

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 3(46) 9/2023

Số 3(46)
9/2023

TẠP CHÍ HÀN QUỐC

Số 3(46)
9/2023

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

ISSN 2354 - 0621

TỔNG BIÊN TẬP
MAI NGỌC CHÙ

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP
LƯU TUẤN ANH

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ
TRẦN THỊ HƯỜNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
Chủ tịch
MAI NGỌC CHÙ

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 PHƯỢNG
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

ĐẶNG THIẾU NGÂN, TRẦN PHƯƠNG NHI Từ bài học phát triển công nghiệp văn hóa K-style (Hàn Quốc) đến xây dựng thương hiệu quốc gia của Việt Nam	3
LƯU HÀ LINH Mô hình áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy ngôn ngữ và văn hoá Hàn Quốc – Tập trung vào dự án “học tiếng Hàn với BTS”	10
PHAN THỊ OANH Chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc từ năm 1990 đến nay	19
ĐINH LÊ MINH THÔNG Ba dạng thức cổ mẫu trong văn học Hàn Quốc đương đại	31
TRẦN THỊ LAN ANH Nghiên cứu chiến lược giảng dạy văn hóa Hàn Quốc cho sinh viên ngành ngôn ngữ Hàn tại Việt Nam	43
LƯU TUẤN ANH Tìm hiểu về các thành phần câu trong tiếng Hàn	54
NGUYỄN MINH TRUNG Giải pháp thuyết trình hiệu quả cho sinh viên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc qua học phần “Văn hóa Hàn Quốc”	69

KOREA **KF**
FOUNDATION

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

한국학 저널

베트남 한국학술연구회

제3(46)호

2023년 9월

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

DANG THIEU NGAN, TRAN PHUONG NHI 한국 K-style 발전과정을 통해 본 베트남 국가 브랜딩 제고에 대하여	3
LUU HA LINH 드라마와 K-팝을 활용한 한국어 교육 방안에 대한 연구 - 'Learn! KOREAN with BTS' 사업을 중심으로 하여	10
PHAN THI OANH 1990 년대 이후 한국의 국제문화교류정책에 대하여	19
DINH LE MINH THONG 한국현대문학에 나타난 3 가지의 원형에 대한 연구	31
TRAN THI LAN ANH 베트남 한국어 학습자를 위한 한국문화 교육의 전략에 대한 연구	43
LUU TUAN ANH 한국어의 문장성분에 대한 개관	54
NGUYEN MINH TRUNG “ 한국문화 ” 과목을 이용한 학생의 효과적인 한국어 발표 방법에 대한 제안	69

KOREA KF
FOUNDATION

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

TỪ BÀI HỌC PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA K-STYLE (HÀN QUỐC) ĐẾN XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA CỦA VIỆT NAM

Đặng Thiều Ngân*
Trần Phương Nhi**

Tóm tắt

Sự thành công trong chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, kiến tạo thương hiệu và “quyền lực mềm” của Hàn Quốc được xem là hình mẫu cho nhiều quốc gia từ nhiều năm nay. Trong số các quốc gia đã và đang gặt hái những kết quả nhất định trong con đường xây dựng thương hiệu quốc gia bằng quyền lực mềm phải kể đến Trung Quốc, Thái Lan và Việt Nam. Riêng đất nước hình chữ S trong năm 2023 vừa qua đã tạo dấu ấn không nhỏ khi liên tục ghi dấu ấn trong việc tạo “trend” trên mạng xã hội và thực hiện kỹ xảo điện ảnh trong sản xuất hậu kỳ phim bom tấn của Mỹ, Hàn. Dù vậy, để có thể tạo nên bước đột phá thì Việt Nam cần phải làm nhiều hơn thế.

