hờ thẹn”

Bằng tất cả tình cảm dành cho cuộc sống, bằng tất cả nỗi niềm cho một dân tộc bị đô hộ bởi Đế quốc Nhật Bản mà ở đó nỗi nhớ quê hương hay không đổi tên họ theo Nhật cũng bị coi là tội lớn, Yun Dong Ju đã để lại cho thế hệ sau những giá trị tinh thần quý giá về một tuổi trẻ không khuất phục, luôn tha thiết sống một cuộc sống trong sạch, hiên ngang với đất trời. Tất cả đều được thể hiện rõ nét ở các tác phẩm trong tập thơ “하늘과 바람과 별과 시” (Bầu trời, Gió, Sao và Thơ) nói chung và bài thơ “Thi đề” nói riêng. Bài viết tập trung phân tích

* Thạc sĩ; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: quynhgio201187@gmail.com

các hình ảnh ẩn dụ trong tác phẩm “Thi đề” của Yun Dong Ju để hiểu rõ hơn tâm hồn thơ của tác giả. Qua đó giúp người đọc nói chung và người học tiếng Hàn nói riêng có thể hiểu hơn về tinh thần thơ của một trong các nhà thơ yêu nước tiêu biểu của thời kỳ cuối cùng trong nền văn học thơ ca tiến bộ trước giải phóng. Ngoài ra, tác giả liên hệ tinh thần thơ của Yun Dong Ju và tinh thần thơ của tác giả Lưu Quang Vũ để tìm ra những sự tương đồng của hai nhà thơ sống trong hai thời kỳ khác nhau nhưng có những niềm trăn trở về cuộc sống.

II. Tác giả

Yun Dong Ju là một nhà thơ Hàn Quốc, sinh ngày 30/12/1917 tại làng Myeongdong (Minh Đông), Bukgando (Bắc Gian Đảo), Mãn Châu, Đông Bắc Trung Quốc. Năm 1925, ông học trường tiểu học Myeongdong và đã xuất bản tờ văn nghệ “신명동” (Tân Minh Đông) đăng các bài thơ ca thiếu nhi trên đó. Ông là người yêu văn học từ nhỏ, ông đã từng chống đối lại cha mình, một người phản đối con mình đi theo con đường văn học. Sau đó, ông học ngành văn ở trường Cao đẳng Yonhee (Nay là trường đại học Yonsei) và đến năm 1939 ông chính thức bước vào diễn đàn văn học. Ngày 27 tháng 12 năm 1941, ông tốt nghiệp và có ý định xuất bản tập thơ “하늘과 바람과 별과 시” (Bầu trời, Gió, Sao và Thơ) gồm những bài thơ được viết khi ông rảnh rỗi, nhưng những tập thơ đó đã không được kiểm duyệt để xuất bản.

Tháng 3 năm 1942, ông sang Nhật, vào học khoa Anh văn, ngành Văn học, đại học Tokyo Rikkyo nhưng đến tháng 10 ông chuyển sang học khoa Văn học Anh tại trường Đại học Doshisha, thành phố Kyoto. Tại đây ông đã phải đổi tên mình thành Hiranuma và chưa đầy 1 năm sau khi học ở đại học Doshisha ông phải thôi học. Tháng 7 năm 1943, Yun Dong Ju bị bắt với tội danh tiến hành phong trào vận động kháng Nhật. Ông bị tuyên án 2 năm tù khổ sai và bị giam tại nhà tù Fukuoka, Nhật Bản. Cuối cùng ông đã chết trong tù vào ngày 16/2/1945, chỉ mấy tháng trước khi đất nước được giải phóng. Tại thời điểm đó, thơ của ông vẫn chưa được độc giả Hàn Quốc biết đến. Chỉ đến thời điểm Gang Cheo Jung- một người bạn của Yun Dong Ju gửi tập thơ của ông cho nhà thơ Jeong Ji Young- một cây bút lớn lúc bấy giờ thì đến tháng 2 năm 1947 nhà thơ Jeong Ji Young đã giúp cho tác phẩm “Văn thơ để viết” lần đầu được ra mắt công chúng.

III. Tác phẩm

Nhắc đến tập thơ “하늘과 바람과 별과 시” (Bầu trời, Gió, Sao và Thơ), không thể không nhắc đến bài thơ mở đầu mang tên “Thi đề” sáng tác ngày 20/11/1941. Bài thơ dường như đã thể hiện toàn bộ nội tâm của ông. Một người trẻ mang nặng nỗi hờ thẹn và rất nhiều nỗi niềm riêng. Nhưng dù trong hoàn cảnh khắc nghiệt, tâm hồn đó vẫn luôn tràn đầy tình yêu thương và hy vọng về một cuộc sống tự do tươi sáng như ánh sao trên bầu trời kia.

서시

죽는 날까지 하늘을 우러러
한 점 부끄럼이 없기를
앞 새에 이는 바람에도
나는 피로워했다
별을 노래하는 마음으로
모든 죽어가는 것을 사랑해야지
그리고 나한테 주어진 길을 걸어가야겠다
오늘밤에도 별이 바람에 스치운다

1941.11.20

Thi đề

Cho đến ngày trở về với đất mẹ, tôi nguyện
ước được nhìn trời bằng tám lòng vẹn
nguyên không hờ thẹn
Nhưng những chiếc lá rụng rời trong gió
Cũng đã làm trăn trở hồn tôi
Bằng nỗi niềm hát về những vì sao
Tôi phải yêu bao điều đang tàn phai đó
Và tôi biết mình sẽ phải vững bước trên
những chặng đường đã dành cho tôi
Đêm nay lại một đêm sao dạt qua làn gió.

Đây là tác phẩm biểu hiện rõ nỗi khổ tâm và cảm xúc của nhà thơ Yun Dong Ju, từ đó có thể thấy rõ tinh thần và thể giới thơ của ông. Khi đọc tác phẩm, người đọc sẽ cảm thấy nỗi buồn man mác ngay từ những dòng đầu tiên. Nỗi buồn tự phán xét bản thân, tự phán xét những lỗi lầm của bản thân, nỗi buồn vì không thể sống cuộc sống hiên ngang không hổ thẹn như bản thân mong muốn. Nhưng càng về cuối bài thơ, nỗi buồn đã chuyển thành ý chí sẽ yêu cuộc sống và sẽ luôn giữ vững quyết tâm sống cuộc sống của mình. Giọng thơ là lời độc thoại, tự bạch nói lên nỗi lòng, suy nghĩ, quyết tâm của chính mình.

Nhà thơ khắc họa tâm tư bản thân bằng hình ảnh “sao”, “gió”, “bầu trời” thông qua lối làm thơ tự do, trữ tình. Tinh thần thơ mang tính tự bạch, tự vấn bản thân thể hiện qua những hình ảnh tượng trưng.

죽는 날까지 하늘을 우러러
한 점 부끄럼이 없기를
앞 세에 이는 바람에도
나는 괴로워했다

Bố cục bài thơ có thể chia theo hình thức như sau. Từ dòng 1 đến dòng 4 thể hiện mong muốn về cuộc sống không hổ thẹn được kể theo thời quá khứ. Từ dòng 5 đến dòng 8 là ý chí về cuộc sống mình đang sống và hy vọng hướng đến một tương lai tốt đẹp hơn. Dòng 9 là hiện thực của tác giả. Chủ thể của bài thơ trong quá khứ là tôi, chủ thể trong tương lai cũng là tôi nhưng chủ thể của hiện tại lại là hình ảnh “ngôi sao”. Nhà thơ đã nhìn lại chính mình trong quá khứ, hướng đến tương lai và quay về hiện tại. Và ở hiện tại, hình ảnh ngôi sao cũng giống như hoàn cảnh thực tại của chính ông. Nhà thơ khắc họa tâm tư bản thân bằng hình ảnh “sao”, “gió”, “bầu trời” thông qua lối làm thơ tự do, trữ tình. Tinh thần thơ mang tính tự bạch, tự vấn bản thân thông qua những hình ảnh tượng trưng.

Khắc họa nỗi lòng trong quá khứ, nhà thơ viết rằng

Cho đến ngày trở về với đất mẹ, tôi nguyện
ước được nhìn trời bằng tám lòng vẹn
nguyên không hổ thẹn
Nhưng những chiếc lá rụng rời trong gió
Cũng đã làm trần trở hồn tôi

Phần đầu bài thơ có thể phân tách thành hai câu. “죽는 날까지 하늘을 우러러 한 점 부끄럼이 없기를” và “앞 세에 이는 바람에도 나는 괴로워했다”. Đầu tiên là ước nguyện mong muốn đến lúc chết của nhà thơ được mãi ngược nhìn bầu trời mà không có chút gì hổ thẹn. Hình ảnh bầu trời ở đây như một vầng hào quang, soi sáng tâm hồn nhà thơ, là cuộc sống tự do mà ai cũng muốn hướng đến. Người ta nói Yun Dong Ju là “nhà thơ luôn biết hổ thẹn”. Nỗi hổ thẹn của ông được thể hiện nhiều trong những tác phẩm khác của ông. Bộ phim “Dong Ju- Chân dung một nhà thơ” cũng nhắc đến chi tiết nhà thơ đứng trước hoàn cảnh phải đổi tên thật của mình thành tên Nhật, ông đã nói với thầy giáo rằng điều đó làm ông cảm thấy rất hổ thẹn. Đúng là nỗi hổ thẹn vẫn luôn đeo

bám ông nên nó đã được nhắc đến rõ ràng trong các tác phẩm của ông.

Cuộc sống không dễ ông được sống như chính những gì ông mong muốn, ông sống trong thời kỳ đất nước Hàn Quốc bị Nhật chiếm đóng, ông phải học tiếng Nhật, phải đổi tên thành tên Nhật, không được thể hiện tinh thần yêu nước nếu không sẽ bị coi là phạm tội, chính những điều đó đã khiến ông không ngừng hổ thẹn về cuộc sống của mình. Dù mong muốn một cuộc sống hiên ngang với đất trời, nhưng hoàn cảnh đã luôn khiến ông trần trở. Ngay cả những chiếc lá đang lung lay trong gió cũng làm ông buồn khổ. Hình ảnh chiếc lá lung lay trong gió có thể hiểu là hình ảnh một sự sống sắp tàn phai. Chiếc lá có thể tượng trưng cho chính những sinh linh của đất nước yếu thế ông

đang sống, cũng có thể hiểu đó chính là tâm hồn dễ tổn thương của ông. Hình ảnh “gió” xuất hiện trong dòng ba là yếu tố khiến chiếc lá sẽ lìa cành hay chính là đại diện cho đối tượng mang lại khổ đau, tuyệt vọng cho ông và đất nước ông. Nỗi buồn luôn đeo bám ông, cuộc sống này, thiên nhiên này,

별을 노래하는 마음으로
모든 죽어가는 것을 사랑해야지
그리고 나한테 주어진 길을 걸어가야겠다

Trong 3 dòng thơ này, chủ thể vẫn là tôi. Tôi với tấm lòng hát về những vì sao. “Những vì sao” ở đây tượng trưng cho sự trong sáng mà ông hằng theo đuổi, là lý tưởng, là ánh sáng của ông. Ánh sao dù bé nhỏ vẫn luôn chiếu sáng trong bầu trời đen tối, âm u. Với tấm lòng hát về những vì sao, nhà thơ thể hiện thái độ tích cực không ngừng ca ngợi cái đẹp, ca ngợi thiên nhiên hay chính là ca ngợi những lý tưởng mà ông luôn theo đuổi.

Chính vì thái độ theo đuổi lý tưởng thuần khiết, ông đã thể hiện một ý chí quyết tâm “모든 죽어가는 것을 사랑해야지” (phải yêu những gì đang dần chết đi). Chiếc lá đang lung lay - một sự sống gần chết đi hay toàn bộ dân tộc Hàn Quốc dưới chế độ cai trị của Nhật Bản đang héo mòn từng ngày. Nếu hình ảnh ngôi sao trên bầu trời là một hình ảnh vô hạn, bất biến thì hình ảnh “những điều đang chết đi” là hình ảnh hữu hạn, thể hiện tình cảnh bi thương của dân tộc Hàn Quốc phải gánh chịu nỗi đau đô hộ lúc bấy giờ. “죽어가는 것” là một cái chết dần, chết mòn đã luôn làm ông thấy khổ đau, nhưng ở câu thơ này ông đã thể hiện ý chí phải yêu tất cả những điều đang chết đó. Vĩ tố kết thúc câu “-아/어야겠다” giống như một sự nhắc nhở bản thân về một sự thật hiển nhiên cần phải thực hiện. Và ông khẳng định thêm “그리고 나한테 주어진 길을 걸어가야겠다” (Tôi phải bước đi trên con đường đã dành cho tôi). Con đường này có thể chính là cuộc sống không hổ thẹn

cái cây cái lá này đều mang nỗi buồn theo ông. Vì tất cả đều đang không được tự do, tất cả đều bị chi phối bởi một đối tượng lớn lao hơn.

Đến dòng 5 và dòng 8, nhà thơ sau khi nhìn về nỗi khổ đau trong quá khứ đã có cái nhìn hướng đến tương lai.

Bằng nỗi niềm hát về những vì sao
Tôi phải yêu bao điều đang tàn phai đó
Và tôi biết mình sẽ phải vững bước trên
những chặng đường đã dành cho tôi

mà ông luôn theo đuổi, hay chính là cuộc sống bị đô hộ bởi Đế quốc Nhật Bản. Điều này cho thấy, dù hoàn cảnh khổ đau, dù ông hổ thẹn về chính cuộc sống của mình nhưng ông không ghét bỏ nó, ông khẳng định quyết tâm sẽ phải vững bước trên con đường mà cuộc sống đã dành cho mình. Vĩ tố kết thúc câu “-아/어야겠다” thể hiện ý chí kiên định của tác giả.

Ý chí kiên định là vậy nhưng nhà thơ cũng phải quay về với hiện thực ảm đạm.

오늘밤에도 별이 바람에 스치운다 (Đêm nay lại một đêm sao đạt qua làn gió)
오늘밤(Đêm nay) là đêm tác giả đang sáng tác bài thơ hay là hiện thực u tối, ảm đạm của thời kỳ bị Nhật chiếm đóng. Và trong màn đêm u tối đó, vẫn có ngôi sao đang tỏa sáng nhưng ngôi sao đó vì một làn gió mà đã bị trôi trượt đi. Chủ thể ở đây chính là ngôi sao, ngôi sao vì hình ảnh “gió” làm chiếc lá lung lay ở dòng 3 mà phải lướt qua để lại màn đêm u tối. Dòng thơ bỗng quay về thực tại buồn. Nếu hình ảnh ngôi sao ở thì tương lai là lý tưởng sống, là ánh sáng soi tỏ tâm hồn thì hình ảnh ngôi sao ở thời hiện tại dường như là chính tâm hồn ông, tâm hồn sáng đó nhưng không thể đứng vững trước làn gió đêm mà phải lướt đi một cách buồn bã, hay tâm hồn trong sáng đó gặp u tối sẽ thoát ra để hướng đến những gì lý tưởng, tươi đẹp hơn. Điều này cho thấy là con đường mà ông quyết tâm sẽ bước sẽ

luôn chông gai, khó khăn như những ngôi sao sẽ luôn gặp phải làn gió đêm.

Trong từng phân đoạn thơ đều chứa những hình ảnh đối lập. Hình ảnh bầu trời và nỗi hồ thẹn trong quá khứ, hình ảnh cái chết và sự sống trong tương lai, hình ảnh gió và sao trong hiện tại. Hình ảnh ngôi sao, con đường là khát vọng, lý tưởng và tình yêu mà nhân vật “tôi” trong bài thơ đang hướng đến, còn nỗi hồ thẹn, cái chết đang đến dần chính là trạng thái tâm lý chủ đạo của nhân vật tôi trước màn đêm, làn gió đầy tối tăm thử thách.

“Thi đề” là bài thơ ngắn gọn, súc tích nhưng hình ảnh và tình cảm của bài thơ lại vô cùng to lớn. Người đọc dường như có thể vẽ một bức tranh trong tâm trí sau khi đọc bài thơ. Đây là bức tranh vào một đêm tối, có một thanh niên đang nhẹ nhàng dạo bước trên con đồi nhỏ, anh vừa đi vừa ngược nhìn những vì sao sáng trên bầu trời. Những cơn gió lạnh của tháng 11 thổi qua, khiến trái tim anh tê buốt. Anh dừng lại ở một cái cây trên ngọn đồi. Làn gió thổi mạnh khiến những chiếc lá rụng rơi. Anh lặng im với nỗi hồ thẹn trào dâng trong lòng. Anh chìm vào im lặng. Nhưng anh nhận ra cuộc sống anh đang sống rất đáng quý. Anh nuôi niềm hy vọng mới vào một tương lai tươi sáng hơn. Ánh sáng của vì sao trên bầu trời đưa anh về với thực tại, anh sẽ sống, anh sẽ yêu và anh sẽ luôn vững bước dù khó khăn đến đâu.

Bài thơ đã cho ta thấy một thái độ sống đẹp của nhà thơ thể hiện qua chính nỗi hồ thẹn luôn đeo bám trong ông. Nhắc đến nỗi hồ thẹn, người ta luôn nghĩ đến thái độ tiêu cực, một việc không muốn nhắc đến. Nhưng nhà thơ đã không ngần ngại tự mang nỗi hồ thẹn gán cho mình. Chính điều đó đã làm người đọc cảm nhận được cái đẹp trong tâm hồn ông. Một tâm hồn luôn biết nhìn lại chính mình, luôn mang trong mình tinh thần tự vấn để sống một cuộc sống tươi đẹp hơn. Thông qua bài thơ này, những người trẻ

trong mọi thế hệ có thể nhận thức được thêm về giá trị của cuộc sống và có thể thay đổi thái độ sống của chính bản thân mình.

IV. Nội tâm trong thơ của Yun Dong Ju và Lưu Quang Vũ

Không dễ dàng để tìm được những bài thơ tương đồng nhau hoàn toàn giữa nền văn thơ của các quốc gia. Nhưng văn học, thơ ca luôn có những nét đồng điệu ở tinh thần thơ của các tác giả. Có lẽ tùy theo cảm nhận của người đọc mà có thể tìm ra sự tương đồng giữa nhà thơ này với nhà thơ kia. Yun Dong Ju (1917-1945) và Lưu Quang Vũ (1948 – 1988) là hai nhà thơ ở hai quốc gia khác nhau, sống trong những năm tháng khác nhau nhưng cả hai có điểm chung là đều mang trong mình những dằn vặt, đau xót, cô đơn đến cùng cực. Thơ Yun Dong Ju được viết khi ông là một thanh niên trẻ sống trong thời kỳ đất nước bị Nhật Bản chiếm đóng vào những năm thập niên 40 của thế kỉ XX. Còn Lưu Quang Vũ cũng đã mượn thơ ca để trải lòng trong thời kỳ đất nước đang phải trải qua nhiều bom đạn, chiến tranh dưới thời đế quốc Mỹ vào những năm 70. Cả hai nhà thơ đều thể hiện tâm trạng và cảm xúc dạt dào qua các dòng thơ. Trong thời kỳ gian khó của cuộc đời, cả hai nhà thơ đều nhận thức sâu sắc được nhiều điều, nhất là nhận thức và khám phá được chính mình. Và hơn hết, cả hai đều có một điểm chung là cùng muốn vượt lên trên khó khăn để tiếp tục sống và viết. Những bài thơ đưa ra trong bài phân tích đều được viết khi các nhà thơ mới là những thanh niên ở lứa tuổi đôi mươi.

Lưu Quang Vũ đã viết như một lời tuyên ngôn.

*Trên mái nhà cao vút rừng cây
Trên rừng cây những đám mây xô dạt
Trên hạnh phúc, trên cả miền cay đắng
Thơ tôi là mây trắng của đời tôi...
(Mây trắng của đời tôi)*

Yun Dong Ju cũng đã coi thơ ca như một vì sao sáng trong lòng “별 하나의 시와” (Vì sao gọi tên thơ ca). Thơ ca đã đồng hành

cùng hai nhà thơ trong suốt những năm tháng khó khăn nhất của cuộc đời. Có thể thấy cả Yun Dong Ju và Lưu Quang Vũ đều là những người đàn ông tài hoa, đa sầu, đa cảm nên tình yêu thơ ca như một tia sáng hy vọng trên chặng đường khó khăn của cả hai.

Khi là một đứa con xa gia đình, xa mẹ, cả hai đều dành nỗi nhớ thương dành cho người mẹ của mình. Nếu như Yun Dong Ju trong một đêm cuối thu nhìn trời sao và nhớ đến người mẹ nơi Bukgando xa xôi “*별 하나에 어머니, 어머니.*” (Vì sao gọi tên mẹ, mẹ ơi) thì Lưu Quang Vũ cũng đã gửi niềm thao thức đến người mẹ của mình.

Đêm nay con nằm rừng xa gió lạnh

Mẹ nghỉ chưa hay đã thức rồi?

Suốt một đời chưa có lúc nghỉ ngơi

Nghĩ thương mẹ, giận quân thù quá đỗi

(Gửi mẹ, 1969)

잃어 버렸습니다.
무얼 어디다 잃었는지 몰라
두 손이 주머니를 더듬어
길에 나아갑니다
(길)

*Phải chăng anh đã mất giấc mơ
Mất tiếng ve và những mùa dưa chín
Anh đã mất cả mây qua lòng giếng
Cả tiếng gà hẻm núi cả cơn mưa?
(Anh đã mất chỉ anh đã được gì)*

시인이란 슬픈 천명인 줄 알면서도
한 줄 시를 적어 볼까
....
인생은 살기 어렵다는데
시가 이렇게 쉽게 쓰여지는 것은
부끄러운 일이다.
(쉽게 씌어진 시_1942)

*Ta viết những suy tư ngây ngô vờ là trí tuệ
Những câu nhạt phèo chiếu lệ
Những lời nhảm tai ai cũng quen rồi
Mọi người quanh ta mang nỗi khổ oằn vai
Ngực đất nước tai ương xé rách
Ta viết mãi những điều vô ích
(Nói với mình và các bạn, 1970)*

Cả hai nhà thơ đều trần trụi vì đất nước bị chiếm đóng, vì những người dân của đất nước nghèo khó đang chết dần dưới ách đô hộ. Yun Dong Ju đã lấy hình ảnh những chiếc lá rơi trong gió để tượng trưng cho những sinh linh đang dần chết đi trong bài thơ “Thi đề”. Còn Lưu Quang Vũ cũng bày tỏ nỗi lòng buồn khổ vì hoàn cảnh đất nước mình.

Buổi sáng chúng ta gặp nhau

Lá cuối mùa đông

Như những bàn tay rụng xuống.

(Lại sắp hết năm, 1970)

Yun Dong Ju và Lưu Quang Vũ cũng ý thức được về sự mất mát trong mình dù có thể sự mất mát đó không được chính tác giả nắm bắt. Đó là sự mất mát đến từ tâm tưởng, từ tâm hồn đa cảm trong một cuộc sống nhiều khó khăn, gian nan.

Mất rồi
Tôi không biết mình đã mất gì, ở đâu
Hai tay tôi lẫn mò trong túi
Và tôi cất bước lên đường
(Con đường)

Dù cả hai đều viết thơ từ lúc còn rất trẻ nhưng cả hai đều có bản khoăn, tự vấn chính bản thân mình. Hay có thể nói cả hai không ngừng nhìn chính mình và muốn được tìm ra chân lý của người cầm bút.

Người thi sĩ biết mệnh trời buồn khổ
Vẫn chấp bút viết một dòng thơ?
...
Dù rằng nhân sinh nhiều đau khổ
Vẫn dễ dàng buông xuống những lời thơ
Thật hổ thẹn biết bao
(Bài thơ dễ viết, 1942)

Dù có những lúc dằn vặt, cô đơn là vậy nhưng nội tâm của Yun Dong Ju và Lưu Quang Vũ còn có điểm tương đồng khi trong nghịch cảnh cả hai đã luôn hướng về bầu trời xa, về tự do tuổi trẻ ở phía trước. Cả hai đều ý thức được cuộc sống đã dành cho mình và sẵn sàng vững bước trên con đường đó. Yun Dong Ju đã viết:

별을 노래하는 마음으로 모든 죽어가는 것을 사랑해야지 그리고 나한테 주어진 길을 걸어가야겠다 (서시_1941)	Bằng nỗi niềm hát về những vì sao Tôi phải yêu bao điều đang tàn phai đó Và tôi biết mình sẽ phải vững bước Trên những chặng đường đã dành cho tôi (Gửi mẹ, 1969)
Và Lưu Quang Vũ cũng thể hiện ý chí không gục ngã trước con đường đã dành cho mình Dẫu cuộc đời là con đường dài thẽ Con sẽ đi qua mọi đèo dốc chông gai	Yun Dong Ju đã hy vọng vào một cuộc sống tràn đầy tự do, nhựa sống qua hình ảnh cỏ xanh mọc trên nấm mồ chôn dấu cái tên đầy hổ thẹn.
그러나 겨울이 지나고 나의 별에도 봄이 오면, 무덤 위에 파란 잔디가 피어나듯이 내 이름자 묻힌 언덕 위에도 자랑처럼 풀이 무성할 거외다. (별 헤는 밤)	Nhưng mùa đông đi qua, mùa xuân sẽ tìm đến ngôi sao đời con Những nấm mồ lại xanh rì cỏ mới Và trên bãi đất chôn kín tên con, sẽ xanh mướt đám cỏ kiêu hùng. (Đêm đếm sao)

Lưu Quang Vũ cũng bày tỏ niềm tin về một tương lai mới:

Những mầm cây lớn âm thầm trong tối
 Sẽ làm cho mặt đất ngập màu xanh
 Cần phải yêu thương hy vọng và đấu tranh
 Để giải thích và đổi thay cuộc sống
 (Lại sắp hết năm, 1970)

Yun Dong Ju và Lưu Quang Vũ đều là những người yêu quê hương, đất nước, yêu thiên nhiên cuộc sống. Nếu như hình tượng “Ngôi sao” là ánh sáng cho ông vững bước trên con đường dành cho mình thì hình ảnh “Mây trắng” đã được Lưu Quang Vũ nhắc đến nhiều trong những sáng tác của mình. Mây trắng như một đấng tối cao che chở những mưa giông, nắng hạ trong suốt quãng đời thi sĩ.

Lênh đèn ai hát ngoài song cửa
 Bài ca thanh bình đêm cũ
 “Hoa lá quên giờ tàn
 Mây trắng bay tìm đàn”
 Ngày xưa yên ả quá
 Trẻ hát đồng dao trên phố
 (Đêm đông chí, uống rượu với bác Lâm và bác Khánh, nói về những cuộc chia tay thời loạn)

Và bây giờ ở một nơi nào đó xa xôi, “Vì sao Yun Dong Ju” vẫn luôn soi sáng tinh thần cho những tâm hồn đa cảm yêu đất trời, thiên nhiên, cuộc sống. Và cũng ở đâu

đó, “vàng mây trắng Lưu Quang Vũ” vẫn bay về bên những tâm hồn cần an ủi, chở che. Và hơn hết, qua những vần thơ đầy chân thành, hồn nhiên không phô trương, che giấu cả hai nhà thơ đã vẽ nên một hình ảnh sống động về con người, đất nước mình cho những thế hệ về sau.

V. Kết luận

Yun Dong Ju đã từ già cõi đời ở tuổi 28, nhưng ông đã dùng thơ ca để thể hiện tinh thần tuổi trẻ đầy nhiệt huyết, yêu thương. Ông đã cho người đọc nhìn thấy hình ảnh một con người có thái độ sống nghiêm túc, luôn biết nhìn lại chính mình và xác định mục tiêu của mình trong tương lai. Trên con đường đi tìm bản ngã của chính mình, ông luôn gặp phải những thực tại khó khăn đối lập với quá khứ đầy bình yên hạnh phúc, nhưng ông luôn dặn lòng vững tâm vì một tương lai tươi sáng hơn. Với những hiểu biết ít ỏi, người viết không thể khẳng định mình đã hiểu hết về thơ Yun Dong Ju cũng như phân tích được đầy đủ những nét hay trong thơ của ông. Nhưng có một điều người viết khẳng định được, thơ Yun Dong Ju đã truyền được một cảm xúc cho người viết để người viết có thêm động lực để đọc, để suy ngẫm và có thể truyền thụ những hiểu biết ít ỏi của mình cho những người yêu thơ khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lưu Quang Vũ (2021), *Gió và tình yêu thổi trên đất nước tôi*, Nhà xuất bản Hội nhà văn
2. Lương Nguyễn Thanh Trang (2010), *Nhập môn văn học cận đại Hàn Quốc*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường năm 2009-2010, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Jang Seong Eun (2020), *윤동주 시의 이미지 교육 방안 연구 - '별'과 '길'의 상징적 이미지를 중심으로* (Nghiên cứu phương án giảng dạy hình ảnh trong thơ Yun Dong Ju – Tập trung vào hình ảnh tượng trưng của “sao” và “con đường”), Luận văn thạc sĩ thuộc Viện cao học giáo dục, Đại học Dongkuk.
4. Jeon Myung Sook (1994), *시 지도 연구 - 윤동주 <서시>를 대상으로* (Nghiên cứu giảng dạy thơ) – Tập trung vào tác phẩm “Thi đề” của Yun Dong Ju), Viện cao học giáo dục, Đại học Kyungsang.

Abstract

READING THE POEM “서시” (PRELUDE) OF YUN DONG JU AND COMPARING THE POETIC SOUL IN THE POEMS OF YUN DONG JU AND LUU QUANG VU

Pham Quynh Giao

VNU-University of Languages and International Studies, Hanoi

The Choseon Grand Dictionary (조선대백과사) has written that “Yun Dong Ju is a patriotic poet who is both concerned about the fate of his unfortunate country, longs for the righteous life and fight on that path”. Yun Dong Ju can be seen as one of the typical patriotic poets of the last period in the progressive Korean poetic literature before liberation. As a young poet, his poetic works are gentle and profound but show the spirit of unyielding opposition to the Japanese fascists. One of his typical works is the poem '서시' (“Prelude”). By analyzing this poem, the article helps readers understand more about his poetic soul and more about the spirit of young people during the Japanese occupation. In addition, the article relates the poems of Yun Dong Ju and the poetic works of Luu Quang Vu to find out the similarities in the poetic soul of two poets who lived in two different periods but both had concerns about lives.

Keywords: Yun Dong Ju, Prelude, Korean poems, Korean literature, Luu Quang Vu

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

BƯỚC ĐẦU TÌM HIỂU MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM CỦA THUẬT NGỮ NGÔN NGỮ HỌC TIẾNG HÀN (Trọng tâm vào thuật ngữ về hình thái học)

Lê Thị Hải Yến*

Tóm tắt

Trong lĩnh vực nghiên cứu cũng như giảng dạy tiếng Hàn ở Việt Nam, có một vấn đề mà có lẽ nhiều người không ít lần gặp phải, đó là làm sao tìm được và sử dụng các thuật ngữ một cách thích hợp và đích xác khi phác thảo một công trình nghiên cứu hay khi chuẩn bị diễn đạt ý tưởng của mình. Nhiều thuật ngữ được dịch hoặc được sử dụng theo nhiều cách khác nhau. Điều quan trọng là xác định được nội hàm của khái niệm cần chuyển ngữ, rồi sau đó mới tới vấn đề chọn từ ngữ thích hợp. Bài viết tập trung vào nghiên cứu đặc điểm thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn - trọng tâm là thuật ngữ hình thái học, nhằm phục vụ cho việc học tập, giảng dạy, dịch thuật giữa hai ngôn ngữ đạt hiệu quả cao, góp phần lấp đầy khoảng trống trong bức tranh thuật ngữ hình thái học trong tiếng Hàn.

Từ khóa: Thuật ngữ, ngôn ngữ học, đặc điểm, hình thái học

1. Đặt vấn đề

Tiếng Hàn và tiếng Việt là hai loại hình ngôn ngữ khác nhau, tiếng Hàn là ngôn ngữ chấp dính và tiếng Việt là ngôn ngữ đơn lập. Loại hình ngôn ngữ là một khái niệm của ngôn ngữ học dùng để chỉ tập hợp các ngôn ngữ có chung một hay nhiều đặc điểm hình thái nhất định. Tiêu chí phân loại các loại hình ngôn ngữ là những đặc điểm cấu trúc, hình thái có giá trị phân loại các ngôn ngữ, nhưng để hiểu rõ về đặc điểm hình thái trong một ngôn ngữ là điều không phải đơn giản, và hình thái rất đa dạng nên nếu không hiểu rõ thì trong quá trình thụ đắc ngôn ngữ người học sẽ gặp những khó khăn nhất định. Ví dụ như 불다, 뿔다 (đỏ), 새빨갳다 (đỏ thắm), 검붉다 (đỏ thắm)... Đại đa số người Việt học tiếng Hàn đều có xu hướng liên tưởng đến hiện tượng xuất hiện trong tiếng Việt để hiểu tiếng Hàn do đó cũng xuất hiện hiện tượng chuyển di tiêu cực từ tiếng mẹ đẻ.

So với các lĩnh vực khác của ngôn ngữ như ngữ pháp và ngữ âm thì những nghiên cứu về mặt hình thái học bắt đầu muộn hơn và chưa đạt được nhiều thành tựu, vẫn còn có những khoảng trống nhất định và chưa có công trình nghiên cứu nào đi sâu vào nghiên cứu đặc điểm thuật ngữ tiếng Hàn với trọng tâm là thuật ngữ hình thái học.

Chính vì những lý do trên nên, bài viết với tiêu đề “Nghiên cứu đặc điểm thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn - trọng tâm là thuật ngữ hình thái học” với 100 thuật ngữ

* Học viên cao học, Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN,
Email: haiyenle205@gmail.com

hình thái học trong tiếng Hàn lấy từ cuốn “Từ điển đối chiếu thuật ngữ Ngôn ngữ học Việt- Anh- Hàn, Hàn- Anh- Việt, Anh - Hàn- Việt của tác giả Nguyễn Thiện Giáp và Hoàng Thị Yến, Nxb. Khoa học xã hội, 2018 và “Tổng hợp lý thuyết ngữ pháp tiếng Hàn I” (한국어 문법 총론 I) của các tác giả Gu bon-kwan, Park Jae-Yeon, Lee Seon-eung, Lee Jin-ho, Hwang Seon-yeop (구본관, 박재연, 이선웅, 이진호, 황선엽) và các cộng sự. Đây được coi là cuốn từ điển, sách đầy đủ và hệ thống nhất về thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn cho tới thời điểm hiện tại.

2. Một số khái niệm tiền đề

2.1. Khái niệm về thuật ngữ

Trong cuốn “응용언어학 사전- Từ điển ngôn ngữ học ứng dụng” của Park Kyung Ja và các cộng sự (2001) thì thuật ngữ được định nghĩa là “용어는 특정한 학문분야/주제에서 나오는 특별한 어휘항목- Thuật ngữ là hạng mục từ vựng đặc biệt liên quan đến một lĩnh vực khoa học hoặc một chủ đề nhất định”.

Thông thường, các nhà Việt ngữ cũng có những quan điểm chung về thuật ngữ như sau: Thuật ngữ là từ hoặc cụm từ/ từ ngữ/từ ngữ đặc biệt/ từ và cụm từ cố định biểu đạt (một cách chính xác) một khái niệm (xác định)/ đối tượng (nào đó) của một ngành khoa học nhất định/ trong khoa học, kỹ thuật, nghệ thuật/ lĩnh vực chuyên môn của con người.

Theo đó, với thuật ngữ ngôn ngữ học cũng có thể định nghĩa một cách ngắn gọn như sau: “Thuật ngữ ngôn ngữ học là từ/ ngữ dùng để biểu thị một khái niệm/ đối tượng xác định nào đó thuộc hệ thống các khái niệm của Ngôn ngữ học”. Còn thuật ngữ về hình thái học cũng có thể được định nghĩa là: “*hình thái học là môn học xác định, phân tích và miêu tả cấu trúc của hình vị và các đơn vị ý nghĩa khác như từ, phụ tố, từ loại, thanh điệu, hàm ý*”.

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

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

Vốn từ vựng tiếng Hàn được các nhà nghiên cứu Hàn chia thành 3 nhóm chính theo nguồn gốc hình thành và phát triển đó là: a) Lớp thuật ngữ tiếng Hàn 고유어 용어, b) Lớp thuật ngữ gốc Hán 한자어 용어, c) Lớp thuật ngữ là từ ngoại lai 외래어 용어. Tuy nhiên, trên thực tế các yếu tố thuật ngữ kể trên còn kết hợp được với nhau theo nhiều phương thức và tạo thành những nhóm nguồn gốc hỗn hợp. Điều này làm phong phú vốn thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn.

Thuật ngữ hình thái học cũng nằm trong thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn nên nó cũng có sự hình thành và phát triển tương ứng.

2.3. Về đặc trưng của thuật ngữ

Các nhà ngôn ngữ học cho rằng thuật ngữ có những đặc trưng sau: tính đại chúng, tính dân tộc, tính khoa học, tính chính xác; tính ngắn gọn, dễ hiểu; tính hệ thống, tính quốc tế... Trong bài này chúng tôi đề cập đến tính khoa học, chính xác; tính ngắn gọn, dễ hiểu và tính quốc tế.

Theo Lotte D.S (1961), “Nguyên lý xây dựng thuật ngữ khoa học kỹ thuật”, Nxb Viện Hàn lâm khoa học Liên xô (Hà Quang Năng chủ biên) thì Về *Tính khoa học, chính xác* của thuật ngữ được thể hiện ở “ứng với mỗi khái niệm và cần gắn với một khái niệm mà thôi”. Đặc trưng này đòi hỏi cần loại trừ các thuật ngữ đa nghĩa và các thành tố thuật ngữ đa nghĩa lẫn các thuật ngữ đồng nghĩa, thành tố đồng nghĩa. *Tính ngắn gọn* sẽ giúp cho người sử dụng dễ thuộc, dễ nhớ,

để sử dụng. Tính quốc tế được thể hiện ở cả mặt nội dung và hình thức. Về mặt hình thức của thuật ngữ chỉ có tính tương đối, có thuật ngữ thống nhất trên diện rộng, có thuật ngữ thống nhất trên phạm vi hẹp... Về mặt nội dung thì tính quốc tế của thuật ngữ là một đặc trưng quan trọng, phân biệt thuật ngữ với những từ vựng khác.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Phân bố của các mục từ thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn theo thứ tự ㄱ ㄴ ㄷ

Kết quả thống kê hơn 150 đơn vị mục từ thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn với 14 mục từ : ㄱ k/g, ㄴ n, ㄷ d/t, ㄹ m, ㅁ p/b, ㅂ s, ㅇ ng, ㅅ ch, ㅈ tr, ㅊ ph, ㅌ th, ㅋ kh, ㅎ h, được phân bố theo bảng chữ cái Hangul sau:

STT	Mục từ	Số lượng	Tỷ lệ %	STT	Mục từ	Số lượng	Tỷ lệ %
1	ㄱ	16	10,67	8	ㅇ	28	18,67
2	ㄴ	2	1,33	9	ㅅ	14	9,33
3	ㄷ	14	0,67	10	ㅈ	5	3,33
4	ㄹ	1	9,33	11	ㅊ	9	6
5	ㅁ	6	4	12	ㅌ	4	2,67
6	ㅂ	12	8	13	ㅋ	0	0
7	ㅅ	11	7,33	14	ㅎ	28	18,67

Có thể thấy mục vần ㅈ không thấy xuất hiện đơn vị nào, mục từ ㄹ, ㄴ với số lượng đơn vị thuật ngữ xuất hiện tương ứng là 1, 2 chiếm 0,67%, 1,33%, mục từ ㅌ có số đơn vị xuất hiện là 4 chiếm 2,67%, mục từ ㅈ với 5 lần xuất hiện chiếm 3,33%; mục [ㅅ, ㅊ] đều có số lần xuất hiện giống nhau là 14 chiếm 9,33%; mục vần ㅇ, ㅎ có số lượng thuật ngữ lớn nhất và có số lần xuất hiện nhiều nhất là 28 mục từ chiếm 18,67%.

Như vậy, nếu xếp theo thứ tự tần số xuất hiện từ cao tới thấp, dưới đây là các mục từ có tần số cao nhất và thấp nhất của thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn.

ㅇ, ㅎ: 28(18,67%) → ㄱ: 16(10,67%) → ㅂ, ㅅ: 14(9,33%) → ㅈ: 12(8%) → ㅅ: 11(7,33%) → ㅊ: 9(6%) → ㄴ: 2(1,33%) → ㄹ: 1(0,67%) → ㅋ: 0(0%).

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅋ	ㅎ	
0	0	1	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	5
0	0	20	0	0	0	20	20	40	0	0	0	0	0	100%

Trong thuật ngữ hình thái học có nguồn gốc thuần Hàn, đơn vị có số âm tiết ít nhất là 1 âm tiết (절: cú, nhiều nhất là 2 âm tiết 조사: tiểu từ...).

(2) Nhóm thuật ngữ hình thái học có gốc Hán

Thuật ngữ thuần gốc Hán chiếm tỷ lệ lớn nhất 106/150 đơn vị chiếm 76,67 %. Mục

3.2. Đặc điểm nguồn gốc của thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn

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

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

(1) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc thuần Hàn

Kết hợp thống kê, phân loại cho thấy, nhóm thuật ngữ hình thái học có nguồn gốc thuần Hàn xuất hiện không nhiều có 5/150 đơn vị chiếm 3,3%. Quan sát bảng dưới đây, có thể thấy chỉ có mục từ ㅅ, ㅇ, ㅈ, ㅊ là có sự xuất hiện, còn các mục khác không có sự xuất hiện của mục từ nào.

từ ㄴ, ㄹ, ㅌ, ㅋ không xuất hiện mục từ nào, mục vần ㅇ xuất hiện cao nhất với 18/93 đơn vị chiếm 19,35%, tiếp đó là vần ㅈ với 16 đơn vị chiếm 17,2%. Các mục ㄱ, ㅂ lần lượt có 15 đơn vị (16,1%) và 10 đơn vị (9,3%). Nhóm vần ㅈ, ㅊ có tần số xuất hiện khá thấp với 4 đơn vị (4,3%) và 3 đơn vị (3,23%).

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
16	1	10	0	6	10	5	19	11	4	6	0	0	18	106
10,67	0,67	6,67	0	4	6,67	3,33	12,67	7,33	2,67	4	0	0	12	100%

Nhóm thuật ngữ thuần gốc Hán phân bố rộng rãi, trải dài từ các đơn vị có 1 âm tiết đến 6 âm tiết. Từ thuần Hán có một âm tiết như: 구도단 ngữ, ... từ có 6 âm tiết: 단일언어현상 ("hiện tượng đơn ngữ")...

(3) Nhóm thuật ngữ sử dụng từ thuần ngoại lai

Từ ngoại lai xuất hiện trong hệ thống thuật ngữ ngôn ngữ học chủ yếu là Anh, Pháp, Đức, tiếng Hy Lạp... Nhưng trong số 150 đơn vị được tập hợp và thống kê về thuật ngữ hình thái học thì có 3 đơn vị từ thuần ngoại lai chiếm 2%, xuất hiện ở các mục từ ㅅ, ㅇ, ㅌ được thống kê ở bảng sau.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	3
0	0	0	0	0	0	33,33	33,33	0	0	0	33,33	0	0	100%

Từ có số âm tiết nhỏ nhất trong nhóm là 2 âm tiết (태그: gắn đuôi...) và số âm tiết lớn nhất là 6 âm tiết như từ 임플리케이션(đẫn ý).

3.2.2 Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp

Trong nhóm thuật ngữ có nguồn gốc hỗn hợp thu được với 36/150 đơn vị chiếm 24,67%, chúng tôi tách thành hai tiểu nhóm đó là nhóm có nguồn gốc kết hợp giữa các âm tiết thuần Hàn và thuần gốc Hán và nhóm có nguồn gốc kết hợp giữa các âm tiết thuần Hán/ gốc Hàn và từ ngoại lai.

(1) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hàn và Hán

Nhóm gồm 35/150 đơn vị chiếm 23,33% với ba phương thức kết hợp: Kết hợp theo trật tự Hàn Hán (4/35 chiếm 11,4%), kết hợp theo trật tự Hán Hàn (0/35 chiếm 0%), kết hợp khác giữa Hàn và Hán (31/35 chiếm 88,57%).

a. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự Hàn+ Hán

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	4
0	0	0	0	0	0	75	25	0	0	0	0	0	0	100%

Số lượng thuật ngữ lớn nhất ở mục vần ㅅ có 3 đơn vị chiếm 75%, ở thuật ngữ ㅇ có 1 đơn vị xuất hiện chiếm 25%; còn ở các mục từ khác không xuất hiện mục từ nào. Nhóm xuất hiện các dạng thức kết hợp chính là:

+ Danh từ (Hàn)+ danh từ (Hán) như: 영 변화 단어, 사잇소리 현상....

b. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự từ Hán Hàn

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

Quan sát bảng trên, có thể thấy số lượng của nhóm kết hợp theo trật tự từ Hán Hàn không xuất hiện đơn vị nào.

c. Nhóm thuật ngữ kết hợp theo trật tự khác

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
1	1	3	0	0	2	1	5	1	1	3	3	0	10	31
3,23	3,23	9,68	0	0	6,45	3,23	16,12	3,23	3,23	9,68	9,68	0	32,3	100%

Số lượng xuất hiện tại các mục từ của nhóm kết hợp theo trật tự khác là tương đối lớn. Cao nhất ở mục vần ㅎ với 10 đơn vị chiếm 32,3%, sau đó đến mục vần ㅁ với 5 đơn vị xuất hiện chiếm 16,12% , tiếp đến là các mục vần ㅂ, ㅅ, ㅈ cùng có 3 đơn vị từ xuất hiện chiếm 9,68%, các mục vần ㅊ, ㅌ, ㅍ, ㅑ, ㅓ, ㅕ chiếm 3,23% với 1 đơn vị xuất hiện, mục từ ㅓ, ㅗ, ㅛ không có mục từ nào xuất hiện.

Nếu sắp xếp theo thứ tự từ trên xuống dưới như sau:

ㅎ:10(32,3%)→ㅁ:4(16,12%)→ㅂ,ㅅ,ㅈ:3(9,68%)→ㅊ:2(6,45%)→ㅊ,ㅌ,ㅍ,ㅑ,ㅓ,ㅕ:1(3,23%)→ㅓ,ㅗ,ㅛ:0(0%).

Nhóm xuất hiện với chủ yếu các dạng thức sau:

+ Danh từ (Hán)+Hàn (되다)+ Hàn/ Hán: 완성된 구절소

+ Danh từ (Hán)+ 의 (Hàn)+ Danh từ (Hán): 어휘적 범위, 의미적 변화, 의미적 측면....

+ Danh từ (Hán)+ 적 + Danh từ Hán: 총제적 은유, 통사론적 범위....

+ Danh từ (Hàn)+ 와+ danh từ Hán....: 소리와 의미를 연결하는 구조의 측면,...

+ Danh từ (Hàn)+ danh từ (Hán)+ danh từ (Hàn)+ danh từ (Hán): 파생 접사의 생산성, 한 단어를 말하는 단계, 단어 형성의 원리...

Có thể thấy thuật ngữ càng dài thì cấu trúc càng phức tạp.

(2) Nhóm thuật ngữ có nguồn gốc kết hợp Hàn/ Hán+ từ ngoại lai

Nhóm có 1/150 đơn vị chiếm 0,67%, chỉ có hình thức từ ngoại lai + danh từ tiếng Hán: 링킹형태소 (Hình vị nối). Có thể thấy

nhóm kết hợp Hán/ Hàn+ từ ngoại lai hầu như không xuất hiện.

3.3. Đặc điểm cấu trúc - hình thái của hệ thống thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn

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

3.3.1 Thuật ngữ hình thái học tiếng Hàn xét theo nguồn gốc từ loại

(1) Nhóm các thuật ngữ là các từ loại không phải là danh từ

Trong nhóm thuật ngữ đang xét thì chỉ có nhóm thuật ngữ là định từ/ định ngữ xuất hiện.

Có 33/150 đơn vị chiếm 22% là định ngữ/ định từ. Trong đó có một số đơn vị từ có cấu trúc phức tạp nên chúng tôi xét vào từ có cấu trúc động từ, tính từ + ㅁ/는. Trong 33 đơn vị, có 16/33 đơn vị chiếm 48,5% có cấu trúc Danh từ+ 적 như 어휘적 범위 (Phạm trù từ vựng), 의미론적 관계 quan hệ ngữ nghĩa, 의미적 변화 biến đổi ngữ nghĩa, 통사적 단어 từ cú pháp..., có 5/33 chiếm 15,15% có cấu trúc động từ- tính từ + ㅁ, 는 như 완성된 구절소 ngữ cú vị hoàn chỉnh, 두 단어를 말하는 단계 Giai đoạn hai từ (two-word stage)....có 12/33 chiếm 36,36% có cấu trúc danh từ +의 như: 단어 형성의 원리 nguồn gốc hình thành từ vựng, 단어의 유형 loại hình của từ... Dưới đây là bảng thể hiện sự phân bố các đơn vị thuật ngữ là định ngữ/ định từ theo vần.

ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅑ	ㅓ	ㅕ	ㅗ	ㅛ	ㅜ	ㅠ	ㅡ	ㅝ	ㅞ	ㅟ	ㅠ	
1	1	3	0	0	2	3	5	1	1	3	3	0	10	33	
3,03	3,03	9,1	0	0	6,1	9,1	15,15	3,03	3,03	9,1	9,1	0	30,3	100%	

Ta thấy, ở mục vần ㅓ, ㅗ, ㅛ không xuất hiện đơn vị nào. Mục vần ㅎ có 10 đơn vị, đạt tỷ lệ cao nhất chiếm 30,3% trong tổng số, tiếp đó là mục vần ㅁ với 5 đơn vị chiếm 15,15%, mục ㅂ, ㅅ, ㅈ cùng có 3 đơn vị xuất hiện chiếm 9,1%.

Nếu xét theo tần số xuất hiện từ trên xuống dưới ta có:

ㅎ:10(30,3%)→ㅁ:5(15,15%)→ㅂ,ㅅ,ㅈ:3(9,1%)→ㅊ:2(6,1%)→ㅊ,ㅌ,ㅍ,ㅑ,ㅓ,ㅕ:1(3,03%)→ㅓ,ㅗ,ㅛ:0 (0%).

(2) Nhóm thuật ngữ là danh từ /ngữ danh từ

Sau khi lấy tổng số 150 đơn vị thuật ngữ đang xét trừ đi số đơn vị không phải là danh từ/ ngữ danh từ thì ta thu được số

lượng của nhóm thuật ngữ là danh từ/ ngữ danh từ. Các con số được trình bày cụ thể ở dưới bảng sau:

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	㆏	㆑	㆒
16	2	14	1	6	12	11	28	14	5	9	4	0	28	150
-1	1	3	0	0	2	3	5	1	1	3	3	0	10	33
=15	1	11	1	6	10	9	23	13	4	6	7	0	18	117
12,82	0,85	9,4	0,85	5,13	8,55	7,7	19,66	11,11	3,42	5,13	6	0	15,38	100%

Xét về phạm trù từ loại thì đây là nhóm có số lượng lớn nhất, chiếm đại đa số trong hệ thống thuật ngữ ngôn ngữ học tiếng Hàn nói chung và trong thuật ngữ hình thái học nói riêng. Trong số 150 đơn vị từ đang được xét thì có tới 117 đơn vị chiếm 78%. Tần số xuất hiện cao nhất lần lượt là các mục vần ㅇ có 23 đơn vị, chiếm 19,66%, ㅎ có 18 đơn vị chiếm 15,38%, ㄱ

có 15 đơn vị chiếm 12,82%; tần số không xuất hiện ở mục vần ㄱ. Nếu sắp xếp theo sơ đồ từ thấp đến cao ta có:

ㄱ:0(0%)→ㄴ:1(0,85%)→ㄷ:4(3,42%)→
ㅁ:6(5,13%)→ㅂ:7(6%)→ㅅ:9(7,7%)→ㅇ:
10(8,55%)→ㄹ:11(9,4%)→ㅈ:
13(11,11%)→ㅊ:15(12,82%)→ㅋ:18(15,38%)
→ㆁ:23(19,66%).

3.3.2 Thuật ngữ hình thái học xét theo số lượng âm tiết cấu thành

Tổng	1AT	2AT	3AT	4AT	5AT	6AT	7-8AT	9-10AT	12,15AT
150	2	16	38	32	34	19	4	3	2
100%	1,33	10,67	25,33	21,33	22,67	12,67	2,67	2	1,33

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

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

(1) Nhóm thuật ngữ là từ đơn tiết và song tiết

- Nhóm thuật ngữ là từ đơn âm tiết.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	㆏	㆑	㆒
1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
0*	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
1**	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Trong số 2/150 từ đơn âm tiết chiếm 1,33%, đơn vị từ thuần gốc Hán và đơn vị thuần gốc Hàn+ từ ngoại lai đều chiếm 50%. Hầu như không xuất hiện từ đơn tiết có nguồn gốc ngoại lai.

- Nhóm thuật ngữ là từ song tiết.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㆁ	㆏	㆑	㆒
1	0	1	0	2	1	1	5	1	1	0	1	0	2	16
0*	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	4
1**	0	1	0	2	1	0	4	0	1	0	0	0	2	12

Có thể thấy, số lượng nhóm thuật ngữ gồm 6 âm tiết giảm mạnh, chỉ còn 19/150 đơn vị chiếm 12,67% . Số lượng các thuật ngữ thuần Hàn, ngoại lai và từ hỗn hợp (12/20 đơn vị) chiếm tỷ lệ nhiều hơn các thuật ngữ gốc Hàn (7/20 đơn vị). Trong nhóm thuật ngữ

đang xét có mục vần a ㅏ, ㅑ, ㅓ, ㅕ, ㅗ, ㅛ không có đơn vị nào xuất hiện. Nhóm thuật ngữ từ gốc Hàn, ngoại lai và từ hỗn hợp có mục ㅓ có số lượng đơn vị xuất hiện cao nhất là 5, trong khi đó nhóm thuật ngữ gốc Hán thì số đơn vị xuất hiện cao nhất chỉ có 3 ở mục vần ㅓ.

- Nhóm thuật ngữ là từ 7-8 âm tiết.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅍ	ㅍ	ㅎ	
0/0	0/0	1/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/1	0/0	0/0	0/2	1/3
0/0*	0/0	1/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/1	0/0	0/0	0/2	1/3
0/0**	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0

Nhóm thuật ngữ có 7 âm tiết chỉ có 1/150 đơn vị thuật ngữ chiếm 0,67%, chiếm một tỷ lệ khá ít trong tổng số thuật ngữ được liệt kê. Nhóm thuật ngữ 8 âm tiết chiếm 3/150 đơn vị (2%). Nhóm thuật ngữ 7-8 âm tiết chỉ xuất hiện ở các mục từ ㅓ, ㅗ, ㅛ, còn các mục từ khác không xuất hiện đơn vị nào.

- Nhóm thuật ngữ là từ 9-10 âm tiết.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅍ	ㅍ	ㅎ	
0/0	0/0	1/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/1	2/1
0/0*	0/0	1/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/1	2/1
0/0**	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0

Các thuật ngữ được thống kê và thể hiện trên bảng trên theo thứ tự thuật ngữ 9 âm tiết/ thuật ngữ 10 âm tiết. Như vậy có 2 thuật ngữ 9 âm tiết xuất hiện trên 150 đơn vị thuật ngữ đang xét chiếm 1,33% như thuật ngữ : 한 단어를 말하는 단계, 두 단어를 말하는 단계. Có 1 thuật ngữ có 10 âm tiết trên 150 thuật ngữ đang xét chiếm 0,67% như thuật ngữ 한자어 단어 형성의 특징.

- Nhóm thuật ngữ là từ 12, 15 âm tiết.

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅍ	ㅍ	ㅎ	
0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/1	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/0	1/1
0/0*	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/1	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	1/0	1/1
0/0**	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0

Qua kết quả khảo sát, phân loại cho thấy: Không xuất hiện nhóm thuật ngữ có 11,13,14 âm tiết. Nhóm thuật ngữ có 12 âm tiết, 15 âm tiết chỉ xuất hiện một lần đó là những thuật ngữ hỗn hợp được tạo bởi các âm tiết Hán và Hàn. Đây là đơn vị có cấu trúc danh ngữ phức tạp.

Để theo dõi sự phân bố của thuật ngữ thuần gốc Hán ở các mục vần theo số lượng âm tiết, chúng tôi đã thống kê và phân loại các đơn vị thuật ngữ thuần gốc Hán theo số lượng âm tiết (các số in đậm trong ngoặc đơn in đậm ở cột 1 bên trái) của từng danh mục vần theo thứ tự bảng chữ cái tiếng Hàn ㄱ → ㅎ theo bảng dưới đây.

Phân bố của thuật ngữ thuần gốc Hán theo số lượng âm tiết

ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅌ	ㅍ	ㅍ	ㅍ	ㅎ	
(1)1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
(2)1	0	1	0	2	1	0	4	0	1	0	0	0	0	2	12
(3)7	0	2	0	2	5	1	4	4	2	3	0	0	0	8	38

(4)5	1	0	0	1	2	2	8	5	1	2	0	0	4	31
(5)0	0	4	0	1	1	2	4	2	0	1	0	0	2	17
(6)1	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	7
(7-8)0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0
(9-10)0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0
(12,15)0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0
15	1	10	0	6	10	5	20	12	4	6	0	0	18	106

Số đơn vị thuần gốc Hán xuất hiện cao nhất ở nhóm các từ có cấu tạo bởi 3 âm tiết (=38 đơn vị) đơn vị, sau đó đến nhóm thuật ngữ có cấu tạo 4 âm tiết (31 đơn vị), nhóm có cấu tạo có âm tiết cao từ 7-8, 9-10, 12-15 âm tiết không xuất hiện đơn vị nào.

Phân bố của các nhóm thuần Hàn, thuần ngoại lai, hỗn hợp

Thuần Hàn	Thuần ngoại lai	Hỗn hợp	Tổng
5	2	37	44
11,63	4,54	84	100%

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

Phân bố thuật ngữ là từ thuần Hàn, thuần ngoại lai và hỗn hợp chia theo âm tiết cấu thành

1AT	2AT	3AT	4AT	5AT	6AT	7-8AT	9-10AT	12,15TA	Tổng
1	4	0	1	17	12	1/3	2/1	1/1	44
2,27	9,1	0	2,27	38,64	27,27	2,27/6,82	4,55/2,27	2,27/2,27	100%

Phân bố của các thuật ngữ theo tính chất từ loại ở các mục văn

	ㄱ	ㄴ	ㄷ	ㄹ	ㅁ	ㅂ	ㅅ	ㅇ	ㅈ	ㅊ	ㅋ	ㅌ	ㅍ	ㅎ	
Không phải là danh từ/ ngữ	1	1	3	0	0	2	3	5	1	1	3	3	3	3	33 (22%)
Danh từ/ ngữ	15	1	11	1	6	10	9	23	13	4	6	7	0	18	117(78%)
	16	2	14	1	6	12	12	28	14	5	9	19	3	21	150(100)

4. Kết luận

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

Về nguồn gốc của thuật ngữ hình thái học trong ngôn ngữ học tiếng Hàn

Số lượng từ thuần gốc Hán chiếm tỷ lệ cao với 70.67%, từ thuần Hàn chiếm 3,33%, từ thuần ngoại lai chiếm 1,33%, từ hỗn hợp 24,67%. Có thể thấy số lượng từ thuần gốc Hán chiếm tỷ lệ cao điều này là cho thấy ảnh hưởng của chữ Hán và văn hóa Hán đến ngôn ngữ Hàn là rất lớn và sâu sắc. Tỷ lệ đáng kể của nhóm từ có nguồn gốc hỗn hợp cũng như sự góp mặt của nhóm từ thuần ngoại lai cho thấy sự hòa nhập mạnh mẽ của

dân tộc Hàn với thế giới bên ngoài, tạo động lực phát triển cho ngôn ngữ. Nguồn gốc đa dạng của thuật ngữ hình thái học ngôn ngữ Hàn cho thấy hệ thống này có tính thống nhất và tính quốc tế khá nổi bật.

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

Về cấu trúc- hình thái của thuật ngữ hình thái học trong ngôn ngữ học tiếng Hàn

Số lượng các thuật ngữ là danh từ/ danh ngữ chiếm đại đa số chiếm 117/150 đơn vị (78%) trong hệ thống thuật ngữ hình thái học ngôn ngữ học tiếng Hàn. Bên cạnh đó còn có các định ngữ/ định từ...

Số lượng âm tiết cấu thành đơn vị thuật ngữ phân bố rải rác từ ít nhất 1 âm tiết đến cao nhất là 15 âm tiết. Các đơn vị cấu thành bởi 3,4,5 âm tiết có số lượng lớn nhất, các đơn vị có 1 âm tiết và 12,15 âm tiết có số lượng ít nhất. Điều này giúp thuật ngữ hình thái học nói chung và thuật ngữ ngôn ngữ Hàn nói riêng thể hiện rõ và đảm bảo đặc trưng về tính ngắn gọn, dễ hiểu của thuật ngữ.

Số lượng từ thuần gốc Hán ở nhóm 3,4,5 âm tiết chiếm tỷ lệ cao trên dưới 38 đơn vị. Điều này đảm bảo tính chính xác của thuật ngữ do đặc điểm của từ gốc Hán. Từ hỗn hợp đạt tỷ lệ cao. Điều này cũng cho thấy số lượng âm tiết trong một đơn vị lớn, cấu trúc càng phức tạp, tất sẽ cần đến nhiều phương tiện liên kết, cần sử dụng nhiều dạng thức kết hợp. Tuy nhiên thuật ngữ càng nhiều âm tiết thì cấu trúc sẽ lỏng lẻo và không đáp ứng được yêu cầu của tính ngắn gọn, dễ hiểu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thiện Giáp, (2010), 777 khái niệm Ngôn ngữ học, Nxb ĐHQGHN
2. Nguyễn Thiện Giáp (chủ biên) Hoàng Thị Yến (2018), Từ điển đối chiếu thuật ngữ Ngôn ngữ học Việt- Anh- Hàn, Hàn- Anh- Việt, Anh - Hàn- Việt, Nxb. Khoa học xã hội.
3. Nguyễn Như Ý (chủ biên), Hà Quang Năng, Đỗ Việt Hùng, Đặng Ngọc Lê (1996), Từ điển giải thích thuật ngữ Ngôn ngữ học. Nxb Từ điển Bách khoa.
4. Hoàng Thị Yến (2015), Nghiên cứu đặc điểm nguồn gốc và cấu tạo của hệ thống thuật ngữ Ngôn ngữ học tiếng Hàn, Tạp chí Hàn Quốc, Hội nghiên cứu khoa học về Hàn Quốc của Việt Nam, số 3(13).2015, tr 46-61

5. Hoàng Thị Yến, Bae Yang Soo (2017), Một số vấn đề của Thuật ngữ học tiếng Hàn, Tạp chí Ngôn ngữ, số 3 tháng 11/2017, tr.39-51
6. 구본관.박재연. 이선웅. 이진호. 황선엽 공저, “한국어 문법 총론 I”, 집문당.
7. 박경자 외(2001), 응용 언어학 사전, 경진문화사.
8. 이은정(2005), 국어.언어학 용어사전, 백산출판사
9. 조은경 (2000), 전문용어의 어휘 형태적 특성 연구 A study on lexico-morphological characteristics of terminology, 연세대학교 대학교, 석사논문.
10. Trang web: <https://ko.dic.naver.com>

Abstract

CHARACTERISTICS OF TERMINOLOGY IN KOREAN LINGUISTICS: A STUDY ON MORPHOLOGICAL TERMINOLOGY

Le Thi Hai Yen

VNU-University of Languages and International Studies

In the field of research and teaching Korean language in Vietnam, an issue that many people probably encounter is how to find and use terminology properly and accurately when outlining a research project or preparing to express their ideas. Many terms are translated or used in different ways. The important thing is to identify the essence of the concept that needs to be translated, and then proceed to the issue of choosing appropriate vocabulary. This article focuses on researching the characteristics of terminology in Korean linguistics - specifically morphology terminology - to serve for effective learning, teaching, and translating between the two languages. This study also to contribute to filling the gap in the picture of morphology terminology in Korean language.

Keywords: Terminology, linguistics, characteristics, morphology

GIẢI MÃ “CON SỐT DU HỌC TỪ SỚM” TẠI HÀN QUỐC NHỮNG NĂM 1990~2000

Nguyễn Thị Thu Vân*

Tóm tắt

Hàn Quốc vốn là quốc gia được biết đến với sự tăng trưởng thần tốc mang tên “Kỳ tích sông Hán”. Một trong những nhân tố góp phần cho sự tăng trưởng này của Hàn Quốc chính là sự chú trọng về giáo dục. Sự coi trọng giáo dục này được thể hiện qua “con sốt giáo dục” - vốn được định nghĩa là sự đầu tư, nhiệt huyết quá mức của các bậc phụ huynh dành cho giáo dục với khát vọng giúp con cái đổi đời thông qua việc học hành, đặc biệt là “con sốt du học từ sớm” bùng nổ vào những năm 1990. Tuy nhiên, mặt trái của nó cũng khiến phát sinh nhiều vấn đề trong gia đình Hàn Quốc nói riêng và xã hội Hàn Quốc nói chung. Bài viết này nhằm giải mã hiện tượng “con sốt du học từ sớm”, lý do phát sinh, biểu hiện và một số vấn đề đặt ra đối với gia đình Hàn Quốc hiện nay.

Từ khóa: Con sốt du học sớm, ông bố ngồng trời, gia đình ngồng trời, giáo dục, Hàn Quốc

1. Con sốt “du học từ sớm” tại Hàn Quốc

1.1. Khái niệm “du học từ sớm”

“Con sốt du học từ sớm” (조기유학 열풍) là hiện tượng trong đó học sinh đi du học từ độ tuổi rất nhỏ. Khác với trong quá khứ, học sinh thường đi du học sau khi tốt nghiệp đại học thì với cơn sốt này, các bậc phụ huynh thường cho con cái đi du học ngay sau khi tốt nghiệp tiểu học hoặc trung học. “Con sốt du học từ sớm” này chính thức bùng nổ tại Hàn Quốc vào những năm 1990.

Kể từ khi Hàn Quốc ký kết vòng đàm phán thương mại Uruguay năm 1990, quốc gia này đã chính thức bước vào thời kỳ toàn cầu hóa. Đặc biệt vào năm 1997, khi cuộc khủng hoảng tiền tệ phát sinh thì tất cả hệ thống kinh tế đều theo hướng tân tự do chủ nghĩa và toàn cầu hóa là yếu tố quan trọng được đưa lên hàng đầu. Vì thế, việc đào tạo tiếng Anh trở thành một trong những nhu cầu cấp thiết trong giáo dục, ngay cả đối với học sinh ở độ tuổi mầm non. Với khát vọng cho con được học tiếng Anh từ sớm ở những nước nói tiếng Anh, các bậc phụ huynh Hàn Quốc bắt đầu đưa con cái ra nước ngoài du học ngay ở độ tuổi còn rất nhỏ và dần dà hiện tượng này trở thành trào lưu, gia tăng liên tục trong những năm 2000.

1.2. Thực trạng “con sốt du học từ sớm”

“Con sốt du học từ sớm” ban đầu chủ yếu tập trung ở những gia đình có vợ chồng độ tuổi 30~40 và có điều kiện kinh tế khá giả, nhưng dần dà, hiện tượng này đã mở rộng phạm vi đến cả những tầng lớp có mức thu nhập thấp hơn. “Theo Tổng cục thống kê, năm 1998 có 1562 du học sinh đi

* Tiến sĩ, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội, Email: vannguyen8619@gmail.com

du học sớm, đến năm 2007 con số này đã tăng lên 29511 người, tăng 44.6% chỉ trong 9 năm. Không chỉ về số lượng, chi phí dành cho du học cũng tăng nhanh, từ 2 tỉ Won năm 2003 lên tới 10 tỉ Won năm 2004” (Lee Doo Hyu, 2008).

Biểu 1 dưới đây cho thấy theo thống kê của Bộ tài nguyên quản trị nhân lực giáo dục, từ năm 1997 đến năm 2007, số lượng du học sinh ở cả ba cấp học - tiểu học, trung học cơ

sở, phổ thông cơ sở đều tăng nhanh: ở bậc tiểu học tăng từ 341 học sinh năm 1996 lên đến 13,814 học sinh năm 2006; bậc trung học cơ sở tăng từ 1743 học sinh năm 1996 lên đến 9246 học sinh năm 2006; bậc phổ thông trung học tăng từ 1489 học sinh lên đến 6451 học sinh vào năm 2006. Tổng số học sinh du học ở ba cấp học tăng từ 3573 học sinh vào năm 1996 lên đến 29511 học sinh vào năm 2006. (Lee Doo Hyu, 2008).

Biểu 1. Thực trạng du học sớm theo năm (1996~2006)

Năm học	Tiểu học	Trung học cơ sở	Phổ thông trung học	Tổng
1996	341	1,743	1,489	3,573
1997	241	978	2,055	3,274
1998	212	473	877	1,562
1999	432	709	698	1,839
2000	705	1,799	1,893	4,397
2001	2,107	3,171	2,666	7,944
2002	3,464	3,301	3,367	10,132
2003	4,052	3,674	2,772	10,498
2004	6,276	5,568	4,602	16,446
2005	8,148	6,670	5,582	20,400
2006	13,814	9,246	6,451	29,511

Nguồn: Dữ liệu báo cáo của Bộ tài nguyên quản trị nhân lực giáo dục (1997-2007), Lee Doo Hyu, 2008

Biểu 2 dưới đây cho thấy xu hướng lựa chọn các quốc gia khi đi du học của các học sinh Hàn Quốc năm 2006 trong đó 31.9% lựa chọn Mỹ là điểm đến, sau đó lần lượt là Trung Quốc (15.8%), Đông Nam Á (14.6%), Canada và các nước khác (13.5%), Úc (4.8%), New Zealand (4.6%), Anh (1.3%). Nếu xếp theo châu lục thì khu vực Bắc Mỹ chiếm tỉ lệ cao nhất với

45.4%, nếu xếp theo khu vực vùng ngôn ngữ thì khu vực các nước nói tiếng Anh chiếm tỉ lệ cao nhất với 54.8%, trong các nước Đông Nam Á thì Philippines cũng là điểm đến được lựa chọn nhiều nhất, cho thấy tiếng Anh luôn là yếu tố được đưa lên hàng đầu khi các bậc phụ huynh lựa chọn quốc gia cho con cái đi du học (Lee Doo Hyu, 2008).

Biểu 2. Thực trạng lựa chọn quốc gia khi đi du học của học sinh Hàn Quốc năm 2006

STT	Mỹ	Canada	Úc	New Zealand	Anh	Trung Quốc	Đông Nam Á	Khác	Tổng
Số người	14,474	6,155	2,196	2,082	598	7,199	6,624	6,103	45,431
%	31.9	13.5	4.8	4.6	1.3	15.8	14.6	13.5	100.0

Nguồn: Dữ liệu báo cáo của Bộ tài nguyên quản trị nhân lực giáo dục năm 2007, Lee Doo Hyu (2008)

Theo kết quả khảo sát vào tháng 8 năm 2003 của tờ Nhật báo Kinh tế, số tiền trung bình hàng tháng mà các “ông bố ngỗng trời” gửi sang cho vợ con ở nước ngoài là 4 triệu 180 nghìn Won (Tờ báo Kinh tế hàng ngày số ra ngày 31 tháng 8 năm 2003, Kim Seong-Sook, 2005). Trong nghiên cứu trường hợp của Kim Seong-Sook (2005) cũng cho thấy các “ông bố ngỗng trời” đều dành 60%~100% thu nhập của mình cho cuộc sống ở nước ngoài của vợ con với mức tiền hàng tháng dao động từ 5 triệu Won ~ 6 triệu Won. Theo Ngân hàng Hàn Quốc, số tiền chi trả cho việc du học của con cái của các “ông bố ngỗng trời” năm 2005 cũng tăng đột biến 37.4% so với năm 2004, năm 2003 tăng 30.5% so với năm 2002” (Kim Seong-Sook, 2005).

Do học sinh Hàn Quốc khi ra nước ngoài thường học ở các trường công lập với mức học phí hầu như được miễn giảm nên số tiền này thường được dùng để chi trả cho tiền nhà, tiền sinh hoạt phí, học thêm, học các kỹ năng văn hóa nghệ thuật v.v.. Trong các chi phí kể trên thì chi phí dành cho tiền nhà thường là mức phí cố định và có sự chênh lệch lớn giữa các khu vực, ngay cả trong cùng một quốc gia. Lấy ví dụ như ở Mỹ, tiền thuê nhà ở các thành phố lớn thường rất đắt đỏ nên trong nghiên cứu của Kim Seong-Sook (2005), ông bố có vợ con sống ở San Diego, Mỹ đã phải chu cấp tới 60 triệu Won/năm (chiếm 60% tổng thu nhập).

1.3. Nguyên nhân phát sinh “cơn sốt du học từ sớm”

Nguyên nhân lý giải cho sự phát sinh của “cơn sốt du học từ sớm” như đã đề cập ở trên xuất phát từ khát vọng cho con cái có thể học tiếng Anh và tiếp cận sớm nhất có thể với nền giáo dục phương Tây. Sâu xa hơn, nguyên nhân của hiện tượng này cũng có thể tìm thấy ở tâm lý chưa hài lòng hay mức độ thỏa mãn còn thấp của các bậc phụ huynh Hàn Quốc đối với nền giáo dục nước

nhà. “Khi nói về những hạn chế, nền giáo dục nước này được cho rằng vẫn còn nặng về nhồi nhét, quá tải và xoay quanh điểm số, nặng về thành tích và tập trung quá đà vào kỳ thi đại học” (Park Eui-Seok, 2003). “Kỳ thi đầu vào Hàn Quốc thậm chí còn được gọi là “kỳ thi địa ngục” theo cả nghĩa đen và nghĩa bóng trong đó các em học sinh phải đối diện với những áp lực vô cùng căng thẳng. Tỷ lệ học sinh tự tử trước và sau kỳ thi ngày càng tăng cao” (Đỗ Phương Thùy, 2017).

Để tồn tại trong cuộc cạnh tranh khốc liệt trong giáo dục và xã hội này, chi phí dành cho giáo dục tư cũng ngày càng gia tăng. “Theo thống kê, chi phí đầu tư cho việc học thêm của con cái mỗi năm của các gia đình tại Hàn Quốc là 2.000 tỉ Won. Vào năm 2009, chi phí mà chính phủ và các cá nhân dành cho giáo dục tư chiếm khoảng 8% GDP của Hàn Quốc, nhưng trong số này, chính phủ Hàn Quốc chỉ chi trả 4.9%, còn lại 3.1% là do các cá nhân phải gánh vác. Theo báo cáo của “Thời báo kinh tế Seoul” số ra ngày 10 tháng 10 năm 2012, chi phí cho giáo dục tư của Hàn Quốc luôn cao nhất trong các quốc gia thuộc nhóm OECD trong vòng 12 năm qua. Đặc biệt, khi lệnh cấm dạy và học tư được gỡ bỏ vào cuối những năm 90 thì các bậc cha mẹ không tiếc tiền vung tay vào việc cho con cái ở các trung tâm học thêm (Hak-won). Hàng tháng, mỗi gia đình có thể chi trả số tiền tương đương 20 triệu VNĐ đến 80 triệu VNĐ cho việc học thêm của một đứa trẻ. 2.8% GDP của Hàn Quốc nằm trong hệ thống trung tâm học thêm Hak-won này” (Đỗ Phương Thùy, 2017).

Áp lực từ hệ thống giáo dục trong nước, gánh nặng chi trả cho giáo dục tư nhằm tồn tại được trong cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa các gia đình khiến cho một bộ phận các phụ huynh quyết tâm đầu tư tài chính cho con đi du học sớm và hiện tượng này đã chính thức trở thành “cơn sốt du học từ sớm” tại Hàn Quốc.

2. Những tác động của “con sốt du học từ sớm” tại Hàn Quốc đối với xã hội Hàn Quốc

Một trong những hiện tượng gắn liền với “con sốt du học từ sớm” chính là “gia đình ngỗng trời” - hình thái gia đình phái sinh do con cái được gửi sang nước ngoài du học từ sớm, theo đó người mẹ sẽ đi theo chăm sóc con cái, người bố ở lại làm việc kiếm tiền gửi sang cho vợ con. Việc gia đình ly tán và người bố chỉ có thể sang thăm vợ con 1-2 lần trong một năm khiến những gia đình này được gọi là “gia đình ngỗng trời”. Theo thống kê của Tổng cục thống kê Hàn Quốc, kể từ năm 1990, mỗi năm Hàn Quốc có khoảng 20.000 “gia đình ngỗng trời” rời Hàn Quốc với mong muốn con cái được hưởng sự tiên tiến của nền giáo dục phương Tây. Trong tiếng Hàn, gần với khái niệm “ông bố ngỗng trời”, còn có khái niệm “ông bố chim mòng biển” (갈매기 아빠) nhưng chủ yếu để chỉ những ông bố cho con cái và vợ đến thủ đô Seoul hoặc ngược lại đến các địa phương khác ngoài nơi gia đình mình sinh sống để học tập và không được gặp gỡ gia đình thường xuyên.

Thuật ngữ “ông bố ngỗng trời” và “gia đình ngỗng trời” đã chính thức có tên trong danh sách từ vựng phái sinh của Viện quốc ngữ Quốc gia Hàn Quốc năm 2002. Gần đây xuất hiện thêm hai cụm từ phái sinh nữa để phân loại những ông bố này là “ông bố chim đại bàng” (독수리 아빠) và “ông bố chim cánh cụt” (펭귄 아빠) trong đó “ông bố đại bàng” là những ông bố có điều kiện kinh tế, có thể bay qua nước ngoài thăm vợ con bất cứ khi nào mình muốn, dũng mãnh như những chú đại bàng. Còn “ông bố chim cánh cụt” chỉ những ông bố không có khả năng kinh tế, dù muốn cũng không thể bay sang nước ngoài thăm vợ con, giống như chim cánh cụt không thể bay được” (Đỗ Phương Thùy, 2017).

Kể từ khi xuất hiện, hiện tượng “ông bố ngỗng trời” tại Hàn Quốc vẫn không ngừng gia tăng, trở thành một loại hình gia

đình hiện đại vốn gặp nhiều vấn đề thách thức như sau:

Đầu tiên là vấn đề tâm lý và gia tăng stress, rối loạn lo âu thậm chí nhiều trường hợp đột tử hoặc tự tử do làm việc quá tải và trầm cảm của những “ông bố ngỗng trời”.

Gánh nặng kinh tế và mức sinh hoạt đắt đỏ khiến cho những ông bố thường phải làm việc quá tải. Khi mới xuất hiện, những “gia đình ngỗng trời” này chủ yếu giới hạn ở tầng lớp có thu nhập và vị thế xã hội tương đối cao như bác sĩ, giáo sư, giám đốc những doanh nghiệp lớn. Tuy nhiên, đến năm 2006, con số này không chỉ tăng lên đáng kể mà còn xuất hiện ở cả tầng lớp trung lưu hoặc thậm chí thu nhập trung bình. Đặc biệt, với những gia đình có mức thu nhập thấp so với mức phí phải chi trả cho vợ con sinh sống và học tập tại nước ngoài, họ phải rơi vào cảnh nợ nần, dẫn đến nhiều vấn đề xã hội kéo theo.

Một trong những mối lo trực diện nhất đối với những “ông bố ngỗng trời” này chính là tỉ giá tiền tệ. Khi tỉ giá tiền tệ tăng cũng là lúc những mối lo âu, stress kéo theo đối với họ cũng như mức sống của vợ con họ ở nước ngoài cũng bị ảnh hưởng. Theo các thống kê của báo chí, nhiều “ông bố ngỗng trời” gặp phải tình trạng bệnh tật do sinh hoạt ăn uống không điều độ cùng với rối loạn lo âu kéo dài. Căn cứ theo một kết quả điều tra khảo sát của bệnh viện Hyemin Seoul với 87 “ông bố ngỗng trời” thì 52% trong số đó gặp các vấn đề về tiêu hóa, ngoài ra là các vấn đề về chứng huyết áp cao và trầm cảm.

Dưới đây là một số trường hợp tử vong của các “ông bố ngỗng trời” tính từ sau năm 2001, theo bài báo của Nhật báo Kookmin năm 2005 trong đó nguyên nhân tử vong bao gồm cao huyết áp, đột tử, xuất huyết não, truy tim và tự tử. Các trường hợp này đều không sống cùng vợ con trong khoảng thời gian từ 6 tháng cho đến 10 năm.

Biểu 3. Những trường hợp tử vong của “ông bố ngỗng trời” phát sinh sau năm 2001

Năm	Nạn nhân	Nguyên nhân	Bối cảnh
17.10.2005	50 tuổi	Cao huyết áp, đột tử	Sau khi tử vong 5 ngày mới được phát hiện, trưởng phòng văn phòng kiến trúc, công việc kinh doanh thất bại
3.1.2005	50 tuổi	Tự tử, trầm cảm	4 năm không sinh sống cùng gia đình, công việc kinh doanh thất bại
9.12.2004	50 tuổi	Tự tử	10 năm không sinh sống cùng gia đình, công việc kinh doanh thất bại
25.11.2004	42 tuổi	Tự tử	Cô đơn
12.4.2004	45 tuổi	Tự tử	Tranh giành quyền nuôi con sau khi ly hôn, nhân viên ngân hàng
25.10.2003	49 tuổi	Đột tử	
2.7.2003	36 tuổi	Tự tử	1 năm không sống cùng gia đình, công việc kinh doanh thất bại, bản thân chủ động ly hôn
28.3.2003	42 tuổi	Xuất huyết não	6 tháng không sống cùng gia đình, quân nhân
26.3.2003	41 tuổi	Trụy tim	Giáo sư

Nguồn: Bài báo của Nhật báo Kookmin năm 2005

Thứ hai là sự xa cách giữa các thành viên trong gia đình, thiếu vắng vai trò của người cha đối với quá trình trưởng thành của con cái, sự suy giảm thậm chí mất kết nối trong mối quan hệ vợ chồng, gia tăng tỉ lệ ly hôn.

Có thể thấy những học sinh nằm trong cơn sốt du học sớm đều ở lứa tuổi còn nhỏ, vị thành niên, chưa phát triển đầy đủ về tâm sinh lý. Ở lứa tuổi này, việc được gần gũi người cha là một trong những yếu tố rất quan trọng giúp các em hình thành và ổn định tính cách. Nhưng trên thực tế, họ thường bị ly tán trong một thời gian dài, chỉ có thể gặp gỡ 1-2 lần trong một năm thậm chí lâu hơn do chi phí đi lại đắt đỏ.

Trong nghiên cứu của Eom Myeong Young (2002) cũng đã chỉ ra việc xa cách trong một thời gian dài giữa vợ chồng và cha con của những “gia đình ngỗng trời” có hai mặt tích cực và tiêu cực. Ở phương diện tích cực, việc sống một mình giúp người cha có thể tập trung vào công việc, tuy nhiên ở phương diện ngược lại, điều này khiến phát

sinh các vấn đề về tâm sinh lý cũng như các vấn đề về quản lý sức khỏe đối với những ông bố trong các gia đình này. “Việc ly tán trong một thời gian dài khiến cho vai trò người cha trong những gia đình này trở nên chỉ mang tính tượng trưng, những tình cảm vốn có của gia đình như sự thân mật, gần gũi, kết nối được thay thế bằng niềm tin, sự thương cảm. Một trong những mặt trái không thể phủ nhận chính là các vấn đề về sinh lý, tình dục, vấn nạn ngoại tình giữa các cặp vợ chồng khi sinh sống xa nhau trong một thời gian dài” (Kim Yang Hee, Jang Eun Jeong, 2004)

Thứ ba, việc thích ứng đối với cuộc sống nơi nước ngoài của các bà mẹ cũng là một vấn đề lớn.

Những bà mẹ trong gia đình ngỗng trời thường rời Hàn Quốc ở độ tuổi 30~40 - độ tuổi không dễ dàng để bắt đầu thích nghi với một cuộc sống mới. Đặc biệt, những người mẹ này khi còn ở Hàn Quốc thường làm công việc nội trợ toàn thời gian, do đó khi sang nước ngoài, việc thích ứng với một

môi trường hoàn toàn mới, phải sử dụng ngôn ngữ khác với tiếng mẹ đẻ hay tìm một công việc để giảm bớt gánh nặng về tài chính cho người chồng là một thách thức không nhỏ đối với họ.

Trong nghiên cứu trường hợp của Yeom Ji Sook (2010) về cuộc sống của bà mẹ và con cái “gia đình ngỗng trời” ở thành phố E phía Tây Canada cũng đã chỉ ra những khó khăn trong việc thích ứng với cuộc sống nước ngoài mà họ gặp phải do rào cản về ngôn ngữ. Có thể nói, những “gia đình ngỗng trời” này là một trong những loại hình gia đình gặp nhiều khó khăn và tiềm ẩn nhiều vấn đề, nhất là việc cân bằng cuộc sống (well-being) của không chỉ ông bố, bà mẹ mà cả những đứa con trong những gia đình này” (Lee Yu-Jin, Hwang Seon-Hwa, 2022)

Thứ tư, việc thích ứng trở lại khi quay trở lại Hàn Quốc của con cái các “gia đình ngỗng trời” này cũng là một vấn đề không hề đơn giản.

Việc đã quen sinh sống một thời gian dài tại nước ngoài từ nhỏ khiến cho con cái của những “gia đình ngỗng trời” này ở phương diện tích cực có thể dễ dàng tiếp nhận nền văn hóa phương Tây cũng như sự tiến tiến của nền giáo dục nơi đây. Tuy nhiên ngược lại, việc quay trở lại Hàn Quốc với nền văn hóa Á Đông có nhiều điểm khác biệt cùng những cạnh tranh khốc liệt trong giáo dục cũng như trong xã hội khiến cho những học sinh này dễ gặp phải những cú sốc văn hóa ngược và “mắc kẹt” giữa hai nền văn hóa.

3. Kết luận

Như vậy, bài viết này đã tìm hiểu nhằm giải mã hiện tượng “con sói du học từ sớm” - một trong những hiện tượng xã hội bùng nổ vào những năm 1990 tại Hàn Quốc. Có thể thấy sự xuất hiện của hiện tượng này là kết quả tất yếu của những yếu tố về kinh tế, văn hóa, xã hội của Hàn Quốc giai đoạn này.

Ở khía cạnh tích cực, nhờ chú trọng vào giáo dục sớm và “con sói du học từ sớm”, Hàn Quốc đã đạt được những tăng trưởng thần tốc, giúp Hàn Quốc vươn lên trở thành con rồng Châu Á trong một khoảng thời gian ngắn. Tuy nhiên, mặt trái của nó cũng khiến các gia đình Hàn Quốc đứng trước nhiều vấn đề thách thức - sự phân ly và chia cắt, gia tăng tỉ lệ ly hôn, tâm lý căng thẳng của những ông bố bà mẹ trong các gia đình này cũng như khó khăn trong việc tái hòa nhập xã hội Hàn Quốc của con cái những gia đình này.

Đứng trước tình trạng này, chính phủ Hàn Quốc đã có những chính sách chú trọng hơn vào việc cải tiến chất lượng giáo dục lấy người học làm trung tâm và giảm bớt những áp lực đối với người học để du học từ sớm không còn là lựa chọn duy nhất đối với các bậc phụ huynh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt:

1. Đỗ Phương Thùy (2017), “Con sói giáo dục của Hàn Quốc”, *Kỷ yếu Hội thảo quốc gia 2017: Nghiên cứu và giảng dạy ngoại ngữ, ngôn ngữ và quốc tế học tại Việt Nam*, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tài liệu tiếng Hàn:

2. 김양희, 장은정(2004). “장기분거가족에 대한 탐색적 연구”. *한국가족관계학회*, 제9권 제2호. 1-23.
<Kim Yang-Hee, Jang Eun-Jeong (2004), “Nghiên cứu về gia đình sống xa cách trong thời gian dài”, *Hiệp hội Quan hệ Gia đình Hàn Quốc*, Quyển 9, Số 2, tr.1-23>
3. 이유진, 황선화 (2022), “기러기 가족의 여가 복지를 위한 분거 기간, 미국인과 보내는 여가시간, 주관적 웰빙의 관계”, *한국여가레크리에이션학회지*, 제46권, 제2호, 63~72. <(Lee Yu-Jin, Hwang Seon-Hwa (2022), “Thời gian sống xa cách dành cho phúc lợi giải trí của gia đình ngỗng trời, thời gian trí cùng với người Mỹ, mối quan hệ Well-being mang tính chủ quan, *Korean Society of Leisure, Recreation & Park*, Quyển 46, số 2, tr.63-72.>

4. 양미진, 손재환, 김인규 (2014), “기러기 가족의 성공적 적응요인 연구”, 교육종합연구, 제12권 4호 <Yang Mi-Jin, Son Jae-Hwan, Kim In-Kyu (2014), “Nghiên cứu các yếu tố thích ứng thành công của gia đình ngỗng trời”, *Tạp chí Nghiên cứu Tổng hợp Giáo dục*, Quyển 12, Số 4.>
5. 김성숙 (2005), “기러기 아빠의 경제적 삶과 가정생활”, 한국가정관리학회:학술대회 <Kim Seong-Sook (2005), “Đời sống kinh tế và sinh hoạt gia đình của ông bố ngỗng trời”, *Kỷ yếu hội thảo Hiệp hội Quản lý Gia đình Hàn Quốc*.>
6. 이두휴 (2008), “기러기 아빠의 교육적 희망과 갈등 연구”, *The Journal of Research in Education*, 2008. 11. 제32집 pp. 21-46. <Lee Do-Hyu (2008), “Nghiên cứu về hy vọng và xung đột mang tính giáo dục của ông bố ngỗng trời”, *The Journal of Research in Education*, Quyển 32, tr.21-46.>
7. 엄명용(2002). “장기분거가족의 전문직 남성문제:기러기 아빠”, *한국가족치료학회*, 제10권 제2호. 25-43 <Eom Myeong-Yong (2002), “Vấn đề mang tính nam giới của những ông bố ngỗng trời trong các gia đình sống xa cách trong thời gian dài”, *Học hội Trị liệu Gia đình Hàn Quốc*, Quyển 10, Số 2, tr.25-43.>
8. 박의석 (2003), “한국 교육제도의 문제점과 개선방안 연구: 독일과의 비교를 중심으로”, 석사 학위 논문, 동아대학교. <Park Eui-Seok (2003), “Nghiên cứu về vấn đề tồn đọng của nền giáo dục Hàn Quốc và phương án cải thiện: Trọng tâm nghiên cứu so sánh với Đức”, *Luận văn Thạc sĩ, Đại học Donga*.>
9. 엄지숙 (2010), “기러기 엄마와 조기유학 어린이의 삶”, 한국영유아교육학회, 제14권, 제5호, 367~386. <Yeong Ji-Sook (2010), “Cuộc sống của trẻ em du học sớm và người mẹ”, *Hiệp hội đào tạo giáo viên giảng dạy trẻ em*, Quyển 14, Số 5, tr.367-386.>
10. 교육인적자원부. 초.중.고유학생 관련 통계자료 (2000-2007) <Dữ liệu thống kê liên quan đến du học sinh tiểu học, trung học cơ sở và trung học phổ thông, Bộ Tài nguyên Nhân lực Giáo dục, 2000-2007.>

Tài liệu tiếng Anh

11. Youngwoo Park (2011), *Cultural Identity Crafting Across Different Cultures in the U.S.: An Ethnographic Study of Temporary Migrant Korean Secondary Students Chogi-Youhacksangs and Girugi Students*, Doctorate Dissertation, Florida State University.
12. New York Times (2008.6.8), “For English Studies, Koreans Say Goodbye to Dad”
13. The Korea Times (2009.2.22), “Phenomenon of Wild Goose Fathers in South Korea”

Abstract

DECIPHERING THE “EARLY STUDY-ABROAD FEVER” IN SOUTH KOREA IN THE 1990S~2000S

Dr. Nguyen Thi Thu Van
VNU-University of Languages and International studies

South Korea, a country known for its rapid growth is named “Miracle of the Han River”. One of the factors contributing to the rapid economic growth is the emphasis of the Government’s policies on education. This respect for education is reflected in the “educational fever” - which is defined as the excessive investment and enthusiasm of parents in education with the desire to help their children change their lives through education. Studying, especially the “fever to study abroad early” exploded in the 1990s. However, this phenomenon also caused many problems in Korean families in particular and Korean society in general. This article aims to analyze the phenomenon of “early study-abroad fever” by having a closer look at the causes, manifestations and some problems that challenge Korean families today.

Keywords: Early study-abroad fever, Goose father, Goose family, Education, Korea

TÌM HIỂU CHIẾN LƯỢC C-KOREA 2010 VỚI MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA ĐẠT TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ CỦA HÀN QUỐC

Vũ Nguyễn Hải Đăng*
Phạm Thị Tuyết**

Tóm tắt

Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích chiến lược C-Korea 2010 của chính phủ Hàn Quốc, đặc biệt là trong lĩnh vực phát triển ngành công nghiệp văn hoá của nước này. C-Korea 2010 là một kế hoạch toàn diện của chính phủ Hàn Quốc với mục tiêu tăng cường vị thế và ảnh hưởng của Hàn Quốc trong khu vực và trên thế giới.

Nghiên cứu của tác giả tập trung vào các chính sách và biện pháp cụ thể được triển khai trong khuôn khổ của chiến lược C-Korea 2010, bao gồm cả việc xây dựng hệ thống hạ tầng văn hoá, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp văn hoá, và đẩy mạnh các hoạt động quảng bá văn hoá của Hàn Quốc ra thế giới.

Từ khóa: Công Nghiệp Văn Hóa Hàn Quốc, Hàn lưu, nội dung văn hóa, nội dung sáng tạo, C-Korea 2010

1. Đặt vấn đề

Từ thập niên 90 của thế kỷ 20 Hàn Quốc đã có những động thái và chính sách nhằm phát triển công nghiệp nói chung và phát triển công nghiệp văn hóa nói riêng. Trong hàng loạt những chính sách mà chính phủ Hàn Quốc đưa ra để phát triển ngành công nghiệp văn hóa, không thể không nói tới chiến lược C-Korea 2010. Đây là một trong những chiến lược quan trọng phát triển ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc và đưa ngành này thành một trong những ngành kinh tế tiềm năng.

Mục tiêu của bài viết này là tìm hiểu về nhiệm vụ và phương án phát triển ngành công nghiệp văn hóa đạt tiêu chuẩn quốc tế nằm trong chiến lược C-Korea 2010, phương hướng phát triển ngành công nghiệp văn hóa của Chính Phủ Hàn Quốc và những giải pháp nhằm giải quyết những vấn đề còn tồn đọng làm hạn chế sự phát triển trong thời kỳ đầu phát triển công nghiệp văn hóa của đất nước này, từ đó có thể cung cấp các dữ liệu cần thiết cho các nhà hoạt động trong lĩnh vực văn hóa tại Việt Nam ở thời điểm hiện tại.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Ngành công nghiệp văn hoá tại Hàn Quốc bao gồm các lĩnh vực như điện ảnh, âm nhạc, truyền hình, xuất bản, biểu diễn, trò chơi điện tử, truyền thông đa phương tiện...

Các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp văn hoá tại Hàn Quốc đang phát triển mạnh mẽ và đóng góp rất lớn vào nền

* Thạc sĩ; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: dangvu.2894@gmail.com

** Thạc sĩ; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: tuyet57672310@gmail.com

kinh tế quốc gia. Theo thống kê của Tổ chức giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc(UNESCO), doanh thu của ngành công nghiệp văn hoá tại Hàn Quốc đạt khoảng 250 tỷ USD và cung cấp gần 30 triệu việc làm trên thế giới.

Trong ngành công nghiệp văn hoá tại Hàn Quốc, ngành điện ảnh là lĩnh vực phát triển mạnh nhất. Hàn Quốc đã nổi tiếng với hàng loạt bộ phim truyền hình và phim điện ảnh nổi tiếng trên toàn thế giới, như “Hậu duệ mặt trời”, “Người thầy y đức”, “Parasite”, “Crash Landing On You”, và nhiều tác phẩm khác.

Bên cạnh đó, ngành truyền thông đa phương tiện của Hàn Quốc cũng đang phát triển mạnh mẽ với sự ra đời của các công ty truyền thông lớn như CJ E&M, S.M. Entertainment, và YG Entertainment. Các công ty này không chỉ sản xuất âm nhạc, phim ảnh, chương trình truyền hình mà còn quản lý các nhóm nhạc, diễn viên, và người nổi tiếng khác.

Các trò chơi điện tử cũng đang trở thành một lĩnh vực phát triển mới của công nghiệp văn hoá tại Hàn Quốc. Các công ty trò chơi điện tử như Nexon và Netmarble đang trở thành các nhà sản xuất trò chơi hàng đầu thế giới.

Với sự phát triển của công nghệ và internet, các nền tảng truyền thông xã hội và video trực tuyến như Youtube, Tiktok đang trở thành một kênh quan trọng để các nghệ sĩ, nhạc sĩ, diễn viên và tác giả tiếp cận với khán giả của mình. Các nghệ sĩ trẻ Hàn Quốc như BTS, BLACKPINK, IU và nhiều nghệ sĩ khác đang thu hút sự chú ý của khán giả toàn cầu thông qua các nền tảng này.

2.2. Chiến lược C-Korea 2010 (2005)

C-Korea 2010 được đưa ra bởi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch của Hàn Quốc vào năm 2005 nhằm triển khai các chính sách để thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa, đóng góp cho sự phát triển của nền

văn hóa nghệ thuật, tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội của đất nước. Vào tháng 7 cùng năm, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã công bố chiến lược "C-Korea 2010" nhằm đạt được mục tiêu trở thành một trong năm quốc gia hàng đầu thế giới trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Các nhiệm vụ chính để thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa bao gồm:

Thứ nhất: Phát triển thị trường ngành công nghiệp văn hóa đạt tiêu chuẩn quốc tế

Thứ hai: Đổi mới cơ cấu phân phối của ngành công nghiệp văn hóa

Thứ ba: Xây dựng cơ sở hạ tầng cho ngành công nghiệp bản quyền nhằm tăng cường sức mạnh thương hiệu quốc gia.

Thứ tư: Thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp thông qua việc quảng bá Hàn Quốc trên thế giới thông qua làn sóng Hàn Quốc (Hallyu).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này tác giả sử dụng phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu được tham khảo từ sách trắng về công nghiệp văn hóa (2005) do chính phủ Hàn Quốc phát hành.

4. Kết quả nghiên cứu

Ở bài viết này, chúng ta sẽ tìm hiểu về nhiệm vụ đầu tiên của chiến lược C-Korea 2010 “phát triển thị trường ngành công nghiệp văn hóa đạt tiêu chuẩn quốc tế” nhiệm vụ này tập trung vào việc xây dựng một nền tảng cơ sở hạ tầng cho ngành công nghiệp văn hóa, tăng cường khả năng cạnh tranh của các sản phẩm văn hóa Hàn Quốc trên thị trường quốc tế, và tiếp cận khách hàng quốc tế thông qua các hoạt động quảng bá và marketing. Mục tiêu của chiến lược là biến Hàn Quốc thành một trong năm quốc gia có ngành công nghiệp văn hóa phát triển mạnh nhất thế giới vào năm 2010 và tập trung vào 5 nhiệm vụ nhỏ:

Thứ nhất: Tập trung phát triển các nội dung văn hóa chủ chốt trong thời đại kết

hợp kỹ thuật số - 디지털 융합 시대의 핵심
문화콘텐츠산업 집중 육성

Thứ hai: Xây dựng cơ sở để đào tạo các chuyên gia trong ngành công nghiệp văn hóa - 문화산업 핵심 인력 양성 기반 구축,

Thứ ba: Nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới ứng dụng trong ngành công nghiệp văn hóa - CT 핵심 기술 개발

Thứ tư: Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp văn hóa để đầu tư và phát triển - 문화산업 투자환경 조성

Thứ năm: Thiết lập cụm công nghiệp, văn hóa địa phương - 지역 문화산업 클러스터 조성

4.1. Tập trung phát triển các nội dung văn hóa chủ chốt trong thời đại kết hợp kỹ thuật số:

4.1.1. Tối đa hóa hiệu quả kinh tế thông qua cải tiến cơ cấu và cơ chế ngành công nghiệp game:

Mục tiêu: Hàn Quốc đặt mục tiêu tăng doanh số bán game trong nước từ 4.3 tỷ won vào năm 2004 lên mức 10 nghìn tỷ won vào năm 2010 và tăng số lượng người lao động trong ngành từ 44 nghìn người lên 86 nghìn người. Hàn Quốc cũng muốn tăng thị phần của mình trên thị trường game toàn cầu từ vị trí thứ 8 năm 2004 lên vị trí thứ 3 vào năm 2010, đồng thời tăng doanh thu từ 380 triệu đô la năm 2004 lên 1 tỷ đô la vào năm 2010.

Tình trạng và những vấn đề đang đối diện của ngành công nghiệp game Hàn Quốc tại thời điểm năm 2005:

Vấn đề nghiện game còn tồn tại, tội phạm mạng liên quan đến game trực tuyến và nhận thức xã hội về game còn thấp. Ngoài ra, có sự chuyên môn hóa và tách nhỏ quá mức trong ngành công nghiệp game, thiếu năng lực quảng bá game của Hàn Quốc trên thị trường quốc tế song song với cơ sở hạ tầng cho e-sports chưa được phát triển đầy đủ.

Giải pháp:

Thứ nhất: Cải thiện điều kiện kinh doanh cho các doanh nghiệp game nhỏ và trung bình, tạo ra một môi trường game lành mạnh và cải thiện hạ tầng thông tin cho ngành công nghiệp game.

Thứ hai: Hàn Quốc đã lên kế hoạch mở rộng thị trường game toàn cầu thông qua các hoạt động giới thiệu sản phẩm tại các khu vực khác nhau và tạo ra nội dung game phù hợp với nhu cầu của từng thị trường.

Thứ ba: Chính phủ Hàn Quốc mong muốn phát triển e-sports thông qua việc xây dựng các địa điểm chuyên dụng và hỗ trợ các cuộc thi quốc tế, cũng như cải thiện hạ tầng cho e-sports.

4.1.2. Mục tiêu, hướng đi và các vấn đề cũng như giải pháp cho ngành công nghiệp phim điện ảnh tại Hàn Quốc:

Mục tiêu:

Thứ nhất: Mở rộng năng lực cạnh tranh trên thị trường thông qua cải thiện cấu trúc thị trường và ứng phó với thách thức về môi trường toàn cầu.

Thứ hai: Tăng cường đa dạng hóa và năng lực sáng tạo trong ngành công nghiệp phim Hàn Quốc.

Thứ ba: Để đạt được mục tiêu này, Hàn Quốc đã đặt ra các chỉ tiêu về tăng trưởng doanh thu, tăng số lượng nhân lực, và tăng số lượng phim xuất khẩu. Theo đó, từ năm 2004 đến năm 2010, doanh thu trong nước phải tăng từ 2.8 tỷ won lên 4.1 tỷ won, số lượng nhân viên trong lĩnh vực tăng từ 41.000 người lên 61.000 người, và xuất khẩu phim tăng từ 58 triệu USD lên 250 triệu USD.

Hiện trạng và các vấn đề:

Thứ nhất: Ở thời điểm năm 2005 ngành công nghiệp phim trên toàn cầu đang chuyển đổi sang công nghiệp điện ảnh kỹ thuật số, tuy nhiên, Hàn Quốc vẫn đang ở giai đoạn sơ khai trong việc phổ biến công nghệ và hệ thống ngành công nghiệp phim.

Thứ hai: Mặc dù thị trường phim trong nước đang phát triển mạnh mẽ, tuy nhiên, doanh thu từ sản phẩm phụ như đĩa DVD đang giảm dần, và thị trường đang đạt đến giới hạn.

Thứ ba: Các bộ phim thương mại chiếm đa số trên các phòng chiếu, nên cơ hội chiếu các bộ phim nghệ thuật đang bị giảm sút, dẫn đến việc sản xuất phim nghệ thuật cũng đang giảm sút.

Giải pháp và hướng đi:

Để khắc phục tình trạng này chính phủ Hàn Quốc đã xây dựng một số giải pháp:

Thứ nhất: Xây dựng cơ sở hạ tầng phim điện ảnh số để phù hợp với môi trường kỹ thuật số.

Thứ hai: Tăng cường hỗ trợ sản xuất phim truyền hình và phim trực tuyến.

Thứ ba: Xây dựng cơ sở hạ tầng để thúc đẩy sản xuất phim độc lập và nghệ thuật, bao gồm mở rộng quy mô cho việc hỗ trợ sản xuất, xây dựng các rạp phim chuyên dụng cho phim nghệ thuật, và hỗ trợ giáo dục trong lĩnh vực phim điện ảnh.

4.1.3 Mục tiêu, hướng đi cơ bản của ngành công nghiệp âm nhạc, tình hình và các vấn đề của ngành, cùng với các giải pháp triển khai để giải quyết các vấn đề đó:

Các mục tiêu và hướng đi của ngành âm nhạc tại Hàn Quốc năm 2005:

Chính phủ Hàn Quốc đưa ra các cải cách cấu trúc công nghiệp và phân phối nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh trên thị trường thông qua việc tăng trưởng doanh thu từ nội địa và mở rộng thị trường quốc tế.

Từ những phân tích số liệu của sách trắng về Công nghiệp văn hóa năm 2005 có thể thấy kỳ vọng doanh thu ngành âm nhạc nội địa tăng từ 2,3 nghìn tỷ won vào năm 2004 lên 4,1 nghìn tỷ won vào năm 2010, cùng với sự tăng lượng nhân sự từ 66.000 người vào năm 2004 lên 99.000 người vào năm 2010. Ngoài ra, ngành âm nhạc Hàn Quốc cũng đẩy mạnh việc khai thác thị

trường quốc tế với mức tăng trưởng từ 19,81 triệu USD vào năm 2004 lên 33 triệu USD vào năm 2010.

Hiện trạng và các vấn đề:

Ở thời điểm năm 2005 sự xuất hiện của các phương tiện truyền thông mới như internet, MP3 và điện thoại di động, đã gây khó khăn trong việc sử dụng các sản phẩm âm nhạc truyền thống. Sự tập trung vào một số thể loại nhạc đặc biệt cũng dẫn đến mất mát sự đa dạng trong các sản phẩm âm nhạc, đặc biệt là các thể loại nhạc không phổ biến.

Giải pháp:

Một là: Cải thiện cơ cấu phân phối âm nhạc kỹ thuật số bằng việc cải tiến hệ thống chuyển giao âm nhạc và xây dựng cơ sở dữ liệu về nội dung âm nhạc để đảm bảo tính hiệu quả của việc phân phối nội dung.

Hai là: Hỗ trợ các nhà sản xuất độc lập bằng cách tăng cường hỗ trợ cho các công ty sản xuất độc lập và mở rộng phạm vi phân phối của họ.

Ba là: Đẩy mạnh việc xuất khẩu và xúc tiến hợp tác với các thị trường âm nhạc quốc tế thông qua việc tham gia vào các triển lãm âm nhạc quốc tế và các hoạt động khác có liên quan.

4.1.4. công nghiệp phát sóng và sản xuất nội dung truyền hình tại Hàn Quốc định hướng tới năm 2010:

Mục tiêu và hướng đi chính của ngành là hỗ trợ phát triển các nội dung truyền hình mới, đặc biệt là các nội dung truyền hình liên quan đến các phương tiện truyền thông mới như các nền tảng truyền hình internet và phát sóng truyền hình thông qua thiết bị di động. Ngoài ra, ngành cũng đặt mục tiêu tăng cường xuất khẩu nội dung truyền hình đến thị trường quốc tế.

Cụ thể:

- Hỗ trợ chiến lược cho nội dung truyền hình mới thông qua các phương tiện truyền thông mới.

- Thị trường trong nước: Từ 7,5 tỷ won vào năm 2004 đến 15,5 tỷ won vào năm 2010

- Tăng cường sử dụng: Từ 40.465 người vào năm 2004 đến 57.685 người vào năm 2010

- Hỗ trợ kinh phí cho xuất khẩu nội dung chương trình truyền hình.

4.2. Xây dựng cơ sở để đào tạo các chuyên gia trong ngành công nghiệp văn hóa

4.2.1: Thành lập và vận hành trường đại học CT (Culture Technology)

Mục tiêu của việc thành lập trường là để đào tạo những chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực quản lý kế hoạch nội dung thông qua công nghệ CT.

Tại thời điểm năm 2005, ngành công nghiệp văn hóa tại Hàn Quốc có liên quan mật thiết đến sự thay đổi công nghệ kỹ thuật số cũng như có sự kết hợp giữa các thể loại nội dung. Tuy nhiên, những chuyên gia có khả năng hỗ trợ cho các kế hoạch, kỹ năng kinh doanh và chiến lược quản lý trong lĩnh vực công nghiệp này lại thiếu hụt. Giải pháp để giải quyết vấn đề này là thành lập trường đại học CT và đào tạo các chuyên gia trong lĩnh vực quản lý và kế hoạch nội dung dựa trên công nghệ CT. Để hoàn thành mục tiêu này, trường đại học CT đã được thành lập bên trong đại học KAIST và lên kế hoạch đào tạo khoảng 100 sinh viên mỗi năm (bao gồm cả tiến sĩ và thạc sĩ) và sẽ được hỗ trợ tài chính với số tiền 50 tỷ won từ ngân sách quốc gia mỗi năm. Đây là một động thái quyết liệt của chính phủ Hàn Quốc nhằm bù đắp lượng nhân sự thiếu hụt trong lĩnh vực CT hay rộng hơn là lĩnh vực Công nghiệp văn hóa ở nước này.

4.2.2. Định hướng và vận hành Trung tâm Nghiên cứu Văn hóa (Culture Research Center- CRC):

Mục tiêu của việc thành lập CRC là xây dựng và vận hành một mạng lưới hợp tác sáng tạo giữa các ngành công nghiệp, giáo

dục và nghiên cứu, tập trung vào các trung tâm văn hóa tại địa phương.

Tại thời điểm 2005, hiện trạng và vấn đề của ngành công nghiệp văn hóa là thiếu hụt nguồn lực nghiên cứu sáng tạo và hệ thống nhân lực chuyên nghiệp địa phương. Để giải quyết vấn đề này Chính phủ đã tạo ra một mô hình hỗ trợ CRC, bao gồm việc phân tích các năng lực chính của khu vực và thiết lập chương trình đào tạo, huấn luyện nhân lực cho mô hình hợp tác công nghiệp-giáo dục-nghiên cứu. Ngoài ra, trung tâm cũng đã tham khảo các mô hình tương tự ở nước ngoài như MIT, Đại học Tokyo và CalArts... để đạt được hiệu quả tốt nhất.

Để thực hiện giải pháp này, sách trắng về công nghiệp văn hóa 2005 đã đề cập đến việc phát triển một mô hình hỗ trợ CRC và các tiêu chuẩn đánh giá cũng như quản lý các hoạt động của CRC, bao gồm việc so sánh với các chương trình nghiên cứu tương tự và phát triển các tiêu chuẩn đánh giá cụ thể. Tất cả những nỗ lực này có thể giúp CRC đạt được mục tiêu của mình và đóng góp tích cực cho sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc.

4.2.3 Hỗ trợ cho các trung tâm giáo dục đặc biệt trong lĩnh vực văn hóa và nghệ thuật

Vấn đề về thiếu nguồn lực giảng dạy, cơ sở vật chất, thiết bị thí nghiệm, kỹ năng giảng dạy và chương trình đào tạo là những vấn đề được Chính phủ Hàn Quốc quan tâm.

Để giải quyết các vấn đề này, Chính phủ Hàn Quốc đã đề xuất một số giải pháp, bao gồm tập trung vào việc thiết lập các chương trình đào tạo sáng tạo và thực tế, đưa ra các chương trình hợp tác giữa các trung tâm giáo dục và doanh nghiệp để giúp tạo ra môi trường giảng dạy thực tế hơn. Ngoài ra, sách trắng 2005 về Công nghiệp văn hóa cũng đề cập đến việc tăng cường các hoạt động hợp tác giữa các trung tâm giáo dục và doanh nghiệp, bao gồm các

chương trình thực tập và các dự án hợp tác. Điều này sẽ giúp đưa các sinh viên và học viên gần hơn với thực tế của ngành công nghiệp văn hóa, tạo ra cơ hội để phát triển các kỹ năng cần thiết cho sự phát triển chuyên môn trong ngành này.

4.3. Nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới để ứng dụng trong ngành công nghiệp văn hóa

Hàn Quốc đã đưa ra định hướng phát triển các công nghệ cốt lõi và tạo ra một môi trường sản xuất và phân phối nội dung văn hóa và nghệ thuật chất lượng cao để cạnh tranh quốc tế. Tuy nhiên các vấn đề đang gặp phải trong ngành công nghiệp này, chính là việc thiếu nguồn lực và ngân sách. Để khắc phục vấn đề ấy, chính phủ Hàn Quốc đã có lộ trình thực hiện mục tiêu như sau:

Đầu tiên: Lên kế hoạch, đề xuất lập lộ trình dài hạn cho việc phát triển công nghệ văn hóa và nghệ thuật. Việc này có thể giúp cho ngành công nghiệp văn hóa tăng cường năng lực cạnh tranh và đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

Thứ hai: Hỗ trợ phát triển các công nghệ cốt lõi. Điều này có thể giúp cho các công ty liên quan đến ngành công nghiệp văn hóa và nghệ thuật có thể sản xuất và phân phối các sản phẩm chất lượng cao hơn.

Thứ ba: Tăng cường hoạt động của các trung tâm nghiên cứu. Điều này có thể giúp cho các nhà nghiên cứu và chuyên gia trong lĩnh vực này có thể nghiên cứu và phát triển các công nghệ mới, cũng như cải tiến các công nghệ hiện có.

Cuối cùng: Tăng cường sự liên kết giữa các cơ quan chính phủ, ngành công nghiệp và các học viện. Điều này có thể giúp cho các bên liên quan cùng nhau hợp tác và chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm, tài nguyên để đẩy mạnh sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa và nghệ thuật.

4.4. Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp văn hóa để đầu tư và phát triển

4.4.1. Sự hình thành của Công ty mang sứ mệnh đặc biệt (SPC)

Để kích thích sự phát triển, Hàn Quốc đã đưa vào hoạt động một loại hình công ty đặc biệt trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa và nghệ thuật, xin tạm dịch là Công Ty mang sứ mệnh Đặc biệt, tên tiếng anh là Special Purpose Company (SPC). SPC là một loại hình công ty đặc biệt được thành lập với mục đích riêng biệt và cụ thể để thực hiện các dự án đầu tư hoặc giao dịch tài chính nhất định. SPC thường được sử dụng trong các dự án lớn và phức tạp, nơi có sự tham gia của nhiều bên liên quan và các yếu tố rủi ro cao. Cách thức hoạt động của SPC thường là các nhà đầu tư đặt tiền vào SPC để thực hiện một dự án cụ thể, SPC sẽ quản lý và sử dụng tiền đó để triển khai dự án. Nếu dự án đạt được lợi nhuận, SPC sẽ phân phối lại lợi nhuận cho các nhà đầu tư theo tỷ lệ của mỗi nhà đầu tư. Nếu dự án thất bại, các nhà đầu tư sẽ chịu rủi ro tương ứng với số tiền đầu tư của mình. Việc sử dụng SPC trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa và nghệ thuật có thể giúp tăng tính minh bạch và giảm rủi ro đầu tư cho các nhà đầu tư, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi để các dự án sản xuất nghệ thuật phát triển và đóng góp vào sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa và nghệ thuật.

4.4.2. Quỹ đầu tư chuyên nghiệp cho ngành công nghiệp văn hóa:

Với mục đích tạo ra một nguồn vốn ổn định và đa dạng hóa các khoản đầu tư lớn cũng như kích thích hoạt động đầu tư tư nhân trong lĩnh vực Công nghiệp văn hóa, Chính phủ Hàn Quốc đã thành lập và vận hành quỹ đầu tư chuyên ngành công nghiệp văn hóa. Mục tiêu và hướng đi cơ bản là thu hút đầu tư tư nhân thông qua việc đảm bảo

nguồn đầu tư ổn định cho lĩnh vực công nghiệp văn hóa và đa dạng hóa đầu tư lớn để phân tán rủi ro. Điều này sẽ tạo ra môi trường trung và dài hạn để công nghiệp văn hóa phát triển ổn định.

Tuy nhiên, có một số vấn đề như việc cần thiết tăng đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa, một ngành công nghiệp trọng điểm cho sự phát triển trong tương lai. Các nước tiên tiến như Hoa Kỳ, Anh và Nhật Bản đang tập trung phát triển công nghiệp văn hóa như một ngành công nghiệp chiến lược. Mặc dù Hàn Quốc có các điều kiện như nhân lực và cơ sở hạ tầng IT để chiếm lĩnh thị trường công nghiệp văn hóa toàn cầu trong tương lai, nhưng do rủi ro đầu tư cao khiến đầu tư tư nhân vẫn còn thấp.

Các giải pháp được đề xuất bao gồm: thiết lập một tài khoản riêng cho công nghiệp văn hóa trong tổ chức đầu tư doanh nghiệp vừa và nhỏ; khuyến khích sự tham gia của các chuyên gia công nghiệp văn hóa trong việc quản lý và vận hành đầu tư. Điều này sẽ bao gồm việc lựa chọn các chuyên gia có cả hai chuyên môn trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa và quản lý đầu tư, tích cực phản ánh ý kiến của các chuyên gia công nghiệp văn hóa trong hoạt động của ủy ban điều hành tổ chức mẹ và tổ chức quản lý chuyên môn đầu tư và thiết lập các biện pháp quản lý sau khi đầu tư cho quỹ chuyên ngành công nghiệp văn hóa quy mô lớn.

4.5. Thiết lập cụm công nghiệp, văn hóa địa phương

Vào năm 2005 chính phủ Hàn Quốc đã thiết lập cụm công nghiệp văn hóa địa phương. Mục tiêu và hướng đi cơ bản là tạo ra một cụm công nghiệp phức hợp kết hợp sản xuất và tiêu thụ nội dung văn hóa để đạt được sự phát triển khu vực thông qua sự liên kết hữu cơ giữa văn hóa nghệ thuật,

công nghiệp văn hóa và công nghiệp du lịch. Cụm công nghiệp này sẽ tạo ra sự đồng thuận thông qua việc tập trung các cơ sở chính như doanh nghiệp liên quan đến công nghiệp văn hóa, đại học, viện nghiên cứu, vốn mạo hiểm và mạng lưới để tạo ra hiệu ứng đồng thuận.

Tuy nhiên, hiện tại có một số vấn đề như việc xây dựng cơ sở hạ tầng như tòa nhà và thiết bị cũng như thời gian thực hiện các thủ tục hành chính cần thiết để được chỉ định và thông báo đã làm tăng thời gian chuyển nhượng quỹ trợ cấp của chính phủ và làm chậm việc chỉ định và thông báo.

Các giải pháp được đề xuất bao gồm:

Giai đoạn 1 - thiết lập cơ sở (2002-2005) bao gồm việc tạo bản đồ cụm công nghiệp (Cluster Map), thiết lập và vận hành CRC (Culture Research Center) tại các khu vực và kích hoạt mạng lưới trực tuyến và ngoại tuyến của cụm công nghiệp văn hóa địa phương.

Giai đoạn 2 - mở rộng cơ sở (2006-2007) bao gồm việc thiết lập và vận hành CRC tại các khu vực, thiết lập nền tảng công nghiệp văn hóa và xây dựng mạng lưới giữa các doanh nghiệp, trường đại học và viện nghiên cứu.

Giai đoạn 3 - phát triển chất lượng (2008-2010) bao gồm việc thu hút các công ty nước ngoài, viện nghiên cứu nước ngoài và xây dựng mạng lưới liên kết, xây dựng thương hiệu cho cụm công nghiệp (Cluster Branding).

5. Kết luận

C-Korea 2010 đã mang lại nhiều lợi ích cho ngành công nghiệp văn hoá của Hàn Quốc, đặc biệt là trong việc xây dựng các thương hiệu văn hoá có tiếng trên thế giới. Tuy nhiên, để phát triển ngành công nghiệp văn hoá đạt tiêu chuẩn quốc tế, Hàn Quốc đã phải đối mặt với nhiều thách thức, như cải thiện cơ sở hạ tầng văn hoá, tăng

cường đầu tư và đổi mới nội dung văn hoá và tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh và cạnh tranh để thu hút đầu tư. Tóm lại, C-Korea 2010 là một bước đột phá quan trọng trong việc phát triển ngành công nghiệp văn hoá của Hàn Quốc, nhưng ở thời điểm khởi đầu còn nhiều thách thức phải vượt qua để đạt được mục tiêu phát triển ngành công nghiệp văn hoá đạt tiêu chuẩn quốc tế. Bài viết đã nêu lên những thách thức và phương án để giải quyết những tồn đọng ấy, đây cũng sẽ là những kinh nghiệm cho những quốc gia có ý định hoặc đang trong quá trình phát triển công nghiệp văn hóa, nội dung văn hóa, nội dung sáng tạo như Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) 2005 문화산업백서-Sách trắng về Công nghiệp văn hóa 2005 (tr 3-19)
- 2) https://www.cultureline.kr/webgear/board_pds/6950/D001525.PDF
- 3) <http://www.hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Van-hoa/1049686/sang-tao---tu-khoa-trong-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-mo-ra-nhung-gia-tri-moi-va-lan-toa-toi-cong-dong>

Abstract

UNDERSTANDING THE C-KOREAN STRATEGY 2010 WITH THE GOAL OF CULTURAL INDUSTRY DEVELOPMENT

MA.Vu Nguyen Hai Dang

MA.Pham Thi Tuyet

VNU-University of Languages and International Studies

This study focuses on analyzing the South Korean government's 2010 C-Korea strategy, especially in the area of cultural industry development. C-Korea 2010 is a comprehensive plan of the Korean government with the goal of strengthening Korea's position and influence in the region and the world. The author's research focuses on specific policies and measures implemented within the framework of the C-Korea 2010 strategy which includes building a cultural infrastructure system, creating favorable conditions for cultural enterprises and enhancing activities to promote Korean culture to the world.

Keywords: Korean cultural industry, Hanllyu, culture contents, culture creative, C-Korea 2010 project

NGHIÊN CỨU VỀ “SNACK CULTURE” CỦA THẾ HỆ MZ HÀN QUỐC THÔNG QUA “NỘI DUNG DẠNG NGẮN” (SHORT-FORM CONTENTS)

Lại Ngọc Anh*

Tóm tắt

Những năm gần đây, khi con người hướng đến lối sống đơn giản hơn với tốc độ nhanh hơn, “Snack culture”- một dạng văn hóa mới xuất hiện như một lẽ tất yếu. “Snack culture” được hiểu là “Văn hóa ăn vặt”, có thể dễ dàng thưởng thức trong thời gian ngắn. Chúng ta có thể bắt gặp “Snack culture” ở nhiều lĩnh vực khác nhau như thời trang, ẩm thực và đời sống giải trí,... Ngoài ra với sự phổ biến và phát triển của điện thoại thông minh, “Snack culture” còn xuất hiện trong ngành công nghiệp nội dung văn hóa dưới nhiều hình thức khác nhau. Bất cứ ai cũng có thể thưởng thức “Snack culture” mọi lúc, mọi nơi mà không phải chịu bất kỳ gánh nặng nào về thời gian hay tiền bạc. Do đó có thể nói các thiết bị điện tử thông minh chính là nhân tố số một góp phần đẩy mạnh sự phát triển của “Snack culture”.

Đặc biệt, thế hệ MZ hiện nay có xu hướng không xem các nội dung được phát sóng trên truyền hình. Mà thay vào đó, thế hệ MZ - những người sinh ra trong thời đại phát triển không ngừng của kỹ thuật số, chuyển sang tiêu thụ các nội dung dạng ngắn (short-form contents) có trên điện thoại thông minh của họ. Nội dung dạng ngắn (short-form contents) được cấu hình để người tiêu dùng có thể tiêu thụ dễ dàng và nhanh chóng. Ban đầu, nền tảng chính của “Snack culture” là các nội dung dài từ

5 đến 10 phút. Nhưng hiện tại, các nội dung dài từ 30 giây đến 1 phút (short-form contents) lại là xu hướng sản xuất nội dung chính của các nhà sản xuất.

Mục đích của bài nghiên cứu này là trình bày khái niệm, ảnh hưởng và các vấn đề của “Snack culture” của thế hệ MZ Hàn Quốc thông qua nội dung dạng ngắn (short-form contents).

Từ khóa: Snack culture, Nội dung dạng ngắn, Thế hệ MZ

I. Đặt vấn đề

Từ trước đến nay, “thế hệ” được con người định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Tiêu chí phân chia thế hệ có thể thay đổi theo xu hướng chính trị và xã hội. Tuy nhiên, thông tin về sự xuất hiện, nguồn gốc, nhận thức của các thế hệ mới có liên quan rất chặt chẽ với các hiện tượng xã hội phức tạp, nên loài người không ngừng phân tích hệ thống thế hệ và nhận thức các xu thế của thời đại. Gần đây, một thế hệ mới được gọi là “Thế hệ MZ” đã xuất hiện ở Hàn Quốc, đang thay đổi mô hình tiêu thụ nội dung văn hóa với tốc độ nhanh nhất. Do đó, việc chủ động nắm bắt các xu hướng của thế hệ mới ngày nay là vô cùng cần thiết.

1. Mục đích nghiên cứu

Ở Hàn Quốc, ta có thể cảm nhận rõ sự thay đổi của thời gian thông qua khung cảnh trên tàu điện ngầm. Quay ngược thời gian về 20 năm trước, đa phần mọi người sẽ đọc sách, báo trên tàu điện ngầm. Tuy nhiên chỉ sau một vài năm, hình ảnh những quyển sách, tờ báo dần biến mất, người ta chuyển

* Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: nauliskorean@gmail.com

sang nghe nhạc và tận hưởng thế giới của riêng mình trên tàu. Có người lại mua sắm, xem phim truyền hình, phim hoạt hình hoặc lướt mạng xã hội chỉ qua một chiếc điện thoại nhỏ xíu.

Việc phổ cập và phát triển của các nền tảng di động đã đem lại sự thay đổi về định dạng của nội dung văn hóa. Ở giai đoạn đầu của công nghệ kỹ thuật số, lấy trọng tâm vào sự phát triển máy tính và các trang web, chúng đã trở thành tiền đề cho “nội dung dạng dài” truyền thống như phim ảnh, phim truyền hình, chương trình truyền hình và phim tài liệu được truyền tải tới công chúng mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Cho tới khi có sự xuất hiện của “nội dung dạng ngắn”, người xem được giải phóng khỏi những hạn chế về thời gian và cả không gian của chương trình truyền hình và tự do chọn thời gian và không gian tận hưởng nội dung của riêng họ.

Bài nghiên cứu đưa ra các khái niệm về “nội dung dạng ngắn”, “Snack culture” trong ngành công nghiệp nội dung văn hóa. Đồng thời chỉ ra rằng sự lan rộng nhanh chóng của “Snack culture” không chỉ là một xu hướng tất yếu của thế hệ MZ tại Hàn Quốc, vẫn tồn tại nhiều vấn đề cũng như đem lại những ảnh hưởng tiêu cực và tích cực cho đời sống con người xã hội hiện đại ngày nay.

2. Phương pháp nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu này đã nghiên cứu thế hệ MZ, hiện đang được chú ý ở Hàn Quốc thông qua các từ khóa là “văn hóa ăn vặt” và “nội dung dạng ngắn”. Từ việc phân tích các từ khóa, bài nghiên cứu chỉ ra những mặt còn tồn tại và ảnh hưởng của “Snack culture”. Ngoài ra, bài nghiên cứu còn tổng hợp số liệu từ các bài báo cáo để chỉ ra hiện trạng sử dụng “nội dung dạng ngắn” của thế hệ MZ Hàn Quốc.

Và để làm rõ vấn đề khi sử dụng các nền tảng “nội dung dạng ngắn” của thế hệ trẻ nói chung, bài nghiên cứu đã thực hiện khảo sát với đối tượng là 120 sinh viên đang theo học

tại Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc (Trường Đại học Ngoại ngữ - ĐHQGHN) với chủ đề “Khảo sát thực trạng sử dụng các nền tảng “short-form contents” của sinh viên”.

II. Nội dung

1. Phân tích qua các từ khóa

1.1 Thế hệ MZ

Thế hệ MZ là một thuật ngữ mới chỉ được sử dụng ở Hàn Quốc. MZ là sự kết hợp giữa thế hệ millennials (thế hệ M) chỉ những người sinh từ năm 1981 đến năm 1995 và thế hệ Z sinh từ năm 1996 đến năm 2012. Thuật ngữ thế hệ MZ lần đầu tiên được sử dụng trong báo cáo “Xu hướng MZ 2019” được xuất bản vào tháng 11 năm 2018 bởi “Viện nghiên cứu độ tuổi 20” - “대학내일20대연구소”. Báo cáo đã chỉ rõ thế hệ MZ là những người sinh từ năm 1980 đến 2004. Kể từ đó, thế hệ MZ được sử dụng thường xuyên và phổ biến trên các phương tiện truyền thông cũng như các mục quảng cáo tiếp thị khác nhau.

Trên thực tế, thế hệ MZ không phải là một thuật ngữ mang tính học thuật. Thế hệ MZ được sử dụng với mục đích xác định xu hướng của thế hệ trẻ, bao gồm phần lớn các thế hệ từ thanh thiếu niên đến thế hệ trung niên. Ở nhiều quốc gia khác cũng tồn tại khái niệm về thế hệ M và thế hệ Z nhưng chỉ ở Hàn Quốc mới được kết hợp và gọi chung là thế hệ MZ.

Thế hệ M của Hàn Quốc là thế hệ trải qua giai đoạn nở rộ của các phong trào dân chủ hóa như: *Phong trào dân chủ hóa Gwangju 5.18* và *Phong trào dân chủ 6.10*. Tự hào là thế hệ chứng kiến sự đăng cai *Thế vận hội Olympic Seoul năm 1988* và trải qua nhiều thăng trầm trong tiến trình toàn cầu hóa khi gia nhập khối OECD và khủng hoảng tài chính IMF. Cũng là thế hệ tiên phong trong thời kỳ chuyển tiếp của công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT).

Thế hệ Z - biểu tượng cho chữ Z cuối cùng trong bảng chữ cái, có nghĩa là “thế hệ

cuối cùng được sinh ra trong thế kỷ 20”. Có thể gọi đây là thế hệ con cái của thế hệ M - những người có tinh thần học tập cao và tiếp cận với công nghệ kỹ thuật số từ rất sớm. Tuy nhiên ở thế hệ Z, các đặc trưng như coi trọng cá nhân hơn tập thể, chia sẻ thay vì sở hữu và có xu hướng duy trì các mối quan hệ cá nhân thông qua mạng xã hội,... được biểu hiện rõ nét hơn bao giờ hết.

Thế hệ MZ hiện chiếm hơn 35% dân số Hàn Quốc và đóng vai trò là chủ nhân tương lai của Hàn Quốc. Do đó, thế hệ MZ luôn nhận được nhiều sự quan tâm của xã hội về xu hướng tiêu dùng và đầu tư cũng như phản hồi của họ tới các nội dung văn hóa.

Tuy nhiên, câu hỏi đặt ra ở đây là có nên gộp thế hệ M và thế hệ Z thành một thế hệ không? Ví dụ sẽ khó có thể coi một người sinh năm 1981 (42 tuổi) và một người sinh năm 2004 (19 tuổi) là “cùng một thế hệ”. Nhưng, bài nghiên cứu này tập trung vào phân tích thế hệ MZ dựa theo cùng một đặc trưng đó là sự tiếp cận nhanh chóng với tốc độ phát triển không ngừng của thời đại kỹ thuật số và sự nhanh nhạy với các xu hướng mới nhất thay vì phân tích theo khoảng cách về độ tuổi. Các đặc trưng tiêu biểu khi nói về thế hệ MZ có thể kể đến như: sự đa dạng, coi trọng đời sống giải trí, coi bản thân là trung tâm, con người của thời đại kỹ thuật số và theo đuổi niềm vui bất tận.

1.2 Snack culture

“Snack culture” được hiểu là một dạng văn hóa có thể dễ dàng thưởng thức trong một khoảng thời gian ngắn, giống như ăn một bữa ăn nhẹ vậy. Thuật ngữ này lần đầu tiên được sử dụng vào năm 2007 trên “*Tạp chí xu hướng Hoa Kỳ Wired*” - “*미국 트렌드 매거진 Wired*”. “Snack culture” phản ánh xu hướng tận hưởng thời gian rảnh rỗi của xã hội hiện đại.

Hiện nay, “Snack culture” lan tỏa và phát triển ở nhiều lĩnh vực khác nhau bao gồm thời trang, ẩm thực, đời sống giải trí và công nghệ thông tin. Ngoài ra với sự phổ cập

của điện thoại. “snack culture” cũng không còn là ngoại lệ trong ngành công nghiệp nội dung văn hóa. Những năm gần ở Hàn Quốc, ngày càng có nhiều người thưởng thức phim hoạt hình mạng (webtoon), phim mạng (web drama) và tiểu thuyết mạng (web novel),... Vì các nội dung này chủ yếu được cung cấp thông qua thiết bị di động, nên không bị giới hạn không gian và có thể thưởng thức trong thời gian ngắn.

“Snack culture” xuất hiện như một lẽ tất yếu của thời đại. Đầu tiên có thể kể đến chính là lượng thông tin khổng lồ gia tăng theo cấp số nhân cùng với sự phát triển nhanh chóng của xã hội. Nếu trước đây chúng ta xem các nội dung một cách khách quan theo lần lượt và có tuần tự, thì bây giờ chúng ta lựa chọn tiêu thụ các nội dung theo ý muốn chủ quan (với chủ đề và nội dung có sẵn). Từ đó hình thành trong chúng ta một thói quen tiêu thụ nội dung mới đó là: “*vừa tiêu thụ vừa lướt qua*”.

Mặt khác, với sự ra đời của “Snack culture” đã phần nào ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng của con người - thôi thúc chúng ta hướng tới một lối sống đơn giản hơn và nhanh chóng hơn. Và cũng ảnh hưởng ít nhiều tới sự phổ cập nhanh chóng của điện thoại thông minh trong thời đại công nghệ 4.0. Đặc biệt những năm gần đây, nhu cầu của người dùng dành cho các nội dung văn hóa “nhanh - gọn và tốn ít chi phí” ngày một gia tăng. Sự phổ cập của điện thoại thông minh có thể được coi là một yếu tố quan trọng trong việc thay đổi mô hình tiêu thụ nội dung văn hóa. Thúc đẩy việc tiêu thụ các nội dung ngoại tuyến sang các nội dung trực tuyến cùng với sự phát triển của mạng xã hội.

Nếu chỉ xét dựa trên mức độ sử dụng điện thoại thông minh, có thể thấy việc tiêu thụ các nội dung video trên điện thoại chiếm tỷ trọng lớn nhất. Bên cạnh đó một số nội dung khác cũng được tiêu thụ dễ dàng khi đang di chuyển hoặc trong giờ nghỉ giải lao là sử dụng điện thoại thông minh và điện

thoại di động. Con người sẵn sàng dành thời gian để chơi game, xem video và hoạt hình mạng (webtoon),... nhằm phục vụ cho nhu cầu giải trí và thư giãn.

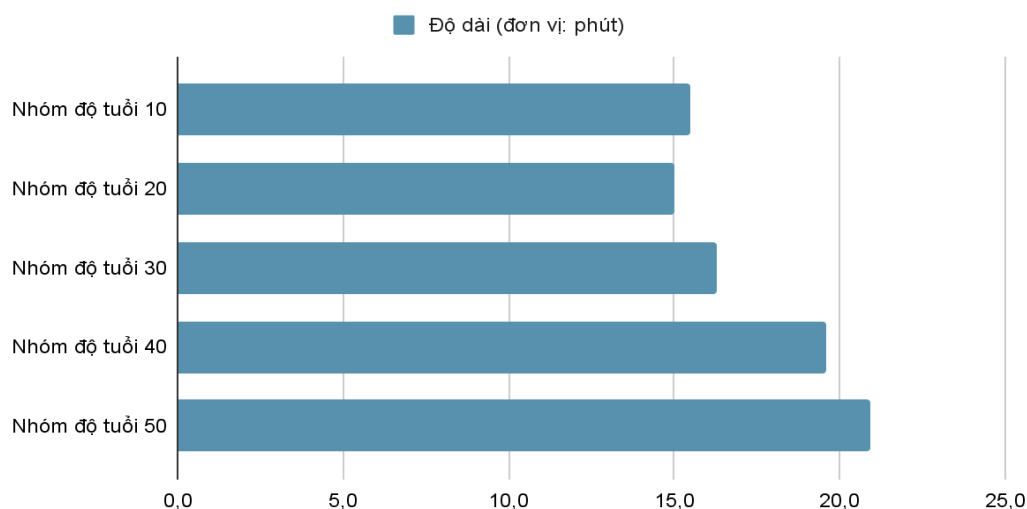
1.3 Nội dung dạng ngắn

Nhìn chung, “nội dung dạng ngắn” có thể hiểu là các đoạn video ngắn trong vòng 15 giây đến 10 phút. Phản ánh là xu hướng

tiêu dùng của công chúng cho nội dung có trên các thiết bị di động ở mọi lúc, mọi nơi.

Theo báo cáo “Xu hướng MZ 2019” của Metro Media, các thế hệ trẻ hơn sẽ thích các nội dung video ngắn hơn. Nhìn vào bảng dưới đây, có thể thấy thế hệ thanh thiếu niên ở độ tuổi 20 thích xem các video có độ dài trung bình trung bình từ 15 phút đến 15,5 phút.

Độ dài video được ưa thích theo từng nhóm độ tuổi



(Nguồn: Metro Media, 2019)

Lý do, thế hệ trẻ dành nhiều thời gian cho các nội dung dạng ngắn có thể kể đến như sau. Thứ nhất đó là khả năng chi trả. Khi tiêu thụ nội dung, thế hệ trẻ sẽ quan tâm đến ví tiền của họ thay vì để tâm tới thời gian mà họ phải bỏ ra. Ngoài ra việc quay phim và chia sẻ các nội dung dạng ngắn cũng rất dễ dàng. Nội dung dạng ngắn cho phép chúng ta dễ dàng sáng tạo và chia sẻ video mà không cần đến thiết bị hay chương trình quay phim chuyên nghiệp. Nói cách khác chúng ta là người tiếp cận với nội dung dạng ngắn với tư cách là nhà sản xuất hoặc người xem. Đơn cử có thể kể đến ở đây là trường hợp của TikTok - đại diện tiêu biểu cho nội dung dạng ngắn. Bất kì ai cũng có thể quay video và tạo “nội dung của riêng tôi” một cách dễ dàng và đơn giản với các chức năng chỉnh sửa như hiệu ứng hình ảnh,

âm thanh và phụ đề trong APP. Từ đó có thể thấy nội dung dạng ngắn giúp mọi người tiếp cận lối sống nhẹ nhàng hơn, đơn giản hơn thay vì lối sống đòi hỏi tính chuyên môn và sự chuyên nghiệp cao.

Một trong những nền tảng cho sự phát triển của nội dung dạng ngắn đó là tỷ lệ của video được chuyển sang dạng dọc. Trước đây, chúng ta chủ yếu tiêu thụ các nội dung qua màn hình ngang như TV và máy tính. Tuy nhiên sự ra đời của điện thoại thông minh, người dùng có thể xem video ở bất kỳ hình thức là ngang hay dọc. Đặc biệt sự bất tiện khi chúng ta phải đặt thiết bị nằm ngang để xem trên điện thoại thông minh đã ngẫu nhiên dẫn đến sự phổ biến của video cấu hình dọc. Các nội dung dạng dọc chỉ phù hợp với điện thoại thông minh. Nhưng như đã nói ở trên đối với thế hệ MZ điện thoại

thông minh gần như là một phần của cuộc sống. Nhu cầu dành cho video cấu hình dọc cũng từ đó mà ngày một gia tăng.

Ngoài ra một trong những tiện lợi mà thời đại kỹ thuật số mang lại cho chúng ta đó là sự rút ngắn về mặt thời gian. Đối với thế hệ MZ - những người coi trải nghiệm là điều quan trọng nhất trong cuộc sống, một phút thôi cũng đủ để họ có thể sử dụng để xem các video chứa đựng nhiều nội dung và trải nghiệm khác nhau trong khoảng thời gian đó.

Với những lợi thế nói trên, nội dung dạng ngắn đã và đang hạ thấp các rào cản giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng. Nội dung video theo cấu hình dọc có thể xem thoải mái bằng một tay. Đồng thời nội dung dạng ngắn không yêu cầu thời gian xem dài, vì vậy chúng ta có thể xem nội dung dạng ngắn khi có thời gian rảnh rỗi như những lúc sử dụng phương tiện giao thông công cộng.

2. Ảnh hưởng của Snack culture

Một trong những ảnh hưởng đầu tiên của “Snack culture” có thể kể đến đó là sự phổ biến của “nội dung dạng dọc”. Như đã đề cập ở trên, nội dung dạng ngắn có cấu hình dạng dọc. Vì vậy thân thiện với các thiết bị di động là một trong những đặc trưng tiêu biểu của nội dung dạng ngắn. Từ xưa đến nay, video được sản xuất chủ yếu với cấu hình ngang. Tuy nhiên, nhu cầu về nội dung dạng dọc đang tăng lên do tỷ lệ tiêu thụ video trên điện thoại thông minh ngày càng tăng với lợi thế có thể xem video bằng một tay khi đang di chuyển hoặc làm các công việc khác.

Trên thực tế, nội dung cấu hình dọc đem lại hiệu ứng quảng cáo tốt hơn nội dung cấu hình ngang. Đi theo xu hướng này, một số nhà sản xuất video lần lượt giới thiệu các dịch vụ video dạng ngắn. Ví dụ tiêu biểu có thể kể đến như: “Shorts” của YouTube, “Reels” của Instagram, Quibi, “Kakao TV” của Kakao M ở Hàn Quốc và “Jam Live” của Naver.

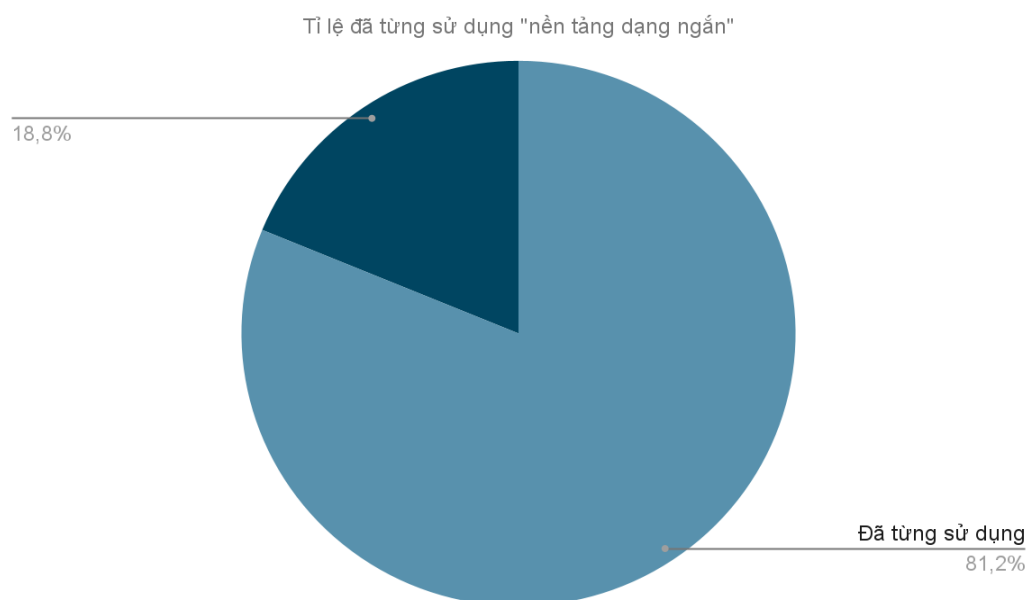
Từ đó có thể thấy được lĩnh vực quảng cáo cũng đang đón đầu xu hướng marketing qua nội dung dạng ngắn. Đơn cử có thể kể đến sự thành công vang dội của bài hát “Any song” của ca sĩ Zico khi áp dụng chính xác những lợi ích mà nội dung dạng ngắn đem lại. Bài hát “Any song” nhận được sự yêu thích đông đảo của công chúng thông qua thử thách “Any song challenge”. Ở thử thách này, người dùng sẽ nhảy theo các động tác được biên đạo sẵn từ trước. Sự tham gia thử thách của các ca sĩ nổi tiếng như Lee Hyori, Hwa-sa, Park Shin-hye và các ngôi sao nổi tiếng khác đã tham gia đã đem lại lượt xem khổng lồ, ước tính tới hơn một trăm triệu lượt xem. Đây có thể nói là một cách tiếp thị thành công khi kết hợp giữa giai điệu dễ gây nghiện với cấu hình ngắn-gọn, bất kì ai cũng có thể dễ dàng tham gia.

Gần đây, các công ty Hàn Quốc cũng đang tích cực sử dụng “Snack culture” trong các chiến lược tiếp thị quảng cáo của họ. Vào tháng 8 năm 2020, hãng BBQ Chicken đã ghi nhận doanh thu hàng tháng cao nhất kể từ khi thành lập thông qua trang web giải trí với sự kiện “Neko wang”- “네고왕 이벤트”. Ngoài ra, công ty Samsung Electronics đã sản xuất một chương trình tiếp thị thực tế dài sáu tập mang tên “Production Z” thông qua trang web giải trí để quảng cáo cho mẫu điện thoại “Galaxy Z Fold 3 và Z Flip 3”. Với sự tham gia của nhiều người nổi tiếng - bao gồm cả MC quốc dân Yoo Jae-seok và thu về hơn 12 triệu lượt xem trên YouTube. Có thể thấy nếu “Snack culture” được sử dụng trong chiến lược quảng cáo, tiếp thị, sẽ không chỉ làm giảm sự bài xích và mệt mỏi khi xem quảng cáo của người xem mà còn khiến họ chấp nhận chúng như một nội dung thú vị.

Trong báo cáo “Xu hướng sản xuất và xem nội dung dạng ngắn của thế hệ MZ năm 2022” phát hành vào tháng 8 năm 2022, chúng ta có thể hiểu được phần nào thực

trạng sử dụng nội dung dạng ngắn của thế hệ MZ Hàn Quốc. Kết quả khảo sát dưới đây, chỉ ra có khoảng 81,2% thế hệ MZ

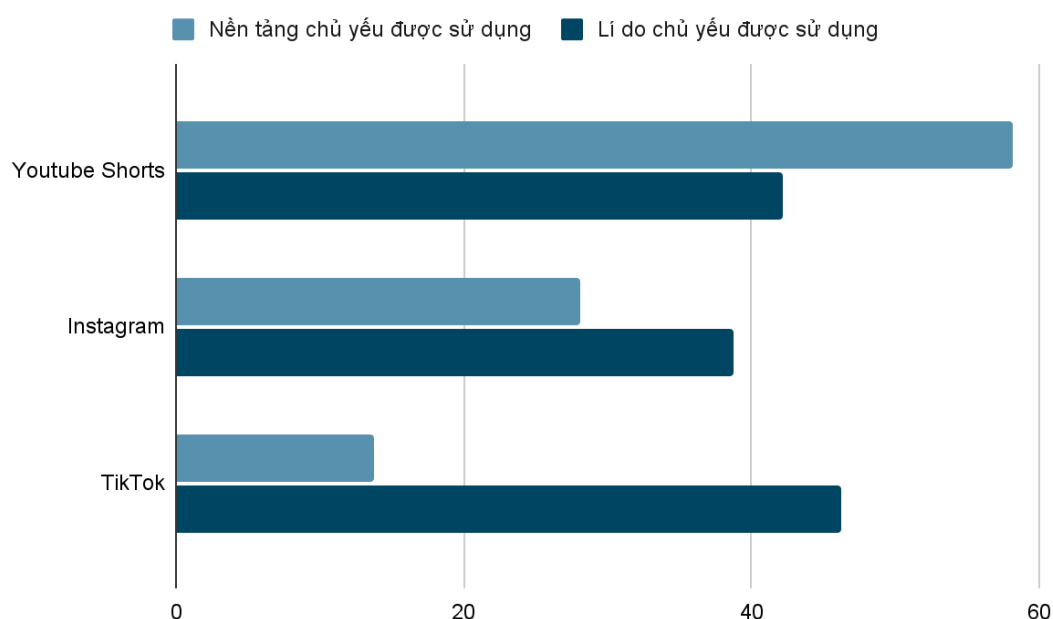
(nam nữ độ tuổi 15-26, n=351) trả lời rằng họ đã có kinh nghiệm sử dụng “nền tảng dạng ngắn”.



(Nguồn: “Viện nghiên cứu độ tuổi 20”- “대학내일20대연구소”)

Mặt khác, thông qua bảng dưới đây kết quả chỉ ra rằng nền tảng nội dung dạng ngắn mà thế hệ MZ chủ yếu sử dụng nhiều nhất là “YouTube Shorts” với 58,2%. Tiếp theo

đó là “Reels” của Instagram (28,1%), và cuối cùng là TikTok với 13,7%, thấp hơn so với hai nền tảng trước đó.



(Nguồn: “Viện nghiên cứu độ tuổi 20”- “대학내일20대연구소”)

Lý do thể hệ MZ chủ yếu sử dụng ba nền tảng kể trên lần lượt như sau. Đối với “YouTube Shorts” lý do chủ yếu là “Sự tiện lợi khi xem video” chiếm 42,2%. Trong trường hợp “Reels” của Instagram, lý do là “Sự tiện lợi khi xem video” và “Rất nhiều nội dung mới được đăng tải” đều chiếm 38,8%. Và cuối cùng lý do được cho là lớn nhất khi sử dụng Tik Tok là có “Rất nhiều nội dung mới được đăng tải” với 46,2%. TikTok - nền tảng nội dung dạng ngắn tiêu biểu ra mắt vào năm 2016 bởi ByteDance - một công ty công nghệ thông tin của Trung Quốc. Với Tik Tok, bất kỳ ai cũng có thể tạo và chia sẻ các video ngắn trong vòng 15 giây đến 1 phút bằng nhiều công cụ chỉnh sửa video khác nhau. Nếu truy cập Tik Tok, chúng ta có thể xem tối đa 4 video mỗi phút và 240 video trong vòng một giờ. Điều đó góp phần thúc đẩy thể hệ MZ nhanh chóng quen với việc sử dụng và chia sẻ nguồn thông tin đa dạng hơn, phong phú hơn.

3. Vấn đề của Snack culture

Chúng ta hầu như tiêu thụ “Snack culture” mỗi ngày. Một đặc trưng tiêu biểu của “Snack culture” đó là sự đơn giản như đồ ăn vặt vậy. Ở thời điểm hiện tại khi “Snack culture” đang ở thời kỳ đỉnh cao - việc xuất hiện hàng loạt người nghiện “Snack culture” lại là một vấn đề xã hội đáng báo động. Bởi đồ ăn vặt tuy ngon nhưng nếu ăn nhiều sẽ gây hại cho cơ thể.

Đầu tiên, loại hình “Snack culture” làm giảm khả năng quan sát và suy nghĩ sâu sắc của người tiêu dùng. Cũng như sách làm giảm trí nhớ của con người thì điện thoại thông minh làm giảm sự tập trung của con người. Tiếp đó là người tiêu dùng có xu hướng chỉ tiêu dùng và tập trung vào các sản phẩm có tính kịch tính cao trong vô thức. Và cuối cùng không thể không kể đến đó là với sự xuất hiện ồ ạt của các video ngắn từ năm đến mười giây, nên vô hình các nội dung và kiến thức khó có thể đọng lại trong tâm trí người dùng.

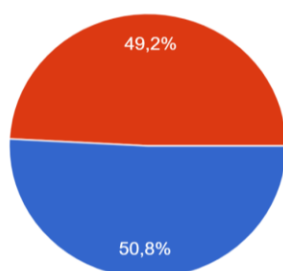
Với sự phát triển của thời đại kỹ thuật số và công nghệ truyền thông, thế giới đã bắt đầu tràn ngập và được phủ kín các nội dung và thông tin khác nhau. Có rất nhiều thứ chúng ta muốn xem, nhưng không có đủ thời gian để xem. Một ngày của người tiêu dùng bị giới hạn trong 24 giờ, các nguồn thông tin luôn được cập nhật theo cấp số nhân. Vì vậy như một lẽ tất yếu, giải pháp đặt ra là giảm độ dài của các nội dung xuống. Xã hội hiện đại khiến việc con người bỏ thời gian ra để xem một video dài một tiếng đồng hồ, hay đọc một cuốn sách, một cuốn tiểu thuyết dài tập cũng trở thành một gánh nặng. Tuy nhiên, nếu có nội dung nào đó chỉ mất từ 10s đến 5 phút để xem, chúng ta có thể truy cập nội dung đó một cách dễ dàng và nhanh chóng. Song, sự thay đổi này đang ảnh hưởng xấu đến quá trình tư duy của chúng ta.

Một vấn đề ở đây đó là hầu hết các nền mạng xã hội hiện nay như Facebook, YouTube, Netflix, cũng như các ứng dụng mua sắm,... đều sử dụng các thuật toán để lưu lại thông tin người dùng, thu thập và phân tích lịch sử dùng của người dùng, từ đó đưa ra các đề xuất và xu hướng có thể đáp ứng với nhu cầu của mỗi cá nhân. Nếu chúng ta thích bộ phim mà chúng ta đã xem thông qua đề xuất của thuật toán, thì đó không phải là ngẫu nhiên mà là kết quả của sự xâu chuỗi hàng trăm, hàng nghìn các thuật toán từ trước đó. Các thuật toán này không mang lại cho chúng ta “sự mới mẻ”. Thuật toán sẽ tự động phân tích và tổng hợp xem người dùng thích gì và muốn xem gì để tiếp tục hiển thị cho họ những nội dung tương tự.

Nếu xem xét ở khía cạnh nhà sản xuất, ta có thể vấn đề thực chất không phải nằm ở “Snack culture” hay “Nội dung dạng ngắn”. Bởi các nội dung này xuất hiện như một lẽ tất yếu của thời đại. Ta có thể thấy ở mỗi nền tảng khi người dùng bắt đầu sử dụng, nhà phát hành thường sẽ điều tra về xu hướng sử dụng của cá nhân người dùng đó với mục đích để đề xuất những nội dung

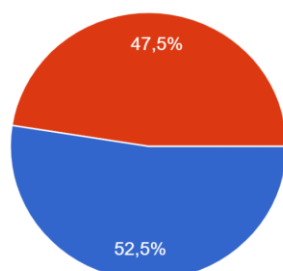
video phù hợp, cùng chủ đề. Cộng với sự kết hợp của AI người dùng hoàn toàn có thể kiểm soát được nội dung đang và sẽ xem. Có tận dụng hết các lợi ích của “Snack culture” hay “Nội dung dạng ngắn” hay không còn tùy thuộc vào quy trình quản lý người dùng ở các nền tảng cũng như ý thức sử dụng mạng xã hội của mỗi người.

120 câu trả lời



- A. Xem review phim/các đoạn cắt ngắn
- B. Xem phim truyền hình dài tập/phim ngắn 1-2 tiếng/chương trình truyền hình

120 câu trả lời



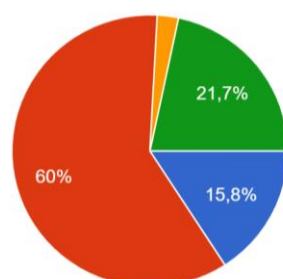
- A. Đọc review sách/các bản tóm tắt
- B. Đọc toàn bộ một quyển sách

Dựa vào biểu đồ trên có thể thấy, mặc dù các nội dung dạng ngắn đem lại nhiều lợi ích cho đời sống hiện tại, nhưng sự khác biệt khi phải lựa chọn giữa việc sử dụng nội dung dạng dài và nội dung dạng ngắn của sinh viên là không quá lớn. Điều đó cho

thấy, với sự phổ biến của các thiết bị điện tử thông minh cùng sự xuất hiện theo cấp số nhân của các contents theo từng ngày, người tiêu dùng cũng có sự cân nhắc nhất định trước khi quyết định tiếp cận với bất kì một contents nào đó.

Theo bạn, ưu điểm của nội dung dạng ngắn là gì?

120 câu trả lời



- Nội dung dễ hiểu
- Tiết kiệm thời gian
- Tiết kiệm tài nguyên/chất xám để sản xuất content
- Đem lại sự độc đáo, ấn tượng mạnh và nhanh cho người dùng

Như đã đề cập ở nội dung phía trên, có 60% tỉ lệ sinh viên cho rằng điều thuận tiện nhất khi sử dụng nội dung dạng ngắn là tiết kiệm thời gian. Theo sau đó là nội dung dễ

hiểu và đem lại sự độc đáo, ấn tượng mạnh và nhanh cho người dùng. Bên cạnh những ưu điểm, về nhược điểm của nội dung dạng ngắn kết quả khảo sát đem lại như sau:

Theo bạn, nhược điểm của nội dung dạng ngắn là gì?
120 câu trả lời



Có gần 60% người tham gia khảo sát cho rằng nội dung dạng ngắn sẽ không bao quát được nội dung mang tính chuyên sâu. Ngoài ra khi tiếp cận với nội dung dạng ngắn, người dùng dễ bị tập trung vào một số nội dung nhất định trong vô thức chiếm 25% tỷ lệ người tham gia khảo sát, Và cuối cùng là nội dung dạng dễ dàng trở thành công thức để sản xuất content rập khuôn chiếm 13,3%.

III. Kết luận

“Snack culture” đã trở thành một người bạn không thể tách rời khỏi cuộc sống hàng ngày của thế hệ trẻ ở Hàn Quốc. Tiêu biểu có các video clips đã được biên tập và cắt ngắn từ chương trình truyền hình thực tế Running man được đăng tải lên YouTube nhằm hấp dẫn người xem mà không gây nhàm chán. Bằng cách này, “Snack culture” giai đoạn 2.0 đã vượt xa “Snack culture” giai đoạn 1.0 với nhiều dạng nội dung khác nhau như phim hoạt hình mạng, tiểu thuyết mạng,... Công chúng cũng bắt đầu tìm kiếm những nội dung ngắn hơn và kích thích hơn.

Và đạt đến đỉnh cao đó là sự ra đời của các nội dung dạng ngắn (Short-form contents). Các nội dung dạng ngắn đã và đang xâm chiếm ở nhiều lĩnh vực khác

nhau. Nhưng không thể không kể đến lĩnh vực thời trang, quảng cáo và tiếp thị các sản phẩm đến người tiêu dùng nhanh - gọn - nhẹ hơn bao giờ hết. Nội dung dạng ngắn đúng như tên gọi - ngắn gọn nhưng mãnh liệt và mang lại xu hướng tiếp thị tốt nhất. Đặc biệt, các quảng cáo hiện nay thường đi kèm với giai điệu hoặc lời thoại gây nghiện nên chúng trở thành nền tảng để quảng bá dưới dạng nội dung dạng ngắn.

Bên cạnh những lợi ích mà “Snack culture” nói chung và nội dung dạng ngắn nói riêng, chúng còn đem lại nhiều ảnh hưởng và vấn đề cho người tiêu dùng nếu chúng ta xem các nội dung một cách ồ ạt không có chọn lọc. Chúng ta dễ dàng bắt gặp hình ảnh không ai xa lạ đó là người thân xung quanh, bạn bè hay chính bản chúng ta bỏ ra hàng tiếng đồng hồ để xem các nội dung có trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, Tik Tok, Youtube mà không hề hay biết. Về bản chất, “Snack culture” và nội dung dạng ngắn là kết quả của thời đại kỹ thuật số đem lại nên bản thân chúng vốn không “xấu”. Điều quan trọng nằm ở ý thức của người dùng và đòi hỏi quy trình quản lý người dùng nghiêm ngặt hơn đến từ vị trí của nhà sản xuất. Với

sự chung tay của nhà sản xuất và người tiêu dùng, trong một tương lai không xa “Snack culture” và các nội dung dạng ngắn sẽ xuất hiện dưới hình thức và nội dung và hoàn hảo hơn nữa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) 대학내일20대연구소, ‘2022 MZ세대 숏폼 콘텐츠 시청 및 제작 트렌드’, 2020. (Báo cáo “Xu hướng sản xuất và xem nội dung dạng ngắn của thế hệ MZ năm 2022” - Viện nghiên cứu độ tuổi 20)
- 2) 메조미디어, ‘2019 트렌드 리포트’, 2019 (Báo cáo “Xu hướng năm 2019” - Tạp chí Metro Media)

Abstract

A STUDY ON THE ‘SNACK CULTURE’ OF GENERATION MZ IN KOREA THROUGH ‘SHORT-FORM CONTENTS’

Lai Ngoc Anh

VNU - University of Foreign

Languages and International studies

In recent years, when people tend to lead a simpler lifestyle at a faster rate, “Snack culture” - a new form of culture naturally appears as a necessity. ‘Snack culture’ refers to a new type of cultural consumption trend that can be easily enjoyed in a short time, such as during commuting or lunchtime, like snacks. Or, as the tendency to enjoy culture without spending a lot of time or effort stands out, ‘Snack culture’ is expanding into many content fields. It can be found not only in fashion, food, and leisure life, but also in

the cultural content industry according to the popularization of smart devices. As time goes by, it is a reality that modern people enjoy leisure and cultural life in their spare time. Anyone can enjoy it anywhere, anytime, without any burden in terms of time or money, as smart devices are the number one contributor to convincing snack culture.

In particular, generation MZ does not watch content according to the terrestrial broadcasting schedule on TV. Digital Natives (Generation MZ), who consume content on their smartphones, like short content. The era of ‘Short-form content’, a format that can be consumed lightly in a short time (configured to be consumed easily and quickly), is becoming the mainstream. A “5 to 10 minutes” content was the basis of ‘Snack culture’, but nowadays content within 30 seconds to 1 minute is increasing. The reason is that the ‘long contents’ are burdensome to watch until the end in the spare time. Smartphones that everyone holds in their hands are supporting ‘Snack culture’. The purpose of this research paper is to examine the concept, influence and issues of “Snack culture” of the Korean MZ generation through short-form contents.

Keywords: Snack culture, Short-form contents, Generation MZ

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)

NGHIÊN CỨU HIỆN TRẠNG VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THỂ THAO ĐIỆN TỬ Ở HÀN QUỐC

Nguyễn Thị Phương Thảo*

Tóm tắt

Từ đầu thập niên 2000, ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc đã bắt đầu phát triển và được đánh giá là một ngành công nghiệp đầy tiềm năng. Ngành công nghiệp này không chỉ ảnh hưởng đến nền kinh tế Hàn Quốc mà còn ảnh hưởng tới cả khuynh hướng văn hóa của một bộ phận lớn giới trẻ Hàn Quốc. Do đó, việc nghiên cứu về hiện trạng của công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc là rất cần thiết khi tìm hiểu về cấu trúc kinh tế hay xu hướng văn hóa của quốc gia này. Trên quan điểm đó, bài nghiên cứu này sẽ thông qua cơ sở là các số liệu liên quan đến thể thao điện tử Hàn Quốc những năm gần đây để khái quát xu hướng phát triển của nó so với thể thao điện tử thế giới, từ đó chỉ ra mặt tích cực cũng như mặt tiêu cực và đề xuất hướng đi phù hợp. Ý nghĩa lớn nhất của nghiên cứu này là hướng tới việc phân tích thể thao điện tử không chỉ dưới góc nhìn coi nó đơn giản là một loại hình giải trí mà còn công nhận đó là một ngành công nghiệp đang biến động không ngừng, ngày càng tiệm cận với thể thao truyền thống và đòi hỏi sự nghiên cứu liên tục để nắm bắt những xu hướng mới.

Từ khóa: thể thao điện tử, hiện trạng, phát triển, Hàn Quốc

I. Đặt vấn đề

Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng 4.0, trong những năm gần đây, thể thao điện tử trên toàn cầu nói chung và ở Hàn Quốc nói riêng đang phát triển nhanh chóng và thu hút đầu tư không kém gì các môn thể thao truyền thống. Theo báo cáo phân tích xu hướng ngành công nghiệp sáng tạo nội dung của Cơ quan Nội dung sáng tạo Hàn Quốc KOCCA (2018), trong nửa đầu năm 2018, ngành công nghiệp sáng tạo nội dung đã tăng trưởng cả về doanh thu cũng như hoạt động xuất khẩu, đặc biệt là mảng game - phát sóng - thông tin. Trong đó, nội dung trò chơi (game content) chiếm tới 12% trong tổng doanh thu hơn 55 nghìn tỷ won. Vào năm 2021, thể thao điện tử đánh dấu một bước ngoặt mới khi được đưa vào làm một hạng thi đấu chính thức tại Á vận hội 2022. Sau đó vào năm 2022, khi sự lây lan của dịch bệnh COVID-19 bắt đầu giảm dần, các hoạt động kinh tế bắt đầu khởi sắc và các giải đấu thể thao điện tử bị kìm hãm trong vài năm cũng bắt đầu tìm được sức sống của mình. Gần đây, trận chung kết giải đấu “Chung kết thể giới Liên Minh Huyền Thoại 2022” giữa 2 đội tuyển đến từ Hàn Quốc là T1 và DragonX đã ghi nhận số lượng người xem trực tiếp cao đạt 5,1 triệu lượt xem, tăng trưởng đáng kể so với trận chung kết mùa giải 2021 đạt 4 triệu lượt xem (Esports Charts, 2022). Đặc biệt, câu nói “중요한 건 꺾이지 않는 마음” (Điều quan trọng nhất là một trái tim kiên cường) do tuyển thủ Deft của DragonX trả lời trong 1 bài phỏng vấn đã trở thành xu hướng và

* Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: phuongthaonguyen859@gmail.com

xuất hiện liên tục trong các chương trình truyền hình, bản tin, băng rôn cổ vũ,... Điều này có thể chứng minh E-sports không chỉ tác động tới khía cạnh kinh tế mà còn ảnh hưởng đến cả những xu hướng trong giới trẻ Hàn Quốc. Bài nghiên cứu này không chỉ phân tích về quy mô và tiềm năng của ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc những năm gần đây mà còn phân tích ngành công nghiệp này về mặt cấu trúc, qua đó xác định những khía cạnh quan trọng nhằm đề ra những phương án phù hợp để phát triển ngành công nghiệp này.

II. Xu hướng ngành thể thao điện tử toàn cầu

1. Định nghĩa về thể thao điện tử

Thể thao điện tử (E-sports) là thuật ngữ viết tắt của Electronic Sports. Đây là hình thức thi đấu các trò chơi điện tử dành cho các tuyển thủ chuyên nghiệp, nó được diễn ra trực tuyến với sự tham gia của nhiều tuyển thủ qua các thiết bị điện tử như máy tính, điện thoại, máy chơi game cầm tay console,...

Yoon (2020) cho rằng trò chơi điện tử được định nghĩa là hoạt động văn hóa được tổ chức với mục đích nhằm nâng cao hiệu

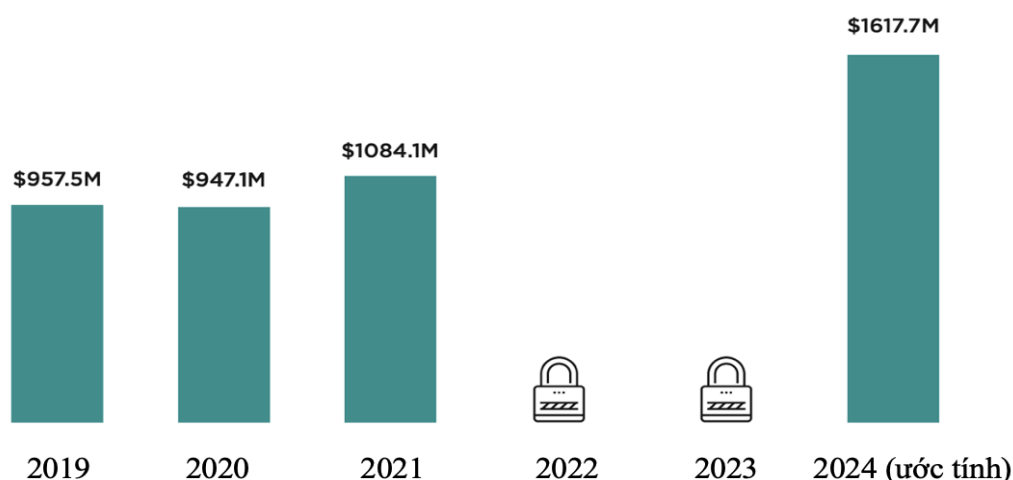
quả học tập, giải trí, vận động thông qua sự tương tác giữa người chơi theo một luật chơi được định sẵn trên các thiết bị máy móc, các chương trình kỹ thuật xử lý thông tin như chương trình máy tính. Thể thao điện tử chính là hình thức thi đấu quyết định thắng thua, ghi lại kết quả đối kháng giữa các người chơi thông qua trò chơi điện tử đó (dẫn theo điều 1 khoản 2 “Luật xúc tiến công nghiệp trò chơi điện tử” trong “Dự thảo luật phát triển thể thao điện tử” được thông qua tại phiên họp toàn thể của Quốc hội Hàn Quốc vào ngày 30 tháng 12 năm 2019).

2. Xu hướng ngành công nghiệp thể thao điện tử toàn cầu

Theo thống kê doanh thu của website nghiên cứu, phân tích thị trường game toàn cầu Newzoo vào năm 2021, quy mô của ngành công nghiệp thể thao điện tử toàn cầu không ngừng tăng trưởng và chỉ sụt giảm nhẹ 1,1% vào năm 2020 do ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID. Đến năm 2021, con số này tiếp tục tăng trưởng trở lại và đạt mức 1,084 nghìn tỷ đô la Mỹ, tăng xấp xỉ 11,5% so với 947,1 triệu đô la Mỹ vào năm 2020. Con số này được dự đoán sẽ tăng lên 1,618 nghìn tỷ đô la Mỹ vào năm 2024.

Đơn vị: triệu đô la Mỹ

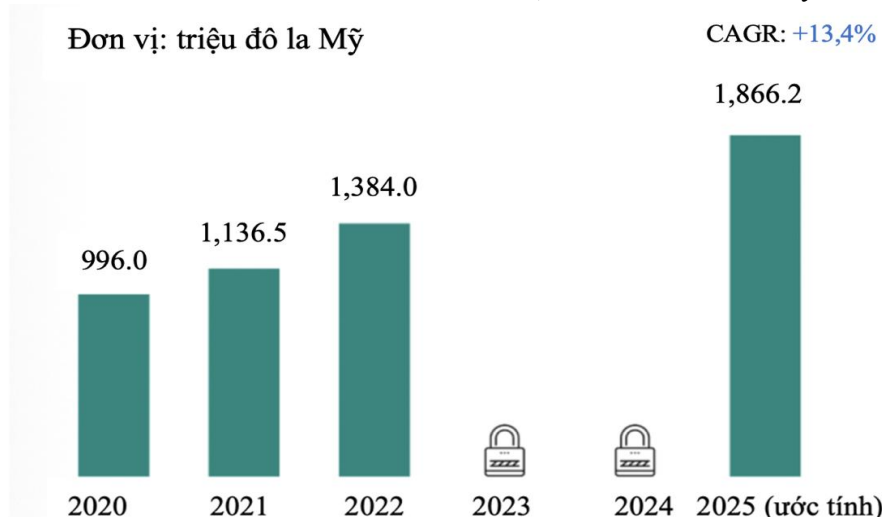
CAGR: +11.1%
Total 2019-2024



<Hình 1. Biểu đồ quy mô của E-sports toàn cầu giai đoạn 2019-2024 (Newzoo, 2021)>

Doanh thu của ngành công nghiệp này năm 2022 đạt khoảng 1,38 tỷ đô la Mỹ, tăng gần 250 triệu đô so với năm 2021 và gần 390 triệu đô so với năm 2020. Dự đoán đến năm

2025, doanh thu của ngành công nghiệp thể thao điện tử sẽ duy trì mức tăng ổn định với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) +13,4% và đạt mức 1,86 tỷ đô la Mỹ.



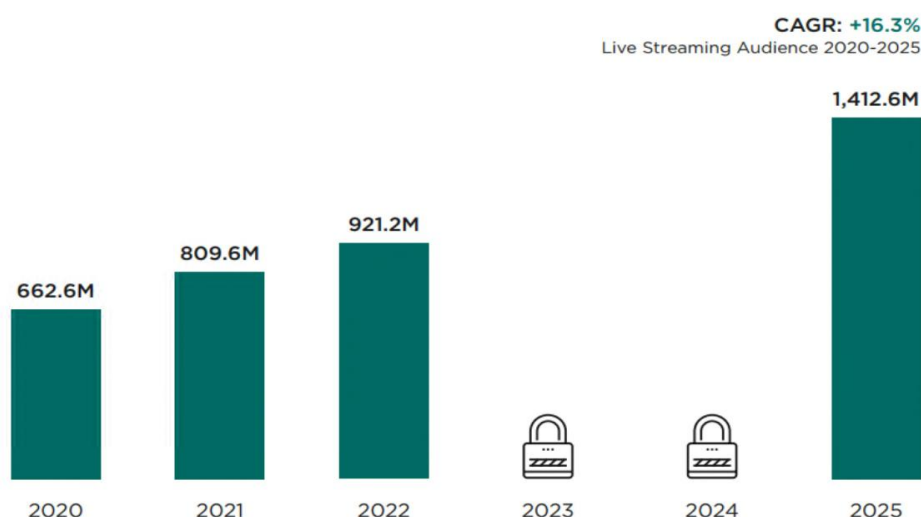
<Hình 2. Biểu đồ doanh thu E-sports toàn cầu giai đoạn 2020-2025 (Newzoo, 2022)>

Cũng theo phân tích của Newzoo (2022) trong hình 3, số lượng người xem phát sóng game trực tuyến trên toàn thế giới đang tăng nhanh chóng. Số lượng người xem phát sóng trực tuyến vào năm 2022 ghi

nhận sự tăng trưởng 13,8% so với năm trước và đạt ngưỡng 921 triệu người xem. Tính từ 2020, lượng người xem vẫn liên tục tăng với CAGR là 16,3% và được dự đoán sẽ đạt mức 1,4 tỷ người xem vào năm 2025.

Games Live Streaming Audience Growth

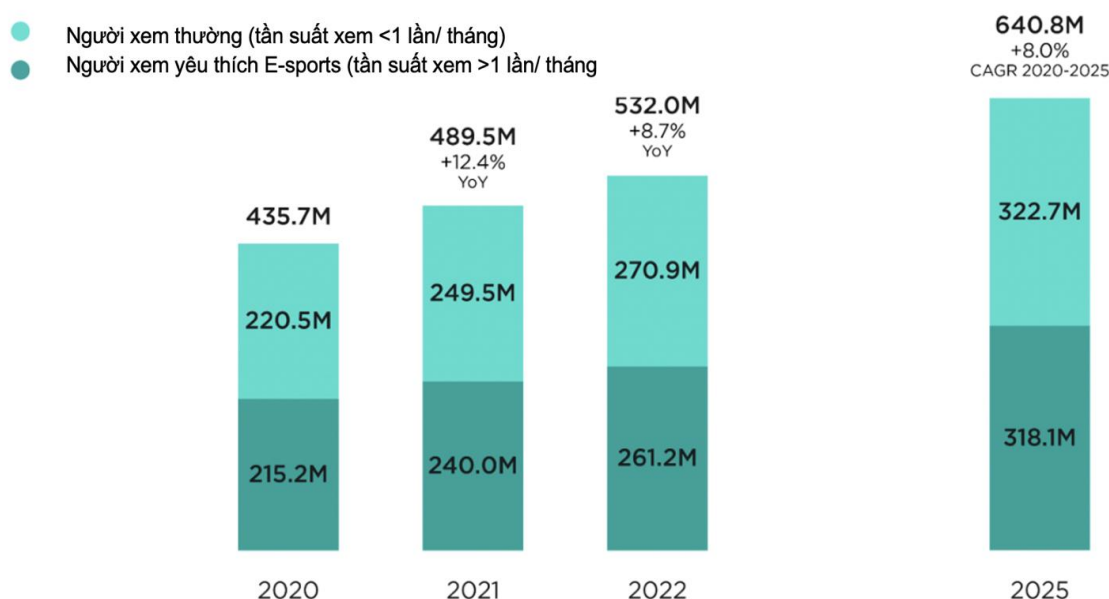
Global | 2020-2025



<Hình 3. Số lượng người xem phát sóng game trực tuyến toàn cầu giai đoạn 2020-2025 (Newzoo, 2022)>

Theo xu hướng đó, số lượng người xem thể thao điện tử cũng được dự đoán sẽ tăng trưởng nhanh chóng. Năm 2022, con số này đạt 532 triệu người, tăng 8,7% so với năm 2021 và dự đoán đạt mức 640 triệu người vào năm 2025 với CAGR là +8,0%. Trong

thống kê của Newzoo trong hình 3, có thể thấy ngoài những người yêu thích thể thao điện tử, số lượng người xem thường cũng có tỉ lệ cao và số lượng 2 đối tượng người xem này đều đang tăng nhanh.



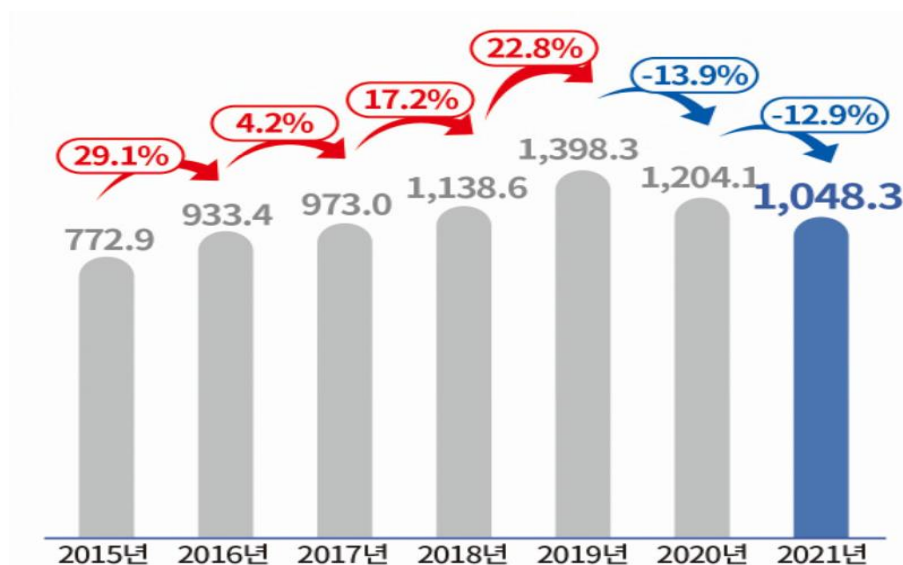
<Hình 4. Biểu đồ số lượng người xem E-sports toàn cầu giai đoạn 2020-2025 (Newzoo, 2022)>

Sự tăng trưởng mạnh mẽ về lượng người xem này là vì những nguyên nhân sau. Trước tiên là do việc các tựa game hấp dẫn như PUBG hay Valorant - tựa game được xây dựng dựa trên những thành công và kinh nghiệm trước đây của Riot từ Liên Minh Huyền Thoại liên tục được ra mắt. Tiếp theo là sự mở rộng của thể thao điện tử đi động với các giải đấu khu vực như Mobile Legends: Bang Bang và League of Legends: Wild Rift. Cuối cùng, sự phát triển mạnh mẽ của thể thao điện tử tại các thị trường đang phát triển như Đông Nam Á, Mỹ Latinh, Trung Đông và Châu Phi cũng là 1 trong những lý do khiến lượng người xem Esports tăng nhanh.

III. Hiện trạng E-sports Hàn Quốc

1. Quy mô ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc

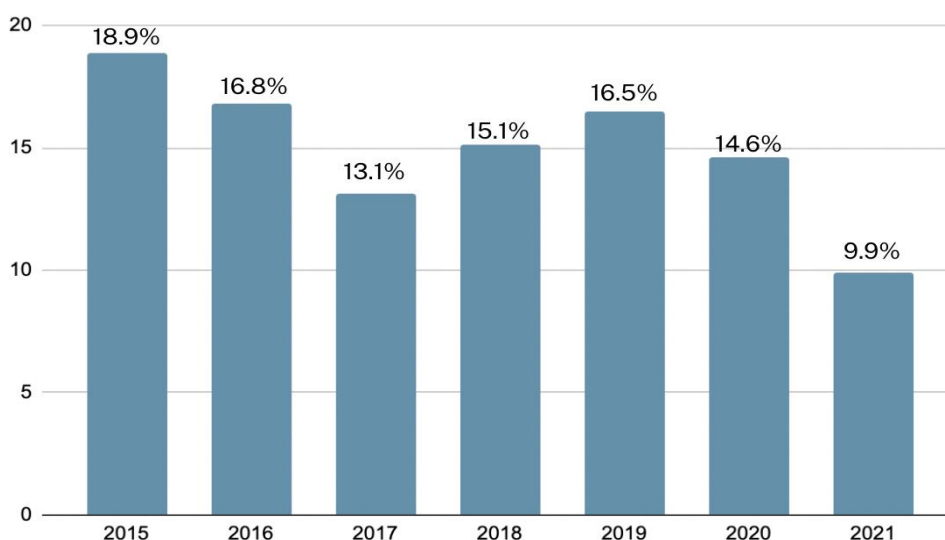
Theo báo cáo thống kê của KOCCA (2022), từ năm 2015 đến năm 2019, quy mô của ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc luôn tăng trưởng dương với mức tăng trung bình theo năm là 18,3%. Tuy nhiên do ảnh hưởng của dịch bệnh, từ năm 2020, quy mô của ngành công nghiệp này có xu hướng giảm. Theo hình 5, ta có thể so với năm 2019, quy mô của ngành thể thao điện tử Hàn Quốc năm 2020 giảm 13,9% và tiếp tục giảm thêm 12,9% vào năm 2021.



<Hình 5. Quy mô của công nghiệp E-sports Hàn Quốc giai đoạn 2015-2021 (KOCCA, 2022)>

So sánh với quy mô của E-sports toàn cầu giai đoạn 2015-2021 được thể hiện trong hình 1, ta thấy trong giai đoạn 2015-2019, quy mô của E-sports trên toàn cầu cũng như của Hàn Quốc đều tăng trưởng dương và đến năm 2020 đều cho thấy sự sụt giảm do ảnh hưởng của dịch bệnh. Tuy nhiên, quy mô E-sport trên toàn cầu đã tăng trưởng dương trở lại vào năm 2021

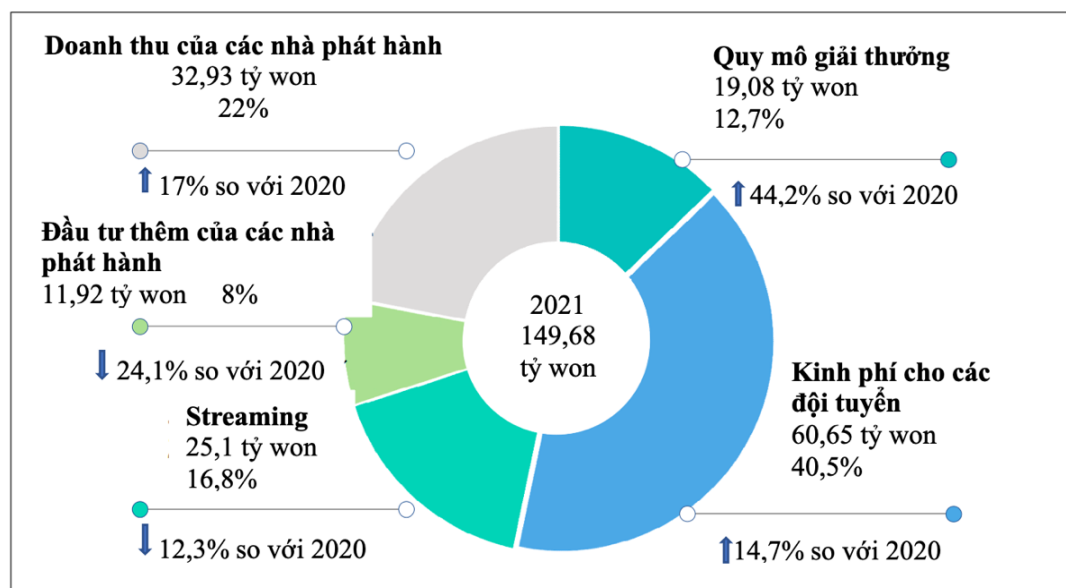
trong khi quy mô của Hàn Quốc tiếp tục giảm. Có thể đánh giá mức độ hồi phục sau dịch bệnh của quy mô E-sports Hàn Quốc đang bị chậm nhịp hơn so với quy mô toàn cầu. Điều này dẫn đến việc tỷ trọng của E-sports Hàn Quốc trên thị trường E-sports cũng bị giảm sút đáng kể từ 16,5% vào năm 2019 xuống 14,6% vào năm 2020 và 9,9% năm 2021.



<Hình 6. Tỷ trọng của E-sports Hàn Quốc trên thị trường thế giới giai đoạn 2015-2021>

Phân tích cụ thể các phân mảng cấu thành quy mô công nghiệp điện tử Hàn Quốc; tính đến 2021, quy mô ngành thể thao điện tử của Hàn Quốc đạt khoảng 150 tỷ won, trong đó, kinh phí cho các đội tuyển E-sports là khoảng 60,6 tỷ won chiếm 40,5%, doanh thu của các nhà phát hành chiếm 32,93 tỷ won (22%), Streaming chiếm 25,1 tỷ won (23,9%), quy mô giải thưởng chiếm 19,08 tỷ won (12,7%) và đầu tư thêm của các nhà phát hành là 11,92 tỷ won (8%). Có thể thấy, quy mô giải thưởng tăng 44,2% so với năm trước, kinh phí cho các đội tuyển tăng 14,7%, doanh thu của các nhà phát hành cũng tăng 17%. Tuy nhiên, đầu tư từ các nhà phát hành giảm 24,1% và quy mô của phân mảng Streaming giảm 20,2% so với 2020 xuống còn 25,1 tỷ won. Điều này được lý giải là do các hoạt động thúc đẩy phục hồi E-sports theo từng giai đoạn được thực hiện trong

năm 2021 và quy mô của các sự kiện E-sports cũng được mở rộng nên kinh phí cho các đội tuyển và như tiền thưởng cho các giải đấu đều ghi nhận sự tăng trưởng. Ngược lại, việc kết thúc dự án OGN (OnGameNet) của CJ E&M dẫn đến việc không còn kênh truyền hình cáp chuyên phát sóng thể thao điện tử, vì thế không ghi nhận doanh thu nào từ việc phát sóng Esports. Ngoài OGN, các kênh chuyên phát sóng thể thao điện tử như MBC GAME, SPOTV GAMES cũng lần lượt ngừng phát sóng hoặc đổi tên và chuyển sang đưa tin về lĩnh vực giải trí. Nguyên nhân chính của việc này là do Riot - nhà phát hành của tựa game Liên Minh Huyền Thoại gần đây đã quyết định sẽ tiếp quản trực tiếp giải đấu Liên Minh Huyền Thoại chuyên nghiệp Hàn Quốc (LCK), do đó các kênh mất đi nội dung phát sóng chính và phải ngừng phát sóng.



<Hình 7. Quy mô ngành công nghiệp E-sports Hàn Quốc năm 2021 (KOCCA, 2022)>

2. Đa dạng hóa tài trợ và quan hệ đối tác

Việc tài trợ của các doanh nghiệp đối với các giải đấu và các đội tuyển thể thao điện tử thuộc dòng chính lưu đang ngày càng tích cực. Ngoài những thương hiệu quen thuộc như máy tính, IT, điện tử, viễn

thông, các thương hiệu về trang phục thể thao, đồ uống cũng đang đẩy mạnh marketing. Gần đây, ngay cả những thương hiệu xa xỉ hoặc quỹ tài chính cũng tài trợ và mở rộng quan hệ đối tác với các giải đấu và tuyển thủ chuyên nghiệp.

Năm 2020, hãng xe Mercedes-Benz tuyên bố gia hạn hợp đồng 3 năm tài trợ cho tựa game Liên Minh Huyền Thoại. Công ty tài chính toàn cầu MasterCard cũng tham gia vào việc marketing thể thao điện tử cùng các nhà tài trợ khác tại Hàn Quốc và Ả Rập. Thương hiệu thời trang Burberry hợp tác cùng đội tuyển GenG Esports. Các thương hiệu thời trang nổi tiếng khác như Gucci, Tiffany, Louis Vuitton,... cũng đầu tư cho các giải đấu, đội tuyển thể thao điện tử để marketing hướng tới đối tượng là thế hệ MZ. KOTRA cũng đã đề xuất các công ty Hàn Quốc đang nhắm đối tượng là thế hệ Z tại thị trường Việt Nam hãy tấn công vào thị trường thể thao điện tử. Điều này cho thấy rằng các hoạt động marketing qua thể thao điện tử không chỉ giới hạn ở một khu vực cụ thể mà đang được toàn cầu hóa, đồng thời thể thao điện tử cũng trở thành ngôn ngữ chung của giới trẻ trên thế giới.

3. Hiện trạng cơ sở hạ tầng

Để trở thành tuyển thủ chuyên nghiệp, các người chơi tất yếu sẽ phải trải qua giai đoạn tuyển thủ nghiệp dư. E-sports Hàn Quốc có một môi trường rất thuận lợi để nâng cao số lượng người chơi nghiệp dư, đó chính hệ thống các quán chơi game hiện đại được phân bố đều trên toàn quốc. Những người chơi nghiệp dư muốn trở thành tuyển thủ chuyên nghiệp hầu hết sẽ tập luyện kỹ năng của mình tại các quán chơi game rồi thông qua việc đạt thứ hạng cao trong các giải đấu nghiệp dư hoặc kỳ thi đánh giá tuyển thực tập sinh của các đội tuyển để trở thành tuyển thủ chuyên nghiệp.

Tuy nhiên không giống với các vận động viên thể thao truyền thống có thể tham gia thi đấu chuyên nghiệp qua rất nhiều cơ hội khác nhau như học chuyên ngành tại trường học hoặc được bồi dưỡng đào tạo từ nhỏ, các tuyển thủ thể thao điện tử có rất ít cơ hội để có thể ra mắt chuyên nghiệp. Nói cách khác, thể thao truyền thống đã hình

thành một hệ thống bài bản bám rễ từ lâu trong khi thể thao điện tử chưa thực sự hình thành một hệ thống có thể quản lý dữ liệu và đào tạo tuyển thủ một cách chính quy. Trước đây, Hiệp hội Thể thao điện tử Hàn Quốc KeSPA từng có hệ thống quản lý tuyển thủ nghiệp dư, tuy nhiên trước sự biến động của các giải đấu xoay quanh các nhà phát hành cũng như việc không có đủ nhân sự chuyên môn quản lý và thiếu hụt ngân sách nên dần dần việc quản lý không thể bao quát một cách đầy đủ nữa. Đặc biệt là khi ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc bắt đầu thương mại và xuất hiện đội tuyển chuyên nghiệp đầu tiên vào năm 1999, các nhà đài bắt đầu phát sóng giải đấu chuyên nghiệp thì giá trị của các tuyển thủ chuyên nghiệp không ngừng tăng lên. Cùng với đó, kể từ năm 2003, các công ty viễn thông di động như SK Telecom lần lượt thành lập các đội tuyển và tham gia giải đấu chuyên nghiệp, điều này càng khiến nền thể thao điện tử hoạt động theo phương thức tập trung vào đào tạo các tuyển thủ ngôi sao chuyên nghiệp. Cách phát triển bền vững nhất là phải song hành giữa việc đào tạo các tuyển thủ chuyên nghiệp hàng đầu và việc tạo nền móng vững chắc thông qua nuôi dưỡng các tuyển thủ tài năng, tuy nhiên Hàn Quốc lại đang không chú trọng đến nền móng này và phát triển theo hướng không có chiến lược chi tiết mà đặt lợi nhuận lên hàng đầu.

IV. Phương hướng phát triển

1. Hình thành hệ sinh thái đào tạo các tuyển thủ nghiệp dư

Một trong những lý do khiến E-sports Hàn Quốc luôn có tiếng nói trên thị trường quốc tế là do đội ngũ tuyển thủ trình độ cao của đất nước này. Theo Hiệp hội Thể thao điện tử Hàn Quốc KeSPA (2019), số lượng tuyển thủ chuyên nghiệp người Hàn Quốc đang thi đấu tại nước ngoài của 2 tựa game Liên Minh Huyền Thoại và Overwatch là 220 người và số tiền lương mà họ nhận được

ước tính vào khoảng 82 tỷ won. Trường hợp game Overwatch, trong số các tuyển thủ chuyên nghiệp đang thi đấu trên thế giới, số lượng tuyển thủ chuyên nghiệp có quốc tịch Hàn Quốc chiếm hơn 50%, điều này cho thấy sức ảnh hưởng không nhỏ của đội ngũ tuyển thủ Hàn Quốc đối với tựa game này. Đối với trường hợp của game Liên Minh Huyền Thoại, từ năm 2011 đến năm 2018, thành tích thấp nhất của các đội tuyển Hàn Quốc cũng là góp mặt vào trận Bán kết của giải đấu “Chung kết thế giới Liên Minh Huyền Thoại”. Từ năm 2013 đến năm 2022, trong tổng 10 mùa giải của giải đấu này, có tới 7 mùa giải các đội tuyển của Hàn Quốc giành chức vô địch, 3 mùa giải còn lại ngôi vương thuộc về các đội tuyển đến từ khu vực LPL (Trung Quốc), tuy nhiên trong cả 3 mùa giải mà các đội tuyển Trung Quốc giành vô địch, trong đội hình của họ luôn có ít nhất 1 tuyển thủ quốc tịch Hàn Quốc. Nếu giải đấu Liên Minh Huyền Thoại của Hàn Quốc chưa từng có tiền lệ mua ngoại binh mà chỉ sử dụng tuyển thủ quốc tịch Hàn Quốc thì các khu vực khác trên thế giới như Bắc Mỹ, Châu Âu, Trung Quốc,... hàng năm đều sẵn sàng bỏ ra một số tiền khổng lồ để lôi kéo các tuyển thủ chất lượng từ Hàn Quốc.

Nói như vậy không đồng nghĩa với việc các khu vực lớn khác trên thế giới đang giảm chân tại chỗ, ngược lại, trong vài năm gần đây, trình độ của các tuyển thủ do các khu vực nào đào tạo ra đang ngày càng cao và không ngừng cải thiện. Bước ngoặt đánh dấu sự thu hẹp cách biệt trình độ giữa Hàn Quốc và các khu vực khác chính là sự kiện đội tuyển G2 đến từ châu Âu vô địch giải đấu “Giao hữu Quốc tế giữa mùa giải MSI” game Liên Minh Huyền Thoại - giải đấu được coi là sân chơi của các đội tuyển Hàn Quốc sau nhiều lần vô địch liên tiếp. Sự cải thiện về trình độ này xuất phát từ việc những khu vực khác không ngừng đầu tư và áp dụng những chính sách đổi mới cho E-sport. Tại Bắc Mỹ

và châu Âu đã sớm áp dụng chính sách nhượng quyền cho game Liên Minh Huyền Thoại, việc này giúp các tổ chức E-sports thu hút nguồn vốn khổng lồ, qua đó củng cố thêm hệ thống đào tạo các tài năng trẻ triển vọng. Tại Trung Quốc, từ năm 2003, Tổng cục Thể thao của nước này đã công nhận thể thao điện tử là một hạng mục thể thao chính thức và có những chính sách cụ thể để phát triển E-sports. Từ giai đoạn 2015-2016, các tổ chức E-sports và nhiều trường THPT, trường đại học ở Trung Quốc đã kết hợp với nhau mở ra chuyên ngành đào tạo liên quan đến thể thao điện tử duy trì đến hiện tại và không ngừng mở rộng quy mô.

Việc các khu khác đẩy mạnh đào tạo chuyên nghiệp thể thao điện tử yêu cầu Hàn Quốc phải xây dựng nền tảng với các chính sách ưu tiên để hình thành nên hệ sinh thái đào tạo các tuyển thủ nghiệp dư. Hiện nay chính phủ Hàn Quốc vẫn đang thực hiện những chính sách hỗ trợ đào tạo và mở rộng quy mô E-sports, tuy nhiên nếu nhìn vào kết quả, hiển nhiên là cần có một cơ quan riêng biệt quản lý những chế độ hỗ trợ này một cách tập trung và hiệu quả hơn nữa. Chính phủ Hàn Quốc cũng cần có một hướng dẫn cụ thể để có thể củng cố và duy trì hệ thống đào tạo nhân lực E-sports tại từng địa phương giống như Trung Quốc đang thực hiện. Ngoài ra, việc tổ chức các giải trẻ, các giải đấu nghiệp dư để phát hiện các tài năng trẻ cần được đẩy mạnh, hỗ trợ hơn, kèm theo đó là thúc đẩy việc hợp tác giữa các tổ chức thể thao điện tử cùng các trường để hình thành ngành học chuyên môn về thể thao điện tử.

2. Phát triển game và giải đấu nội địa

Như đã đề cập ở phần quy mô thể thao điện tử Hàn Quốc, một trong những nguyên nhân khiến quy mô thể thao điện tử Hàn Quốc giảm là do các nhà phát hành game nước ngoài trực tiếp điều hành nắm giữ bản quyền phát sóng các giải đấu chuyên nghiệp

tại Hàn Quốc khiến các kênh phát sóng E-sports tại Hàn Quốc mất đi nguồn nội dung để đăng tải. Một số game nổi tiếng như Liên Minh Huyền Thoại, Overwatch, CS:GO, DOTA,... đều là những game do các nhà phát hành nước ngoài phát triển. Trước đây, các nhà phát hành này sẽ bán bản quyền cho kênh phát sóng của Hàn Quốc để tổ chức giải đấu, sản xuất nội dung liên quan đến giải đấu, tuy nhiên gần đây, các nhà phát hành này có xu hướng thu giữ bản quyền và tự mình quản lý giải đấu. Điển hình là việc giải đấu “Overwatch APEX” vốn do OGN chủ quản bị công ty phát hành Blizzard (Mỹ) lấy lại quyền điều hành, hay gần đây nhất là giải đấu “Liên Minh Huyền Thoại Hàn Quốc LCK” cũng bị nhà phát hành Riot Games (Mỹ) trực tiếp quản lý. Việc yêu cầu các nhà phát hành này phải bán lại bản quyền phát sóng cho các kênh phát sóng nội địa là bất khả thi khi họ vẫn đang điều hành tốt những giải đấu tại Hàn Quốc. Ngoài ra, gần đây thể thao điện tử đã được đưa vào thi đấu giống như các hạng mục thể thao truyền thống khác tại Asiad hay SEA Games cho thấy thể thao điện tử đã dần có vị thế so với các môn thể thao truyền thống và quốc gia nào có tựa game được thi đấu tại những Đại hội thể thao này sẽ có uy thế rất lớn. Hai lý do trên đặt ra yêu cầu với các nhà phát hành game Hàn Quốc phải tạo ra những game có thể thu hút người chơi và người xem cũng phải tổ chức các giải đấu nội địa đủ hấp dẫn để thu hút tuyển thủ chuyên nghiệp, khán giả và xa hơn nữa là vươn tầm quốc tế.

Trên thực tế, Nexon – công ty phát hành game lớn nhất Hàn Quốc vẫn liên tục duy trì phát triển tựa game “FIFA Online” theo hướng thể thao điện tử hóa. Game “FIFA Online” thậm chí rất được yêu thích và có giải đấu chuyên nghiệp tại thị trường Việt Nam. Ngoài ra, game PUBG: BATTLEGROUNDS do PUBG (công ty con của nhà phát hành game Hàn Quốc Krafton)

phát hành năm 2018 cũng được coi là một game nội địa Hàn Quốc đang được thể thao điện tử hóa rất tốt trên thị trường quốc tế. Chỉ sau 2 năm phát hành, đã có khoảng 300 đội tuyển thi đấu PUBG chuyên nghiệp được thành lập ở châu Á, châu Âu và Bắc Mỹ. Tựa game này cũng nhanh chóng trở thành một trong những game ăn khách nhất trên thế giới với số lượng người chơi đạt khoảng 50 triệu người tính đến 2019.

Đạt được thành công nhanh chóng, tuy nhiên để có thể duy trì độ nóng của 1 tựa game giống như việc Liên Minh Huyền Thoại hay StarCraft đã chạy đường dài hơn 10 năm, các nhà phát hành cần phải liên tục tạo ra môi trường để toàn cầu hóa, thể thao điện tử hóa các tựa game của mình. Bởi vì không phải lúc nào việc tổ chức các giải đấu cũng diễn ra thuận lợi. Cũng do Nexon phát hành, giải đấu “KartRider League” thì lại không đạt được kỳ vọng như mong muốn. Lý do là vì việc các đội tuyển nghiệp dư lôi kéo được nhà tài trợ và trở thành đội tuyển chuyên nghiệp nhưng sau đó lại bị hủy tài trợ lặp đi lặp lại nhiều lần khiến cho quá trình hình thành giải đấu không được hoàn thiện. Tính đến cuối năm 2022, trong số 8 đội tuyển tham gia giải đấu thì chỉ có 3 đội chuyên nghiệp, điều này dẫn đến việc vào tháng 11 năm 2022, Nexon tuyên bố ngừng cung cấp server game KartRider để tập trung cho bản mới KartRider: Drift. Tuyên bố này đồng nghĩa với việc tương lai của giải đấu “KartRider League” trở nên mờ mịt khi server game đã đóng. Để tình trạng trên không lặp lại, chính phủ Hàn Quốc cần có những chính sách thực tế hơn như ưu đãi về thuế nhằm hỗ trợ các nhà phát hành phát triển game và tổ chức các giải đấu trong nước.

3. Tạo ra văn hóa thể thao điện tử thân thiện với đại chúng

Bất kể ngành công nghiệp nào muốn phát triển cũng cần có độ nhận diện cao với công chúng, công nghiệp thể thao điện tử

cũng không ngoại lệ. Để mở rộng phạm vi đối tượng quan tâm đến thể thao điện tử, cần tạo ra những nội dung, sự kiện thân thiện với công chúng hơn nữa. Ảnh hưởng của đại dịch COVID khiến quy mô thể thao điện tử Hàn Quốc sụt giảm nhưng cũng không thể phủ nhận trong thời gian đó, “văn hóa online” trở nên phổ biến và kéo theo sự quan tâm của mọi người về thể thao điện tử. Cùng với đó, mặc dù không thể thay đổi hoàn toàn nhận thức của mọi người với thể thao điện tử theo hướng tích cực nhưng những tranh luận gần đây xung quanh vấn đề có đưa thể thao điện tử vào thi đấu tại thể vận hội Olympic hay không cũng khiến nhận thức của công chúng với thể thao điện tử cũng cao hơn. Vấn đề của việc khiến thể thao điện tử thân thiện hơn với công chúng phần lớn nằm ở việc thay đổi nhận thức của thế hệ trước. Những người thế hệ trước đa số thường không hiểu rõ về thể thao điện tử hoặc nhìn nhận nó với hình ảnh tiêu cực. Jeong (2016) đã đưa ra phương án đó là cung cấp các chương trình giáo dục thông qua E-sports và đẩy mạnh các hoạt động công ích xã hội của các tổ chức E-sports có thể cải thiện nhận thức tiêu cực về E-sports cũng như quảng bá tên tuổi cho đội tuyển. Tuy nhiên, việc này chỉ mang lại cảm tình nhất thời cho những người không biết rõ về thể thao điện tử chứ chưa khiến họ tìm hiểu thêm và tham gia ủng hộ E-sports. Trong đại dịch COVID, các nhà phát hành game như Nexon, Netmarble và NCsoft đã quyên góp 2 tỷ won và quy mô này vượt qua số tiền quyên góp của hầu hết các công ty trong nước. Đối với việc phát triển chương trình giáo dục thông qua thể thao điện tử, nếu không có sự hỗ trợ về mặt chế độ và cơ sở hạ tầng thì rất khó thực thi. Mặc dù có thể sử dụng nội dung thể thao điện tử như một phần của chương trình giáo dục trực tuyến dưới hình thức trò chơi, nhưng việc thu hút sự tham gia của công chúng vẫn còn

hạn chế. Liên quan đến vấn đề này, chính phủ Hàn Quốc đã đưa ra chính sách theo giai đoạn đến năm 2023 về kế hoạch xây dựng nhà thi đấu E-sport ở các địa phương và quy hoạch phòng chơi game thành hạ tầng phục vụ thể thao điện tử.

Ngoài ra, cần sáng tạo những nội dung chất lượng về E-sports để tận dụng độ phủ sóng của internet tiếp cận đến người xem. Đối với thế hệ trẻ, thể thao điện tử được coi là một văn hóa thân thuộc. Họ sử dụng thể thao điện tử để giải trí và thậm chí tiếp cận nó như một lĩnh vực nghề nghiệp. Họ tiếp cận thông tin về thể thao điện tử chủ yếu bằng hình thức online, nhưng lại không dễ dàng tìm kiếm những thông tin chính thống họ muốn qua Internet. Do đó, ngoài các nội dung về tuyên thủ hay các trận đấu, cần phải cung cấp những nội dung khác phục vụ mục đích tìm hiểu về E-sports cho các lứa tuổi. Nhìn chung, để thay đổi định kiến, điều tất yếu là phải hình thành sự thấu hiểu về thể thao điện tử, khiến nó có thể trở thành một cầu nối để giao tiếp với mọi người.

V. Kết luận

Quy mô ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc tăng trưởng đều đặn từ năm 2014 đến năm 2019 đã bắt đầu có dấu hiệu sụt giảm sau năm 2019 khi dịch COVID bùng nổ. Quy mô ngành công nghiệp đó bao gồm sự gia tăng doanh thu của các công ty phát hành, các tổ chức thể thao điện tử và tiền thưởng cho các giải đấu, nhưng lại sụt giảm về doanh thu của các kênh phát sóng chuyên về E-sport sau khi OGN chấm dứt hoạt động. Việc đào tạo các ngôi sao thể thao điện tử đang phát triển rất tốt nhưng lại không đi đôi với việc xây dựng nền móng đào tạo tuyển thủ nghiệp dư một cách bài bản. Điều này đòi hỏi việc các nhà phát hành game trong nước phải phát triển những tựa game hấp dẫn và có sức hút lâu dài, đồng thời phải đẩy mạnh việc phổ cập văn hóa E-sports tới đại

chúng và quan tâm đến việc xây dựng cơ sở hạ tầng đào tạo nhân lực. Những vấn đề này chỉ có thể thực hiện khi có sự hỗ trợ của chính phủ Hàn Quốc về chế độ, chính sách cụ thể. Ngoài ra, trong bối cảnh thể thao điện tử có sức ảnh hưởng không kém gì những môn thể thao truyền thống, việc tài trợ cho các đội tuyển chuyên nghiệp thông qua đó quảng bá nhãn hiệu cũng là một hướng marketing mà các doanh nghiệp có thể xem xét. Hy vọng bài nghiên cứu này đã đưa ra một góc nhìn tổng hợp về thể thao điện tử Hàn Quốc và thông qua đó sẽ có thêm nhiều nghiên cứu đa chiều hơn về ngành công nghiệp này.

Tài liệu tham khảo

Tài liệu tiếng Anh

Newzoo. 2021. Global Esports & Live Streaming Market Report 2021

Tài liệu tiếng Hàn

[1] Cơ quan Nội dung Sáng tạo Hàn Quốc. 2022. Khảo sát thực trạng thể thao điện tử năm 2022.

[2] Cơ quan Nội dung Sáng tạo Hàn Quốc. 2018. Báo cáo phân tích xu hướng ngành công nghiệp sáng tạo nội dung nửa đầu năm 2018.

[3] J.J.H (2006), “ Phương án thúc đẩy marketing ngành công nghiệp e-sports: Tập trung vào phòng vấn chuyên gia”, luận văn thạc sĩ, cao học trường Đại học Hongik.

[4] Hiệp hội thể thao điện tử Hàn Quốc KeSPa (2019), Báo cáo thể thao điện tử “Ngành công nghiệp mới toàn cầu sẽ dẫn dắt tương lai Hàn Quốc”.

[5] Y.A.R (2020), “Nghiên cứu về thực trạng và hướng phát triển của ngành công nghiệp thể thao điện tử Hàn Quốc”, luận văn thạc sĩ, cao học trường Đại học Kwangwoon.

Internet

L.D.H. (2020) [Kế hoạch ban đầu/ Mecenat ngành công nghiệp game ①] ‘Kiểm tiền giỏi, sử dụng tốt’ Chú ý đóng góp cho xã hội. Digital Daily.

<https://n.news.naver.com/mnews/article/138/0002087013?sid=105>

Abstract

A STUDY ON THE CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT OF E-SPORTS INDUSTRY IN SOUTH KOREA

Nguyen Thi Phuong Thao

VNU-University of Languages and International Studies, Hanoi

Since the early 2000s, the South Korean E-sports industry has begun to develop and is considered a potential industry. This industry affects not only the South Korean economy but also the cultural trends of a large segment of young Koreans. Therefore, the study on the current status of Korean E-sports industry is essential as it focuses on economic structure or cultural trends of this country. With that in mind, this study will use the data related to Korean e-sports in recent years to generalize its development trends in comparison to the world's e-sports. Since then, the study also points out the positive as well as the negative aspects and give appropriate suggestions. The greatest significance of this study is to analyze e-sports not only from a simple point of view of entertainment, but also to recognize it as a potential industry that is constantly changing, getting closer to traditional sports and requires constant research in order to grasp new trends.

Keywords: e-sports, current status, development, South Korea

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).

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA TÍNH CÁCH NHÂN VIÊN ĐẾN SỨC BẬT TINH THẦN VÀ SỰ GẮN BÓ VỚI TỔ CHỨC - TẬP TRUNG VÀO CÁC DOANH NGHIỆP HÀN QUỐC TẠI VIỆT NAM -

Đinh Thị Như Quỳnh*

Tóm tắt

Ngày nay, với tình hình kinh tế đang trên đà phát triển mạnh mẽ, thị trường Việt Nam trở nên triển vọng và thu hút nhiều đầu tư nước ngoài, đặc biệt trong đó có các doanh nghiệp Hàn Quốc. Khi các doanh nghiệp Hàn Quốc mở rộng kinh doanh, xây dựng nhà máy tại Việt Nam đã tạo công ăn việc làm cho rất nhiều người Việt, tuy nhiên do khác biệt văn hóa, áp lực công việc, tiền lương .v.v. mà có rất nhiều người Việt vẫn chưa thích ứng được với phong cách làm việc cũng như văn hóa công sở tại các công ty Hàn Quốc. Các vấn đề như trên cũng một phần khiến cho tỷ lệ nghỉ việc, chuyển chỗ làm của nhân viên Việt Nam rất cao. Điều này cũng là áp lực đối với các doanh nghiệp Hàn Quốc và để cải thiện được nhân lực, cũng như tăng sự nhiệt huyết, gắn bó với công ty của nhân viên người Việt, lãnh đạo công ty, cụ thể là người quản lý nhân sự phải hiểu được đặc điểm, tính cách nhân viên, cũng như tìm ra những phương án hợp lý để giải quyết vấn đề. Đây cũng chính là mục đích của nghiên cứu này. Chúng tôi đã tiến hành khảo sát gần 300 nhân viên Việt Nam đang làm việc tại các công ty Hàn có cơ sở tại Việt Nam, sau đó tiến hành phân tích kết quả, kết hợp với các luận văn, tài liệu nghiên cứu có trước để đưa ra một số gợi ý.

Từ khóa: Tính cách, 5 yếu tố tính cách, sức bật tinh thần, nhiệt huyết.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam và Hàn Quốc thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1992, đặt nền móng cho sự phát triển kinh tế, xã hội và văn hóa. Thương mại giữa 2 nước cũng không ngừng tăng trưởng nhanh chóng, đầu tư lẫn nhau giữa 2 nước cũng tăng đáng kể, đạt 2,5 tỷ USD vào năm 2021. Khi các doanh nghiệp Hàn Quốc mở rộng kinh doanh, xây dựng nhà máy tại Việt Nam đã tạo công ăn việc làm cho rất nhiều người Việt, tuy nhiên do khác biệt văn hóa, áp lực công việc, tiền lương .v.v. mà có rất nhiều người Việt vẫn chưa thích ứng được với phong cách làm việc cũng như văn hóa công sở tại các công ty Hàn Quốc. Các vấn đề như trên cũng một phần khiến cho tỷ lệ nghỉ việc, chuyển chỗ làm của nhân viên Việt Nam rất cao. Điều này chính là áp lực đối với các doanh nghiệp Hàn Quốc và để cải thiện được nhân lực, cũng như tăng sự nhiệt huyết, gắn bó với công ty của nhân viên người Việt Nam thì lãnh đạo công ty, cụ thể là người quản lý nhân sự phải hiểu được đặc điểm, tính cách nhân viên, cũng như tìm ra những phương án hợp lý để giải quyết vấn đề này. Với bối cảnh và tình hình như trên, nghiên cứu này đã được thực hiện nhằm 2 mục đích. Thứ nhất là nghiên cứu về sự ảnh hưởng của 5 yếu tố tính cách của nhân viên Việt Nam tới sức bật tinh thần và nhiệt huyết với tổ chức. Sau đó là một vài đề xuất nhằm cải thiện việc quản lý nhân sự một cách hiệu quả tại các công ty Hàn Quốc có cơ sở tại Việt Nam.

* Thạc sĩ; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: nhuquynh.dt94@gmail.com

2. Tổng quan

2.1. Đặc điểm nhân sự của các công ty Hàn Quốc tại Việt Nam

Việt Nam là quốc gia có dân số hơn 97 triệu người, tính đến năm 2021 lực lượng lao động chiếm 52% tổng dân số. Trong đó tỷ lệ chuyển việc hàng tháng nếu ở mức 4-6% là bình thường thì ở VN tỷ lệ chuyển việc bình quân mỗi tháng là 7,7% đối với các nhân viên khối văn phòng và 13,9% đối với các khối sản xuất. Theo một kết quả khảo sát trực tuyến vừa được Anphabe (Công ty tư vấn nguồn nhân lực tại Việt Nam) thực hiện trên 65.200 người thuộc 20 nhóm ngành nghề cho thấy, cứ 10 người đang đi làm lại có 6 người chủ động tìm công việc mới. Độ tuổi nghỉ việc nhiều nhất từ 24 tuổi trở xuống hoặc những người từ 40 tuổi trở lên. Trong khi đó, những năm gần đây Hàn Quốc luôn nằm trong top những quốc gia dẫn đầu đầu tư vào Việt Nam, đứng thứ 2 trong tổng số 112 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam, chỉ sau Singapore. Tổng vốn FDI của Hàn Quốc vào Việt Nam cũng tăng từ 43,7 tỷ USD năm 2015 lên tới 74,1 tỷ USD năm 2021. Kèm theo sự đầu tư đó là một sự tăng lớn về mặt lực lượng người lao động người Việt Nam làm việc tại các công ty Hàn Quốc. Tuy nhiên do áp lực về lương, yêu cầu nhân lực chất lượng cao, sự khác biệt về văn hóa doanh nghiệp, người lao động Việt Nam tại các công ty Hàn Quốc phải chịu nhiều áp lực về thể chất và tâm lý (Đặng Văn Chung, 2016). Theo điều tra của viện nghiên cứu lao động và công đoàn Hàn Quốc, thì tỷ lệ làm việc liên tiếp từ 1-5 năm chiếm 60% toàn bộ người lao động và làm việc dưới 1 năm chiếm 13%. Tỷ lệ chuyển việc bình quân mỗi tháng ở các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam là từ 5-10%. Ngoài ra, trong khi làm việc, người Việt Nam cũng có những đặc điểm tiêu cực như làm việc không tập trung, đi trễ, hiệu quả công việc

thấp, thiếu trách nhiệm, đi vắng không báo trước, coi thường hiệu suất của công ty.

2.2. Cơ sở lý luận

2.2.1. Khái niệm tính cách và 5 yếu tố tính cách

Theo từ điển tiêu chuẩn ngôn ngữ Hàn Quốc, tính cách là một hệ thống tâm lý đặc biệt, đặc sắc của mỗi cá nhân được duy trì, phát triển và được thể hiện bởi các hình thức như hành động, lời nói tới môi trường xung quanh. Có rất nhiều các nhà nghiên cứu đã đưa ra các định nghĩa và tiến hành các nghiên cứu về tính cách trước đây như Cattle (1946) có đưa ra định nghĩa rằng tính cách là một nguyên lý khiến ta có thể dự đoán được một cá nhân trong một tình huống cụ thể sẽ hành động như thế nào và tính cách liên quan tới mọi hành động của con người. Hay theo Hogan (1991) thì tính cách là nguyên nhân vật lý và tâm lý tạo ra các kiểu hành vi, suy nghĩ và cảm xúc đặc biệt của con người. Yu Hee Kyung và cộng sự (2007) cũng nhận định rằng tính cách là đặc trưng của mỗi cá nhân, giúp phân biệt cá nhân đó và những người khác; bao gồm cảm xúc, nhận thức và hành động. Ngoài ra yếu tố tính cách cũng được chứng minh là có ảnh hưởng tới thành quả công việc (Lê Phước Luông, 2015).

Và một trong những phương pháp phổ biến và đáng tin cậy nhất khi đo lường và khái niệm hóa tính cách con người đó chính là mô hình Big Five hay còn gọi là 5 yếu tố tính cách. Mô hình này được coi là một thang đo tính cách chính xác được tôn trọng, sử dụng thường xuyên bởi các nhà tuyển dụng, doanh nghiệp và trong nghiên cứu tâm lý. Mô hình Big-Five dựa trên khoa học hành vi và xếp các hành vi đó vào một tính cách nhất định, đo lường 5 yếu tố chính của tính cách con người, mỗi một yếu tố đại diện cho một nhóm tính cách khác nhau.

- Yếu tố thứ nhất là tính hướng ngoại (Extraversion - E)

Đặc điểm tính cách này liên quan tới việc các cá nhân sử dụng năng lượng của họ và cách họ tương tác với những người khác. Thường sẽ chia ra là hướng ngoại và hướng nội. Những người có tính cách hướng ngoại hoặc có chỉ số cao về tính cách này thường sẽ rất nhiệt tình, có thể chủ động thể hiện với mọi người và tích cực bày tỏ ý kiến của mình đồng thời cũng thể hiện rõ cảm xúc hoặc bạn luôn thấy thoải mái khi ở trước đám đông và các tình huống xã hội khác (Goldberg, 1990). Ngược lại những người có tính cách hướng nội hoặc có chỉ số thấp về tính cách này thường có xu hướng ít tham gia vào các hoạt động xã hội, luôn thích sự một mình và có xu hướng tránh giao tiếp xã hội. Các yếu tố phụ của tính hướng ngoại bao gồm khả năng lãnh đạo, sự ấm áp, hoạt động, sự đông đúc, tìm kiếm sự kích thích và sự vui vẻ.

- Yếu tố thứ hai là tính hòa đồng (Agreeableness - A)

Đặc điểm tính cách này liên quan tới việc một người có thể hòa hợp với những người khác như thế nào. Trong các mối quan hệ giữa các cá nhân, tính hòa đồng được biểu thị bằng sự quan tâm, tin tưởng, tuân thủ và lòng vị tha, đồng thời đề cập đến mức độ thích ứng để duy trì mối quan hệ hài hòa và thoải mái với người khác. Nếu một người có chỉ số cao về đặc điểm này thì người đó là một người thoải mái với việc tốt bụng và thân thiện với người khác, người khác luôn xem bạn rất hữu ích và hợp tác (Lebowitz, 2016a). Ngược lại, nếu đạt điểm thấp về đặc điểm này, sẽ dễ bị thao túng hơn, thường không thân thiện với người khác và cũng có thể được coi là một người cạnh tranh hơn, ít hợp tác hơn.

- Yếu tố thứ ba là tính tận tâm (Conscientiousness - C)

Tính tận tâm được thể hiện bởi sự chu đáo, chuẩn bị kỹ càng hay các hành vi hướng

đến mục tiêu, có khả năng quan sát hay chú ý đến tiểu tiết, biết cách kiểm soát nóng giận và hiểu rằng hành vi và lựa chọn của bản thân có thể ảnh hưởng đến người khác. Những người có tính tận tâm cao có khát vọng đạt được mục tiêu mạnh mẽ, làm việc theo quy tắc và đạt được mục tiêu một cách hiệu quả, vì vậy họ luôn có khả năng lập kế hoạch và tổ chức trước xuất sắc (Lebowitz, 2016a.). Những người có tính tận tâm thấp thường không đáng tin cậy, hành động không nhất quán và có mục tiêu và kế hoạch không rõ ràng.

- Yếu tố thứ tư là chứng loạn thần kinh (Neuroticism - N)

Chứng loạn thần kinh (tính nhạy cảm) không phải là một yếu tố của tính cách hay năng lực, mà liên quan đến sự ổn định về cảm xúc và tính khí chung. Xu hướng thể hiện sự tức giận, trầm cảm, lo lắng và những cảm xúc tiêu cực khác đã được tìm thấy ở những người có điểm cao về chứng loạn thần kinh hay những người nhạy cảm (Lebowitz, 2016a). Chiều ngược lại của chứng loạn thần kinh là sự ổn định về cảm xúc (emotional stability), được đặc trưng bởi việc người đó không có cảm xúc tiêu cực, bình tĩnh và ổn định về mặt cảm xúc, điềm tĩnh, không dễ bị kích động.

- Yếu tố cuối cùng là tính cởi mở, cầu thị (Openness to experience - O)

Vui vẻ với những ý tưởng mới và khả năng suy nghĩ vượt trội đã được chứng minh là góp phần vào khả năng đạt được các vị trí lãnh đạo (Lebowitz, 2016a). Tính cởi mở được liên kết với năng lực trí tuệ và sự cởi mở với kinh nghiệm, kiến thức và có xu hướng tăng lên theo độ tuổi (Schretlen, van der Hulst, Pearlson & Gordon, 2010). Đối với các mô hình năm yếu tố khác, sự cởi mở để trải nghiệm ít liên quan đến tính nhạy cảm và hướng ngoại; hầu như không liên quan đến tính hòa đồng và tận tâm.

<Hình 1> Mô hình “The Big Five Factors Model of Personality”

Extraversion (E)	Agreeableness (A)	Conscientiousness (C)	Neuroticism (N)	Openness to Experience (O)
Warmth/Love	Trust	Competence	Anxiety	Ideas
Gregariousness/Social	Straightforwardness	Order	Angry hostility/Irritable	Fantasy/Imaginative
Assertiveness/Bold	Altruism/humanity	Dutifulness	Depression	Aesthetics/artistic
Activity	Compliance/obedience	Achievement Striving	Self-consciousness	Actions/Wide interests
Excitement seeking	Modesty	Self Discipline	Impulsiveness	Feelings/Excitable
Positive emotion	Tender-mindedness	Deliberation	Vulnerability	Values/Unconventional

※출처: John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), Handbook of personality: Theory and research (Vol. 2, pp. 102-138). New York: Guilford Press. 재구성

2.2.2. Khái niệm về sức bật tinh thần (Resilience)

Trong vật lý, khả năng đàn hồi có nghĩa là một vật thể có một lực nảy lên khi nó nhận một ngoại lực, nhưng nó có thể được áp dụng cho nhiều lĩnh vực như xã hội học, tâm lý học và tâm thần học. Sức bật tinh thần có thể được gọi là khả năng của một người. Sức bật tinh thần là hiện tượng tạo ra tác động tích cực thông qua việc đối phó hiệu quả hơn khi đối mặt với khó khăn và nghịch cảnh đe dọa sự ổn định tâm lý. Những người có sức bật tinh thần tốt là những người đã vượt qua những tình huống khó khăn một cách xuất sắc, thành công hơn lúc trước và cho thấy khả năng hồi phục nhanh hơn sau những căng thẳng hàng ngày (Fletcher & Sarkar, 2013). Trong tình trạng kiệt sức liên tục, nhân viên dễ mắc hội chứng kiệt sức (burnout syndrome) có thể dẫn đến bệnh tâm lý. Vì những vấn đề xã hội này, nhiều nhà lãnh đạo doanh nghiệp có xu hướng ngày càng quan tâm nhiều hơn đến khả năng phục hồi cũng như sức bật tinh thần của nhân viên.

2.2.3. Khái niệm về sự gắn bó với tổ chức (Organization commitment)

Sự gắn bó, nhiệt huyết với tổ chức là sự gắn bó và trung thành của các thành viên với tổ chức mà họ làm việc. Sự cam kết gắn bó với tổ chức thể hiện bằng ý định gắn bó lâu dài, mong muốn cống hiến với tổ chức đó, đồng thời cũng thể hiện sự tin tưởng, yêu mến, tự hào của nhân viên đối với doanh nghiệp của họ, cam kết gắn bó là động lực thúc đẩy họ làm việc chăm chỉ và nỗ lực hết mình bằng những kinh nghiệm và khả năng của bản thân, trung thành và cống hiến cho tổ chức. Các thành viên của tổ chức cam kết với tổ chức khi mục tiêu của họ phù hợp với mục tiêu của tổ chức, khi họ sẵn sàng làm việc cho tổ chức và khi họ muốn duy trì mối quan hệ với tổ chức. Số liệu trong Marciano (2010) cho thấy những tổ chức có điểm gắn kết nhân viên cao có mức tăng trưởng thu nhập trên cổ phần tăng 28% và doanh thu tăng 19%. Ngược lại, những tổ chức có điểm gắn kết nhân viên thấp có thu nhập cổ phần giảm 11% và doanh thu hoạt động giảm 32%. Sự gắn bó với tổ chức thường được

chia thành 3 cấu phần là cam kết dựa trên cảm xúc (affective commitment), cam kết dựa trên tính toán (continuous commitment) và cam kết dựa trên quy phạm (normative commitment) (Meyer & Allen, 1997).

3. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

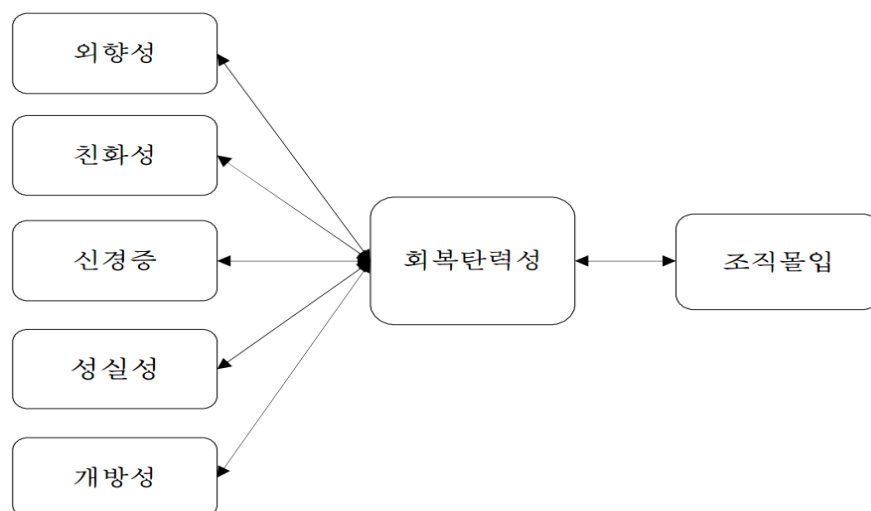
Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, tiến hành khảo sát gần 300 người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp Hàn Quốc ở Hà Nội, Hưng Yên, Bắc Ninh, Thái Nguyên. Sau khi thu thập được 293 bản trả lời phù hợp, tiến hành phân tích và kiểm chứng giả thuyết qua 2 phần mềm SPSS21.0 và AMOS 21.0. Trong đó phân tích tần suất được thực hiện để xác định các đặc điểm nhân khẩu học của người trả lời và độ tin cậy của thang đo được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha. Để phân tích tính hợp lệ của nghiên cứu, phân tích

nhân tố được thực hiện để kiểm chứng tính hợp lệ của thang đo. Mô hình cấu trúc tuyến tính bằng các tổng hợp phân tích đường dẫn, phân tích hồi quy và phân tích nhân tố đã được thực hiện để xác minh giả thiết.

Bảng câu hỏi phần lớn được chia thành ba mục: đặc điểm tính cách, khả năng phục hồi và cam kết tổ chức; sử dụng thang đo 5 điểm Loại Likert (từ hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý) được sử dụng cho tất cả các câu hỏi. Việc lựa chọn các câu hỏi cho bảng hỏi cũng được xem xét kỹ và dựa trên các nghiên cứu đã có.

4. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Dựa trên những lý thuyết và các nghiên cứu có trước về ảnh hưởng tính cách nhân viên tới sự gắn bó tổ chức, yếu tố sức bật tinh thần đã được thêm vào như một biến số trung gian để tạo ra mô hình nghiên cứu như sau.



<Hình 2> Mô hình nghiên cứu

Từ mô hình trên, bài viết đưa ra 2 giả thuyết như sau.

Giả thuyết [H1]: 5 yếu tố tính cách của nhân viên có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần. Trong đó có các giả thuyết nhỏ hơn như sau.

Giả thuyết [H1-1]: Tính hướng ngoại có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần.

Giả thuyết [H1-2]: Tính hòa đồng có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần.

Giả thuyết [H1-3]: Tính tận tâm có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần.

Giả thuyết [H1-4]: Chứng loạn thần kinh có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần.

Giả thuyết [H1-5]: Tính cởi mở, cầu thị có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần.

Giả thuyết [H2]: Sức bật tinh thần có ảnh hưởng tích cực tới sự gắn bó tổ chức của nhân viên.

5. Phân tích kết quả nghiên cứu

5.1. Đặc điểm thống kê nhân khẩu học của những đối tượng được điều tra.

Theo kết quả khảo sát, trong tổng số 293 người được hỏi có 111 người là nam (37,9%) và 182 người là nữ (62,1%), độ tuổi 20-30 là 76,1% với 223 người, độ tuổi 30-40 là 18,8% với 55 người, chỉ có 2 người ở độ tuổi từ 50 trở lên. Về trình độ học vấn, có 268 người (91,5%) tốt nghiệp cao đẳng và 21 người có bằng thạc sĩ. Với tỷ lệ 81,9% (240 người), hầu hết người được hỏi là nhân viên, và có 266 nhân viên chính thức, đông hơn nhân viên hợp đồng. Những người làm việc từ 1 đến 5 năm có nhiều nhất là 65,2% (191 người), 45 người từ 5 đến 10 năm và 2 người làm việc trên 20 năm. Mặt khác, có 41 người làm việc dưới một năm. 100% số người được hỏi làm việc trong ngành sản xuất, với 74 người (25,3%) trong bộ phận sản xuất, 68 người (23,2%) hỗ trợ/quản lý, 66 người (22,5%) tài chính/kế toán và 34 người (11,6%) trong bộ phận chiến lược/kế hoạch (11,6%) v.v.

5.2. Kiểm chứng giả thuyết

Dựa vào bảng kết quả ta có thể thấy tùy vào từng yếu tố tính cách mà có ảnh hưởng tới sức bật tinh thần hay không.

Trong giả thuyết H1, các giả thuyết H1-2,4,5 “Tính hòa đồng, tận tâm và cởi mở của nhân viên ảnh hưởng đến sức bật tinh thần” được chấp nhận và giả thuyết H1-1,3 “Tính hướng ngoại và sự nhạy cảm ảnh hưởng đến sức bật tinh thần” đã bị từ chối. Nói cách khác, nếu một nhân viên hòa thuận với các đồng nghiệp khác, luôn giúp đỡ, không ngại nhiệm vụ mới, luôn làm việc chăm chỉ, tuân thủ nội quy công ty và có tinh thần trách nhiệm cao thì nhân viên đó sẽ kiên cường hơn, có thể đương đầu tốt với khó khăn và phát triển mạnh mẽ hơn. Mặt khác, ngay cả khi một nhân viên có mức độ hướng ngoại cao vẫn luôn năng động và nhiệt tình hoặc một mức độ nhạy cảm cao hay chán nản, lo lắng về mọi thứ và không có niềm tin, không thể cho biết sức bật tinh thần của nhân viên là cao hay thấp.

<Hình 3> Kết quả kiểm chứng giả thuyết H1

종속변수	독립변수	비 표준화계수		표준화계수	T값	유의확률p	Adj R ²
		B	표준오차	β			
회복탄력성	외향성	-.034	.064	-.039	-.522	.602	.149
	친화성	.135	.079	.116	1.696*	.091	
	신경증	-.047	.054	-.048	-.863	.389	
	개방성	.131	.068	.136	1.930*	.055	
	성실성	.279	.065	.268	4.313***	.000	

유의확률은 *. P<0.1, **. P<0.05, ***. P<0.01 수준에서 유의하다

Với giả thiết H2, “Sức bật tinh thần của nhân viên ảnh hưởng đến sự gắn bó tổ chức” được chấp nhận. Nói cách khác, nếu khả năng phục hồi của nhân viên cao, điều đó có nghĩa là sự gắn bó với tổ chức của nhân viên đó đối với tổ chức mà người đó thuộc về cao. Cụ thể hơn, điều đó có nghĩa là nhân viên không dễ dàng bỏ cuộc ngay cả trong những tình huống khó khăn, thích nghi tốt và dễ nảy

sinh tình cảm gắn bó với tổ chức và tự nguyện làm việc chăm chỉ hơn cho tổ chức nếu vượt qua được. Bởi vì những nhân viên như vậy luôn tìm ra cách giải quyết, không dễ bị căng thẳng trong công việc, nâng cao tinh thần trách nhiệm và có suy nghĩ muốn ở lại tổ chức. Những nhân viên đó có thể kiểm soát tốt cảm xúc của mình, không dễ bị bức bối, có thể làm việc hiệu quả hơn bằng cách giải

quyết các vấn đề để họ không bộc lộ cảm xúc khi làm việc và các đồng nghiệp xung quanh họ sẽ thích những nhân viên như vậy hơn khi

làm việc cùng nhau, theo đó, nhân viên có thể tự động viên, sẽ có nhiều lý do để không rời bỏ tổ chức

<Hình 4> Kết quả kiểm chứng giả thuyết H2

종속변수	매개변수	비 표준화계수		표준화계수	T값	유의확률p	Adj R ²
		B	표준오차	β			
조직몰입	회복탄력성	.610	.051	.572	11.980	.000	.327

유의확률은 *. P<0.1, **.P<0.05, ***.P<0.01 수준에서 유의하다.

6. Kết luận

Đầu tiên, có thể thấy rằng tùy vào từng đặc điểm tính cách của nhân viên Việt Nam làm việc trong các công ty Hàn Quốc tại Việt Nam sẽ có ảnh hưởng đến sức bật tinh thần hay không. Khi nhân viên duy trì mối quan hệ hài hòa, thoải mái với các đồng nghiệp khác và có độ tin cậy cao, nhân viên đó sẽ kiên cường hơn, có thể vượt qua các tình huống khó khăn hoặc căng thẳng sau khi trải qua và phát triển tích cực hơn. Khi sự tận tâm của nhân viên cao, người ta thấy rằng khả năng phục hồi của nhân viên cũng tăng lên nếu người đó luôn làm việc siêng năng theo quy tắc, lập kế hoạch trước để đạt được mục tiêu và có tinh thần trách nhiệm cao. Những nhân viên có tính cởi mở với trải nghiệm cao luôn nghĩ ra những ý tưởng mới, những người có khả năng phán đoán tốt và khả năng lãnh đạo tốt có thể giải quyết vấn đề tốt trong những tình huống khó khăn và có được những kinh nghiệm mới bằng cách vượt qua các nhiệm vụ khó khăn.

Thứ hai, nếu sức bật tinh thần của nhân viên cao, điều đó có nghĩa là họ có ý thức cam kết và gắn bó cao với tổ chức mà họ thuộc về. Nhân viên có tính kiên cường cao kiểm soát được sự bốc đồng, cảm xúc, phân tích tốt nguyên nhân và tích cực giải quyết nên không suy nghĩ tiêu cực về nhiệm vụ được giao, không dễ bị căng thẳng nên có suy nghĩ tốt về tổ chức, có xu hướng nâng cao tinh thần trách nhiệm. Có thể đánh giá

rằng khả năng ở lại trong tổ chức là cao. Sự gắn bó với tổ chức càng cao, tỷ lệ nghỉ việc càng thấp và người đó càng có thể cống hiến nhiệt tình hơn cho công ty.

Thông qua nghiên cứu này có thể thấy rằng khi tuyển dụng ứng viên mới, cần tập trung nhiều hơn vào đặc điểm tính cách của ứng viên hơn là thành tích học tập, bằng cấp hoặc kinh nghiệm làm việc của ứng viên. Thứ hai, các chương trình đào tạo để nâng cao tính chân thành, thân thiện, cởi mở hoặc khả năng phục hồi của nhân viên thường xuyên được cung cấp cho nhân viên đang làm việc và quản lý nguồn nhân lực hiệu quả hơn thông qua các chương trình đó.

Tuy nhiên nghiên cứu cũng có một vài hạn chế như đối tượng khảo sát hoàn toàn ở miền Bắc, làm việc tại các công ty sản xuất nên chưa xác định được kết quả nghiên cứu có ý nghĩa nhiều đối với các ngành nghề khác. Số đông đối tượng khảo sát vẫn từ độ tuổi 20 đến 30 nên chưa đánh giá được toàn diện các đối tượng nhân viên trong doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đặng Văn Chung (2016), *Nghiên cứu yếu tố quyết định chuyển việc của các nhân viên bản địa tại doanh nghiệp Hàn Quốc đầu tư vào Việt Nam: Tập trung về yếu tố khác biệt văn hóa*, luận văn thạc sĩ.
2. Lê Phước Luông (2015) *Nghiên cứu tác động của các yếu tố tính cách lên hiệu quả thực hiện dịch vụ tổng đài và ý định thôi việc của khai thác viên*.

3. Fletcher, D., & Sarkar, M. (2013). *Psychological resilience: A review and critique of definitions, concepts, and theory*. *European Psychologist*, 18, 12-23.
4. Goldberg, L. R. (1990). *An alternative description of personality: The Big-Five factor structure*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, pp. 1216-1229.
5. Hogan, R. (1991). *Personality Assessment*, In Dunnette, M.D. & Hough, L. (Eds.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (2nd), pp. 873-919
6. John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (Vol. 2, pp. 102-138). New York: Guilford Press.
7. Lebowitz, S. (2016a). *The 'Big 5' personality traits could predict who will and won't become a leader*. *Business Insider*.
8. Likert, R. (1958), "Measuring Organizational Performance", *Harvard Business Review*, March-April, 41-50
9. Marciano, P. L., 2010. *Carrots and Stick Don't Work: Build a Culture of Employee Engagement with the Principles of Respect*. Manhattan: McGraw Hill
10. Schretlen, D. J., van der Hulst, E., Pearlson, G. D., & Gordon, B. (2010). *A neuropsychological study of personality: Trait openness in relation to intelligence, fluency, and executive functioning*. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 32, 1068-1073.
11. Yu Hee Kyung và cộng sự (2007), *Nghiên cứu quan hệ giữa 5 yếu tố tính cách và nhận thức về tổ chức với thành quả khách hàng của nhân viên tại doanh nghiệp thực phẩm*. *Nghiên cứu viện quản trị kinh doanh khách sạn*, 16(5), pp.201-219

Abstract

STUDY ON THE INFLUENCE OF
EMPLOYEE PERSONALITY ON MORALE
AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT

- THE CASE OF SOUTH KOREAN
ENTERPRISES COMPANIES IN VIETNAM
MA. Đinh Thị Nhu Quỳnh
**VNU-University of Languages and
International studies, Hanoi**

Today, with the increasing economic sectors, the Vietnamese market has become promising and attracts many foreign investments, especially South Korean enterprises/companies. When the South Korean enterprises/companies expanded their business and built factories in Vietnam, they created jobs for many Vietnamese, but due to cultural differences, work pressure, wages, etc. many Vietnamese people have not yet adapted to the working style and office culture in South Korean enterprises/companies. These issues also partly make the rate of jobs leaving and changing of Vietnamese employees high. This is also a pressure on South Korean enterprises/companies. In order to improve human resources, as well as to increase the enthusiasm and commitment to the enterprises/companies of Vietnamese employees, the leaders, specifically the Human resource managers must understand the characteristics and personality of employees, as well as find reasonable solutions to solve this problem. As a result, this research focuses on understand the characteristics and personality of employees, as well as find reasonable solutions to the problems. In achieving the above purpose, the research paper conducted a sample survey of nearly 300 Vietnamese employees working at South Korean enterprises/companies based in Vietnam, then analyze the results and draw some recommendations.

Keywords: personality traits, 5 factors, resilience, organizational commitment.

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)

**NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG TỪ PHẢN HỒI CỦA GIÁO VIÊN
ĐẾN SỰ TỰ TIN VÀO NĂNG LỰC (SELF-EFFICACY)
NÓI TIẾNG HÀN CỦA SINH VIÊN
(Trường hợp sinh viên tiếng Hàn trung cấp
của Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG HN)**

Nguyễn Thị Tuyết Mai*
Trần Mai Loan**

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm phân tích sự tự tin của người Việt Nam học nói tiếng Hàn và tìm ra điểm ứng dụng trong việc dạy nói tiếng Hàn cho người học Việt Nam thông qua việc sử dụng công cụ đo lường mức độ hiệu quả cho kỹ năng nói do Kang So-san (2017) phát triển và dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy sự tự tin khi nói tiếng Hàn của người học Việt Nam vẫn chưa cao, điều đó có nghĩa là người học Việt Nam khó khăn trong giao tiếp bằng lời nói. Vì vậy, cần nghiên cứu thêm nhiều phương pháp giảng dạy về kỹ năng nói và thảo luận cho người Việt học tiếng Hàn.

Từ khoá: Hiệu quả nói tiếng Hàn, người học tiếng Hàn, sự tự tin vào năng lực bản thân, dạy nói, dạy tiếng Hàn.

1. Mở đầu

Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích sự tự tin vào năng lực bản thân của người học tiếng Hàn chuyên ngành hiện đang theo học tại các trường đại học ở Việt Nam trong quá trình giao tiếp bằng tiếng Hàn và tìm hiểu tác động của sự phản hồi của giáo viên đối với sự tự tin vào việc luyện nói tiếng Hàn của người học.

Trong hơn 30 năm kể từ năm 1993, việc đào tạo tiếng Hàn ở các trường đại học tại Việt Nam đã và đang phát triển với quy mô ngày càng rộng. Theo thống kê từ văn phòng Korea Foundation (KF) Việt Nam, đến tháng 11/2022, có 53 khoa tiếng Hàn và các khóa học khai giảng tại các trường đại học ở Bắc Trung Bộ và Nam Bộ Việt Nam có giảng dạy chuyên ngành tiếng Hàn. Ngoài ra, trong năm 2021-2022, tuy gặp phải khó khăn lớn do COVID-19 nhưng số lượng người học chuyên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc/Hàn Quốc học đã tăng nhanh chóng từ tổng số 3.500 vào năm 2016 lên tổng số 20.000.000 vào năm 2022 (Trần Thị Hường, 2022).

Do số lượng người học tiếng Hàn đang tăng lên một cách nhanh chóng nên hiện đang có khá nhiều các nghiên cứu về Hàn Quốc học và giáo dục tiếng Hàn ở Việt Nam, có khoảng 112 nghiên cứu về giáo dục tiếng Hàn từ 2009 đến 2020 (Cao Thị

* Thạc sĩ; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN;
Email: tuyetmaikt24@gmail.com

** Thạc sĩ; Nghiên cứu sinh; Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN

Hải Bắc và cộng sự, 2020). Trong đó, nghiên cứu về ảnh hưởng của sự tự tin vào năng lực bản thân khi nói tiếng Hàn đối với người Việt học tại Việt Nam chưa được đề cập cụ thể.

Từ 2010 đến 2020 tại Hàn Quốc, tổng cộng có 73 nghiên cứu về sự tự tin vào năng lực bản thân trong lĩnh vực giáo dục tiếng Hàn (Woo Ji-sun, 2021). Trong số đó, có một số nghiên cứu hướng đến người học Việt Nam (Kim Hyo-joo, 2017; Kang Gwi-jong và Heo Seon, 2018; Kang So-san, 2019), nhưng số lượng nghiên cứu này vẫn còn rất hạn chế. Ngoài ra, tuy có những nghiên cứu kiểm tra ảnh hưởng và tác dụng của việc phản hồi của giáo viên đối với việc dạy nói trên lớp (tổng cộng 12 nghiên cứu từ năm 2000 đến 2021) (Jeon Gyeong-seon & Sim Yun-jin, 2021), nhưng không có nghiên cứu nào về tác động của phản hồi đó và nghiên cứu về phản hồi của giáo viên về sự tự tin vào năng lực bản thân của người Việt học tiếng Hàn.

Theo Kang So San (2019), có những yếu tố xác định ảnh hưởng đến việc học, chẳng hạn như sự lo lắng, động cơ học tập, sự sẵn sàng giao tiếp và tự tin vào năng lực bản thân. Trong số đó, sự tự tin vào năng lực bản thân là một biến có thể dự đoán rất rõ thành tích học tập của người học. Ngoài ra, những học sinh có sự tự tin vào năng lực bản thân cao sẽ có thành tích học tập cao hơn những học sinh có sự tự tin vào năng lực bản thân thấp (Zimmerman & Bandura, 1994).

Qua đó, nghiên cứu này sẽ điều tra sự tự tin vào năng lực bản thân khi nói tiếng Hàn và mức độ yêu thích về sự phản hồi của giáo viên với đối tượng là học tiếng Hàn tại Việt Nam thông qua phương pháp điều tra bảng hỏi. Ngoài ra, nghiên cứu sẽ kiểm tra phản hồi của giáo viên ảnh hưởng đến hiệu quả nói tiếng Hàn của người học như thế nào. Thông qua nghiên cứu này, có thể xây dựng một kế hoạch giáo dục kỹ năng nói cho người học tiếng Hàn tại Việt Nam trong thời gian tới.

Tóm lại, nghiên cứu này mục đích làm rõ hai vấn đề như sau:

Thứ nhất, sự tự tin vào năng lực bản thân khi nói tiếng Hàn của sinh viên năm thứ hai trường Đại học Ngoại ngữ - ĐHQGHN là gì?

Thứ hai, phản hồi của giáo viên ảnh hưởng như thế nào đến sự tự tin khi nói tiếng Hàn của sinh viên năm thứ hai tại Đại học Ngoại ngữ - ĐHQGHN?

2. Cơ sở lý luận

2.1. Sự tự tin vào bản thân khi nói tiếng Hàn

Theo Bandura (1977), tự tin vào năng lực bản thân (self-efficacy) là nói tới niềm tin rằng một người có thể đạt được điều gì đó và khả năng để thực hiện một nhiệm vụ cụ thể; sự tự tin vào năng lực nói của bản thân là ứng dụng của sự tự tin cho khả năng nói. Kang So-san (2017) cũng định nghĩa sự tự tin nói tiếng Hàn là “niềm tin vào khả năng nói tiếng Hàn tốt như một ngoại ngữ của một người”, và các yếu tố cấu thành nên sự tự tin khi nói tiếng Hàn bao gồm các yếu tố được thể hiện ở <Bảng 1> dưới đây.

Bảng 1. Các yếu tố cấu thành sự tự tin vào năng lực bản thân khi nói tiếng Hàn (Kang So San, 2017)

Các yếu tố	Nội dung
Sự tự tin trong hoạt động nói	Có tự tin vào khả năng diễn đạt kiểu diễn ngôn khi nói tiếng Hàn, hiểu biết về xã hội Hàn Quốc và hiệu quả của việc diễn đạt nói trong các chủ đề hoặc tình huống đòi hỏi tính chuyên môn.
Sự tự tin về Từ vựng-Ngữ pháp-Điển ngôn	Có tự tin vào khả năng nói bằng cách sử dụng từ vựng và ngữ pháp đa dạng, chính xác; khả năng sử dụng các liên từ thích hợp và khả năng diễn ngôn để nói một cách logic.
Sự tự tin vào kỹ năng nói cơ bản	Có tự tin vào khả năng diễn đạt tốt suy nghĩ của mình, khả năng nói phù hợp với tình huống, khả năng giao tiếp không gặp khó khăn lớn và khả năng sử dụng các chiến lược phù hợp để đối phó với những khó khăn trong các tình huống giao tiếp.
Sự tự tin liên quan đến mức độ công nhận	Có tự tin liên quan đến sự thừa nhận của giáo viên, bạn bè về khả năng nói của một người.
Sự tự tin về kính ngữ	Có tự tin trong khả năng nói bằng cách sử dụng thích hợp kính ngữ và chức danh trong các tình huống đàm thoại.
Sự tự tin phát âm	Có tự tin trong khả năng nói với cách phát âm, ngữ điệu và tốc độ nói chính xác và tự nhiên.

2.2. Phản hồi (feedback) cho kỹ năng nói

Trong các nghiên cứu về ngôn ngữ thứ hai, các nhà nghiên cứu có sử dụng một số thuật ngữ mô tả phản hồi mà giáo viên sử dụng khi người học mắc lỗi trong lời nói. Ví dụ: “phản hồi điều chỉnh” (Schachter, Lightbown & Spada, v.v.), “phản hồi tiêu cực” (Cole & Chan) và “sửa lỗi (Ellis, Seokran Lee, v.v.). Trong nghiên cứu này, theo Schachter (1991), phản hồi do giáo viên áp dụng đối với lỗi của người học ngoại ngữ được quyết định sử dụng thuật ngữ “phản hồi sửa lỗi”. Schachter (1991) đã định nghĩa phản hồi sửa lỗi là tất cả các hành động của giáo viên ngay sau lỗi khi lỗi xảy ra trong quá trình người học nói để thông báo thực tế rằng có một lỗi trong lời

nói của người học đã được xác định. Có một số loại phản hồi mà giáo viên cung cấp trong lớp học, trong đó phản hồi về cách nói của người học có thể được phân loại thành phản hồi rõ ràng hoặc phản hồi ngầm, tùy thuộc vào việc có hay không lỗi được đề cập trực tiếp.

Lyster & Ranta (1997) đã xác định 6 loại phản hồi hiệu chỉnh bằng lời nói: phản hồi rõ ràng (gồm Sửa lỗi tường minh - Explicit Correction, Phản hồi ngôn ngữ - Metalinguistic feedback, Gợi ý - Elicitation) và phản hồi ngầm (Fixed) theo tính tường minh của chúng (gồm Sửa lỗi - Recast, Yêu cầu làm rõ - Clarification requests, Lặp lại - Repetition). Các loại phản hồi được đề xuất bởi Lyster & Ranta (1997) như sau:

Bảng 2. Các cách phản hồi (Lyster & Ranta, 1997)

Phản hồi rõ ràng	1. Sửa lỗi tường minh(Explicit Correction): Đây là phương pháp trình bày rõ ràng chính xác dạng lỗi và chỉ ra phần sai của người học.
	2. Phản hồi ngôn ngữ(Metalinguistic feedback): Không cung cấp một hình thức chính xác và không trực tiếp chỉ ra các lỗi trong bài phát biểu của người học. Nó thông báo cho người học về bài phát biểu của người học thông qua các giải thích, thông tin, câu hỏi, v.v.
	3. Gợi ý (Elicitation): Có những phương pháp trong đó giáo viên sử dụng câu hỏi để khiến người học phát biểu đúng mẫu, phương pháp trong đó hướng dẫn người học hoàn thành cách phát biểu của mình và trả lời trực tiếp các yêu cầu hoặc viết lại.
Phản hồi ngầm	1. Sửa lỗi (Recast): Giáo viên dựng lại một phần hoặc toàn bộ lời nói của người học, kể cả lỗi.
	2. Yêu cầu làm rõ(Clarification requests): Đây là phản hồi được cung cấp khi giáo viên không hiểu nội dung bài phát biểu của học viên hoặc cần chỉnh sửa vì bài phát biểu của học viên không rõ ràng.
	3. Lặp lại (Repetition): Giáo viên lặp lại một phần bài phát biểu của học viên chưa chính xác. Trong hầu hết các trường hợp, giáo viên sử dụng ngữ điệu để nhấn mạnh về lỗi của người học.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đối tượng

Đối tượng của nghiên cứu này là người học tiếng Hàn chuyên ngành tại Việt Nam và giáo viên người Việt Nam. Đầu tiên sẽ tiến hành phỏng vấn giáo viên phụ trách giờ dạy “Nghe Nói Tiếng Hàn 4A” để xem phản ứng của người học sau khi nhận được phản hồi của giáo viên là như thế nào, sau đó điều tra sự tự tin khi nói của người học Việt Nam được tiến hành hai lần đối với 30 sinh viên năm thứ hai trong giờ học “Nghe Nói tiếng Hàn 4A” - một giờ học chính khoá của sinh viên tại

Khoa Ngôn ngữ và Văn Hoá Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN. Sau đó sẽ tiến hành khảo sát sự yêu thích của người học đối với kiểu phản hồi của giáo viên bản địa.

Tiết “Nghe Nói tiếng Hàn 4A” cung cấp các bài luyện nghe và nói cấp độ 5 theo tiêu chí đánh giá TOPIK do Viện Giáo dục Quốc tế Hàn Quốc quy định. Sách giáo khoa được sử dụng trong lớp là giáo trình *Fun! Fun! Korean 5*, và các chủ đề và nội dung của bài học được sử dụng trên lớp trong 8 tuần từ ngày 11 tháng 10 năm 2022 đến ngày 28 tháng 11 năm 2022 như sau:

Bảng 3. Chủ đề và nội dung các tuần

Tuần	Chủ đề	Nội dung
Tuần 1: Ngày 11/10	Tình nguyện	Nói về trải nghiệm tham gia tình nguyện và bày tỏ quan điểm của bạn về điều đó.
Tuần 2: Ngày 18/10	Cuộc sống lành mạnh	Nói về tình trạng sức khỏe và thói quen sống lành mạnh.
Tuần 3: Ngày 25/10	Phỏng vấn	Nói về cách trả lời các câu hỏi được đưa ra trong các tình huống phỏng vấn tuyển sinh hoặc các tình huống xin việc.
Tuần 4: Ngày 1/11	Thể thao	Nói về cách bàn luận về một sự kiện thể thao, cách thức diễn ra và kết quả của trận đấu.
Tuần 5: Ngày 8/11	Khoa học trong đời sống	Giải thích các nguyên tắc khoa học có trong cuộc sống hàng ngày.
Tuần 6: Ngày 15/11	Thành phố và con người	Tìm hiểu đặc điểm của thành phố và nói về các điều kiện của một thành phố đáng sống
Tuần 7: Ngày 21/11	Đời sống kinh tế	Tìm hiểu đời sống kinh tế và nói về đời sống kinh tế của chính mình.
Tuần 8: Ngày 28/11	Thế giới và tôi	Tìm hiểu về thế giới và quá trình thế giới hoá

Nghiên cứu thực hiện trên tổng số mẫu là 30, trong đó không có phân nào có phản hồi không trung thực và tất cả đều là đối tượng của phân tích cuối cùng.

Bảng 4. Đối tượng nghiên cứu

		Tần suất	Phần trăm
Giới tính	Nam	1	3.3
	Nữ	29	96.7
	Tổng	30	100.0
Lý do học tiếng Hàn	Để sống ở Hàn Quốc	0	0
	Để học ở Hàn Quốc	3	10.0
	Để xin việc	21	70.0
	Vì thấy tiếng Hàn thú vị	1	3.3
	Vì thích văn hoá Hàn Quốc	4	13.3
	Lý do khác	1	3.3
	Tổng	30	100.0
Trình độ TOPIK	Không có	24	80.0
	Cấp 1	0	0
	Cấp 2	3	10.0
	Cấp 3	2	6.7
	Cấp 4	1	3.3
	Cấp 5	0	0
	Cấp 6	0	0
	Tổng	30	100.0

Trong số những người học tiếng Hàn tham gia nghiên cứu này, có 1 nam và 29 nữ. Mục đích học tiếng Hàn để kiếm việc làm có 21 người (70%), 4 người (13,3%) vì thích văn hóa Hàn Quốc, 3 người (10%) để du học Hàn Quốc và 1 người (3,3%) vì tiếng Hàn thú vị, 1 người chọn lý do khác (3,3%). Và với câu hỏi về việc đạt được chứng chỉ năng lực tiếng Hàn (TOPIK), có 80% sinh viên trả lời là không có (tức là chưa tham gia thi), Cấp 2 có 3 sinh viên (10%), Cấp 3 có 2 sinh viên (6,7%), Cấp 4 có 1 sinh viên (3,35%), Cấp 1, cấp 5, cấp 6 không có sinh viên nào, do đối với sinh viên năm 2 chứng chỉ chưa thực sự cần thiết, người học có xu hướng tham gia kỳ thi năng lực tiếng Hàn từ năm thứ 3.

3.2. Phương pháp nghiên cứu và trình tự nghiên cứu

3.2.1. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, các cuộc phỏng vấn được thực hiện với giáo viên Việt Nam và khảo sát với người học Việt Nam. Đầu tiên, giáo viên dạy nói được yêu cầu chỉ áp dụng ba loại phản hồi (bao gồm phản hồi sửa lỗi (recast), phản hồi ngôn ngữ (metalinguistic feedback) và phản hồi lặp lại (repetition)) khi thực hiện giờ dạy trong lớp. Và sau khi kết thúc khảo sát giai đoạn đầu sẽ phỏng vấn giáo viên để có thể biết được

những phản ứng nào xuất hiện sau khi nhận được phản hồi từ giáo viên.

Sau đó, nghiên cứu sẽ sử dụng công cụ đo lường sự tự tin khi nói do KangSoSan (2017) phát triển, và cuối cùng là khảo sát sở thích của người học đối với phản hồi của giáo viên. Tất cả dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0.

3.2.2. Trình tự nghiên cứu

Quá trình thử nghiệm của nghiên cứu này được chia thành hai giai đoạn: giai đoạn 1 và giai đoạn 2. Giai đoạn 1 từ ngày 11/10 đến ngày 01/11/2022 và giai đoạn 2 từ ngày 8/11 đến ngày 28/11/2022.

Trong giai đoạn 1, sau khi giáo viên sửa lỗi chỉ với kiểu phản hồi sửa lỗi (recast) cho học viên, một cuộc khảo sát đã được thực hiện về sự tự tin khi nói của sinh viên trong tuần thứ 4 (cuối giai đoạn 1). Trong giai đoạn thứ 2, giáo viên không chỉ sửa những phần sai của bài phát biểu cho học viên mà còn sửa cho sinh viên bằng phản hồi ngôn ngữ (metalinguistic feedback) và phản hồi lặp lại (repetition) và cũng tiến hành khảo sát ở cuối giai đoạn (tức là tuần thứ 8).

Nghiên cứu này sử dụng thang đo likert 6 điểm và bảng công cụ đo sự tự tin vào năng lực bản thân của Kang So San như bảng sau:

Bảng 5. Công cụ đo sự tự tin vào năng lực bản thân khi giao tiếp của KangSoSan (2017)

1. Tôi có thể diễn đạt tốt suy nghĩ của tôi bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
2. Tôi có thể giao tiếp bằng tiếng Hàn mà không gặp khó khăn gì lớn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
3. Tôi có thể nói bằng tiếng Hàn phù hợp với tình huống.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
4. Khi đang nói bằng tiếng Hàn mà gặp khó khăn thì tôi có thể ứng phó kịp thời. (giải thích bằng từ dễ hơn, yêu cầu sự giúp đỡ, ..v.v..)	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
5. Đến bây giờ tôi vẫn luôn nghĩ rằng tôi nói tiếng Hàn tốt.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
6. Tôi nghĩ rằng tôi nói tiếng Hàn tốt hơn các bạn khác.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
7. Các bạn tôi nghĩ rằng tôi nói tiếng Hàn tốt.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥

8. Giáo viên nghĩ rằng tôi nói tiếng Hàn tốt.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
9. Tôi có thể phát âm chính xác và tự nhiên khi nói bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
10. Tôi có thể nói tiếng Hàn với ngữ điệu tự nhiên.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
11. Khi nói tiếng Hàn tôi có thể nói bằng tốc độ phù hợp.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
12. Tôi có thể sử dụng từ vựng tiếng Hàn phù hợp với tình huống để nói.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
13. Tôi có thể sử dụng đa dạng từ vựng tiếng Hàn để nói.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
14. Tôi có thể sử dụng chính xác ngữ pháp tiếng Hàn để nói.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
15. Tôi có thể sử dụng đa dạng ngữ pháp tiếng Hàn để nói.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
16. Tôi có thể nói bằng tiếng Hàn một cách hợp lý và nhất quán.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
17. Tôi có thể sử dụng liên từ tiếng Hàn thích hợp Hàn để nói.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
18. Tôi có thể xử lý việc cần thiết trong sinh hoạt công sở (giao tiếp liên quan đến công việc, giao tiếp trong hội họp, báo cáo công việc, ...)	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
19. Tôi có thể nói chuyện bằng tiếng Hàn về chính trị, kinh tế và văn hóa.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
20. Tôi có thể nói bằng tiếng Hàn về lĩnh vực chuyên môn của tôi như chuyên ngành, nghề nghiệp.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
21. Tùy theo đối tượng đối thoại, tôi có thể dùng kính ngữ tiếng Hàn thích hợp.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
22. Tùy theo đối tượng đối thoại, tôi có thể dùng từ xưng hô, từ chỉ tên gọi một cách phù hợp.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
23. Tôi có thể phân biệt được tình huống trang trọng và không trang trọng và có thể nói bằng tiếng Hàn cho phù hợp.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
24. Tôi có thể sử dụng tục ngữ, thành ngữ tiếng Hàn và nói một cách tự nhiên.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
25. Tôi có thể đối thoại tốt bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
26. Tôi có thể phát biểu tốt bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
27. Tôi có thể tranh luận (debate) tốt bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
28. Tôi có thể thảo luận (discussion) tốt bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
29. Tôi có thể phỏng vấn tốt bằng tiếng Hàn.	① ② ③ ④ ⑤ ⑥

Công cụ đo lường sự tự tin khi nói bao gồm tổng cộng 29 mục theo Kang So San (2017) bao gồm: mục 1 đến 4 là “sự tự tin vào kỹ năng nói cơ bản”, mục 5 đến 8 là “sự tự tin công nhận”, mục 9 đến 11 là “sự tự tin phát âm”, mục 12 đến 17 đo lường “sự tự tin về từ vựng – ngữ pháp – diễn ngôn”, mục 18 đến 20 và 24 đến 29 đo lường “sự tự tin trong hoạt động nói” và mục 21 đến 23 đo lường “sự tự tin về kính ngữ”.

Để đo lường độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu đã phân tích giá trị Cronbach's alpha. Hệ số tin cậy Cronbach's alpha khi từng mục bị xóa và mức độ tương quan giữa phản hồi của từng mục kiểm tra và tổng phản hồi đã được kiểm tra. <Bảng 6> dưới đây sẽ lần lượt trình bày các giá trị Cronbach's alpha của thước đo thứ nhất và thứ hai về sự tự tin của người học.

Bảng 6. Mức độ tin cậy sau khảo sát lần 1 và lần 2

Mức độ tự tin khi nói tiếng Hàn	Câu	Lần 1 Cronbach's Alpha khi các mục bị xóa	Lần 2 Cronbach's Alpha khi các mục bị xóa
Sự tự tin trong hoạt động nói	18	.934	.985
	19	.935	.985
	20	.936	.985
	24	.937	.986
	25	.933	.985
	26	.934	.985
	27	.936	.985
	28	.936	.985
	29	.935	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.935	.985
Sự tự tin về Từ vựng- Ngữ pháp- Diễn ngôn	12	.933	.985
	13	.933	.985
	14	.935	.985
	15	.933	.985
	16	.933	.985
	17	.940	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.934	.985
Sự tự tin vào kỹ năng nói cơ bản	1	.935	.985
	2	.934	.985
	3	.934	.985
	4	.939	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.936	.985
Sự tự tin liên quan đến mức độ công nhận	5	.935	.985
	6	.936	.985
	7	.939	.985
	8	.935	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.936	.985
Sự tự tin về kính ngữ	21	.933	.985
	22	.936	.985
	23	.936	.986
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.935	.985
Sự tự tin phát âm	9	.936	.985
	10	.936	.985
	11	.937	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.936	.985
	Tổng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	.935	.985

Sau phản hồi của giáo viên trong giai đoạn 1, hệ số tin cậy Cronbach's alpha cho tất cả 29 mục đánh giá sự tự tin của người học là .935. Sau phản hồi của giáo viên trong giai đoạn 2, hệ số tin cậy Cronbach's alpha cho tất cả 29 mục đánh giá hiệu quả của người học là .985. Giá trị Cronbach's alpha là .935 và .985 là những giá trị rất cao, điều đó có nghĩa là nghiên cứu này có đủ độ tin cậy để đo lường hiệu quả nói.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các loại hình phản hồi kỹ năng nói của giáo viên và mức độ yêu thích của người học

Sửa lỗi là một quá trình rất phức tạp đòi hỏi phải xem xét nhiều khía cạnh như thủ tục, mục tiêu, thời gian và phương pháp. Theo Brown & Lee (2015), khi người học mắc lỗi, giáo viên phải nhận ra và đánh giá cách nói của người học trong một khoảng thời gian ngắn để xác định cách xử lý lỗi. Tuy nhiên, việc giáo viên tự sửa hay người học tự sửa là quyền của người dạy và cách tốt nhất là khiến người học tự sửa lỗi của chính mình. Cần phải

quyết định xem nên thực hiện ngay sau khi xảy ra lỗi, sau khi phát biểu xong hay sau một khoảng thời gian nhất định (Kang Hyeon-hwa và cộng sự, 2021).

Đối với các lỗi phát âm, lỗi từ vựng mà học viên sử dụng sai với tần suất ít (2-3 lần), giáo viên áp dụng phương pháp “sửa lỗi” và nhắc lại. Khi lặp đi lặp lại các lỗi ngữ pháp từ trung cấp đến cao cấp (ba lần trở lên) hoặc các lỗi về diễn đạt/ngữ dụng, giáo viên sẽ áp dụng “phản hồi ngôn ngữ” để giúp học viên nhận ra lỗi bằng cách giải thích cách nói của học viên, thông tin bổ sung và các câu hỏi. v.v... Phương pháp này giúp người học có cơ hội nhận ra lỗi sai của mình và bổ sung bằng cách sử dụng kiến thức đã học được từ trước đến nay. Tuy nhiên, nhược điểm của định dạng này là khá mất thời gian. Đặc biệt trong trường hợp phản hồi bằng ngôn ngữ, giáo viên có thể mất một lượng thời gian đáng kể để giải thích, cung cấp thông tin hoặc đặt câu hỏi cho người học.

Ngoài ra, mức độ yêu thích của người học tiếng Hàn đối với các loại phản hồi được điều tra như bảng sau:

Bảng 7. Mức độ yêu thích phản hồi của người học Việt Nam

Các loại hình phản hồi	Giá trị tối thiểu	Giá trị tối đa	Giá trị bình quân	Độ lệch chuẩn
Sửa lỗi (Recast)	2	5	4.27	.828
Phản hồi ngôn ngữ (Metalinguistic feedback)	2	5	4.13	.819
Lặp lại (Repetition)	1	5	4.07	.980

Theo bảng trên, mức độ yêu thích của người học đối với phản hồi của giáo viên cho ra kết quả là người học ưa thích kiểu “Sửa lỗi”, tiếp theo là “Phản hồi ngôn ngữ” (4,13 điểm) và “Lặp lại” (4,07 điểm).

4.2. Phản hồi của giáo viên ảnh hưởng tới sự tự tin của người học

Nhằm phân tích mức độ chênh lệch về sự tin của người học sau 2 lần điều tra, ta có bảng sau:

Bảng 8. Độ lệch chuẩn bình quân của sự tự vào bản thân khi nói tiếng Hàn sau lần 1 và lần 2

Sự tự tin	Mục	Lần 1		Lần 2		Độ lệch chuẩn bình quân
		Bình quân	Độ lệch chuẩn	Bình quân	Độ lệch chuẩn	
Sự tự tin trong hoạt động nói	Q18, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 28, 29	2.25	.835	3.14	1.278	0.89
Sự tự tin về Từ vựng-Ngữ pháp-Diễn ngôn	Q12, 13, 14, 15, 16, 17	2.7	.895	3.61	1.115	0.91
Sự tự tin vào kỹ năng nói cơ bản	Q1, 2, 3, 4	2.9	.952	3.72	1.144	0.82
Sự tự tin liên quan đến mức độ công nhận	Q5, 6, 7, 8	2.56	.933	3.32	1.302	0.76
Sự tự tin về kính ngữ	Q21, 22, 23	3.2	1.126	3.9	1.193	0.7
Sự tự tin phát âm	Q9, 10, 11	2.94	1.013	3.72	1.139	0.78
Tổng		2.76	0.959	3.57	1.195	

Thông qua kết quả phân tích thống kê như trên, khi giáo viên đưa ra phản hồi, sự tự tin bình quân của người học là 2,76/6 điểm và mức này vẫn là mức thấp. Trong đó, sự tự tin trong hoạt động nói thấp nhất với 2,25 điểm và hiệu quả phát âm cao nhất với 3,2 điểm. Tuy nhiên, khi giáo viên đưa ra phản hồi sửa lỗi, phản hồi ngôn ngữ và phản hồi lặp lại, người học có thể tìm ra lỗi sai và biết cách sửa lỗi nên cũng đã có sự cải thiện đáng kể. Cụ thể, sự tự tin bình quân của người học được đo lần thứ hai tăng lên 3,57 điểm. Con số 3,57 là một con số tuy chưa phải cao nhưng so với lần 1 có thể thấy sự tự tin vào năng lực bản thân tăng lên rõ rệt. Cụ thể, giá trị trung bình của sự tự tin về kính ngữ là cao nhất với 3,2 điểm và tăng lên 3,9 điểm sau khi nhận được các loại phản hồi khác nhau từ giáo viên. Ngoài ra, các sự tự tin vào các yếu tố khác đều tăng hơn 0,7 điểm do cơ hội nhận phản hồi từ giáo viên là không nhiều, sinh viên chưa biết cách sử dụng từ ngữ của

minh đã đúng hay chưa nên còn lúng túng. Trong đó, giá trị trung bình của từ vựng-ngữ pháp-hiệu quả diễn đạt tăng mạnh nhất từ 2,7 điểm lên 3,61 điểm, do trong giai đoạn 2, giáo viên đã không chỉ sửa bài phát biểu mà còn cung cấp các phản hồi về mặt ngôn ngữ và phản hồi lặp lại để người học có thể xác định được nội dung nói sai và nguyên nhân sai, ngoài ra còn cung cấp ngữ pháp đa dạng hơn và phù hợp với tình huống hơn giúp cho sinh viên có thể vận dụng trong các tình huống khác sau này.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã đo lường sự tự tin vào năng lực bản thân của sinh viên thông qua khảo sát bằng câu hỏi và điều tra tác động phản hồi của giáo viên đối với sự tự tin khi nói tiếng Hàn của người học. Thông qua bài nghiên cứu, có thể xác định mức độ tự tin của người học tiếng Hàn tại Việt Nam khi họ giao tiếp tiếng Hàn, cũng như khẳng định vai trò quan trọng của giáo viên và

phản hồi của giáo viên để người học có thể nói tiếng Hàn một cách tự tin.

Người học tiếng Hàn tại Hàn Quốc có lợi thế là sau khi học xong có thể áp dụng ngay những kiến thức đã học vào cuộc sống hàng ngày và việc học gián tiếp cũng có thể thực hiện được vì xung quanh họ có nhiều người nói tiếng Hàn. Trong khi đó, người học tiếng Hàn tại Việt Nam khó có thể nâng cao trình độ tiếng Hàn trừ khi họ làm các công việc liên quan đến tiếng Hàn ngoài giờ lên lớp. Do không có cơ hội sử dụng tiếng Hàn với người Hàn Quốc ngoài giờ học nên người học mất tự tin khi nói tiếng Hàn và cũng không có cơ hội để đánh giá khả năng áp dụng vào thực tế những điều đã học. Do đó, rất dễ dẫn tới việc đánh giá sự tự tin khi nói tiếng Hàn của người Việt tại Việt Nam sẽ thấp hơn so với người Việt học tiếng Hàn tại Hàn Quốc. Tuy nhiên, trên thực tế, theo kết quả khảo sát của Kang So-san (2019) với 3,11 điểm thì không có sự khác biệt đáng kể về sự tự tin của hai nhóm đối tượng này, thậm chí kết quả đo lường sự tự tin khi nói của người học tiếng Việt tại Việt Nam còn lên tới 3,57. Điều này cho thấy rằng, việc đào tạo tại Việt Nam không ảnh hưởng nhiều đến sự tự tin vào năng lực bản thân của người học.

Nghiên cứu này còn hạn chế ở chỗ chỉ thực hiện với 30 sinh viên trong thời gian ngắn (8 tuần) và tần suất phản hồi của giáo viên cũng không cao. Vì vậy, người viết rất mong sau này sẽ có thêm nhiều nghiên cứu nữa có thể khắc phục những hạn chế này, tiến hành nghiên cứu một cách đa dạng và chuyên sâu hơn về tần suất phản hồi của giáo viên theo loại hình và hiệu quả nói với một số lượng người học lớn hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
2. Cao Thị Hải Bắc (2020), *Tổng mục nghiên cứu Hàn Quốc Học tại Việt Nam giai đoạn 2015-2020*, NXB Khoa học – Xã hội.
3. HeoYongOi (2005), *Tổng quan giáo dục tiếng Hàn cho người nước ngoài*, BakIJong, Seoul.
4. JeonGyeongSeon – SimYunJin (2022), *Khuyến hướng nghiên cứu phản hồi nói trong giáo dục tiếng Hàn*, Viện giáo dục tiếng Hàn
5. KangSoSan (2017), *Nghiên cứu về sự tự tin khi nói của người học tiếng Hàn*, Viện sau đại học trường ĐH BuSan.
6. KangSoSan (2019), *Nghiên cứu về sự tự tin khi nói của người Việt Nam học tiếng Hàn*, *Tạp chí ngôn ngữ mới*, 0(119), 345-373.
7. Lyster, R, Ranta, L.(1997), “Corrective feedback and learner uptake: Negotiation of Form in Communicative Classrooms”, *Studies in Second Language Acquisition*, 19-1, 37-66.
8. Pajares, F.(1996), “Self-Efficacy Beliefs and Mathematical Problem-Solving of Gifted Students”, *Contemporary Educational Psychology*, 21(4): 325-344.
9. Schachter, J. (1991). Corrective feedback in historical perspective. *Second Language Research*, 7, 89-102.
10. ShinDongRo-SeoGilJu(2001), *Nghiên cứu mức độ nâng cao sự tự tin và thành tích học tập của người học khi nhận được phản hồi của giáo viên*, *Tạp chí nghiên cứu giáo dục* 19-1, 319-342, Viện nghiên cứu giáo dục Hàn Quốc.
11. Tran Thi Huong. (2022), *Hiện trạng Nghiên cứu Hàn Quốc Học tại Việt Nam*, Kỷ yếu hội nghị của Hiệp hội Quốc tế về Giáo dục Ngôn ngữ Hàn Quốc, 2022(-), 73-78.
12. WooJiSeon(2021), *Phân tích xu hướng nghiên cứu sự tự tin vào bản thân trong giáo dục tiếng Hàn*, Viện nghiên cứu tâm lý và giáo dục.
13. Zimmerman B. J. & A. Bandura (1994), *Impact of self-efficacy influences on writing course attainment*, *American Educational Research Journal* 31, 845-862.

Abstract

A STUDY ON THE EFFECTS OF
TEACHER'S FEEDBACK ON
VIETNAMESE STUDENTS' MISTAKES ON
SELF-EFFICACY: A CASE OF
INTERMEDIATE LEVEL STUDENTS OF
VNU-UNIVERSITY OF LANGUAGES
AND INTERNATIONAL STUDIES, HANOI

MA. Nguyen Thiet Mai

Ph.D Candidate Tran Mai Loan

VNU-University of Languages and

International Studies, Hanoi

This study aims to analyze the Korean speaking efficacy of Vietnamese learners and to find an application point for Korean speaking education for Vietnamese learners

and use the speaking efficacy measurement tool developed by Kang So-san (2017) and the data was processed using SPSS 26.0. The findings of data analysis showed that the Korean speaking efficacy of Vietnamese learners were still not high. That means Vietnamese learners have difficulty in verbal communication. Therefore, the paper finds it is necessary to study more teaching methods of speaking and discussion skills for Vietnamese learners.

Keywords: Korean speaking efficacy, Vietnamese learners, self-efficacy, speaking education, Korean education.

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)

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 lí 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)