Từ khóa: Thương hiệu quốc gia, Phát triển công nghiệp văn hóa Hàn Quốc, Xuất khẩu văn hóa

1. Công nghiệp văn hóa - lối đi riêng ngược dòng của Hàn Quốc

Trong xu thế hội nhập toàn cầu, làm sao để nổi bật thương hiệu quốc gia chứ không hòa tan là cái khó của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Đây cũng là một trong những yếu tố để quyết định vị thế cạnh tranh của mỗi quốc gia trên thị trường quốc tế. Cách đây gần 30 năm, Hàn Quốc đã làm một điều mà khi đó các cường quốc như Mỹ, Anh đều nghĩ đó là suy nghĩ táo bạo ngược dòng. Đất nước xứ kimchi đã chọn “Văn hóa đi trước, kinh tế theo sau” như một con đường tối quan trọng để xây dựng thương hiệu quốc gia và vực dậy nền kinh tế yếu kém.

Dù vậy, ngày nay, Hàn Quốc đã chứng minh con đường đó là đúng đắn và đầy thuyết phục. Làn sóng Hallyu đã trở thành hình ảnh đại diện của Hàn Quốc. Nền công nghiệp văn hóa Hàn Quốc không chỉ thâm nhập vào nền văn hóa các nước trong khu vực mà còn khiến hầu hết các quốc gia trên thế giới phải trầm trồ và nể phục bởi sự lan tỏa quá mạnh mẽ. Ngay cả một đất nước dẫn đầu về điện ảnh và âm nhạc như Mỹ cũng phải cuồng nhiệt theo K-movie, K-drama và K-pop. Thậm chí để tấn công thị trường châu Á, các nhãn hàng Âu - Mỹ đã phải chi rất nhiều tiền để mời nghệ sĩ Hàn Quốc làm đại sứ hình ảnh khu vực và toàn cầu.

Ngày 10/3/2023, báo Korea Herald dẫn báo cáo “Hiện trạng của làn sóng Hàn Quốc

* Tiến sĩ; Công ty Naver Việt Nam; Email: dangthieungan@gmail.com

** Công ty Naver Việt Nam

Hallyu trên thế giới năm 2022” do Korea Foundation (Quỹ giao lưu quốc tế Hàn Quốc) khảo sát: số lượng người hâm mộ làn sóng văn hóa Hàn Quốc (Hallyu) trên toàn thế giới đạt 178 triệu người tính đến năm 2022¹. Cuộc khảo sát do Korea Foundation thực hiện với sự hợp tác của 149 cơ quan đại diện ngoại giao Hàn Quốc ở nước ngoài tại 18 quốc gia trên khắp thế giới. Đây là con số khổng lồ đối với bất kỳ một nền văn hóa nào trên thế giới.

Viện nghiên cứu kinh tế Hàn Quốc (KERI) thuộc Liên đoàn công nghiệp Hàn Quốc (FKI), ngày 10/7/2023, công bố báo cáo "Ước tính hiệu quả kinh tế từ sự lan rộng của làn sóng văn hóa Hàn-Hallyu", cho biết trong 5 năm kể từ năm 2017, làn sóng văn hóa Hàn Quốc Hallyu lan rộng trên toàn cầu đã góp phần tạo ra hiệu quả kinh tế lên tới 37.000 tỷ won (28,4 tỷ USD), trong đó có 30.500 tỷ won (23,4 tỷ USD) ở lĩnh vực hàng tiêu dùng, 6.500 tỷ won (gần 5 tỷ USD) đến từ lĩnh vực nội dung văn hóa. Giá trị gia tăng được tạo ra nhờ làn sóng Hallyu đạt 13.200 tỷ won (10,13 tỷ USD), trong đó có 9.900 tỷ won (7,6 tỷ USD) nhờ xuất khẩu hàng tiêu dùng, 3.300 tỷ won (2,53 tỷ USD) nhờ xuất khẩu nội dung văn hóa.

Do đâu mà thương hiệu Hàn Quốc lại có sự thành công to lớn như vậy.

Ngoài những sản phẩm văn hóa mà công chúng toàn cầu có thể nhìn thấy thì không thể không nhắc tài năng, sự “cảm” thị trường và khả năng đón đầu xu hướng của các nghệ sĩ, công ty quản lý, đặc biệt là tầm nhìn của chính phủ Hàn Quốc khi không ngừng xây dựng, ban hành các chính sách và chịu chi rất nhiều ngân sách thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa, đặc biệt là xuất khẩu văn hóa.

Ngay từ thời điểm Hàn Quốc trải qua suy thoái kinh tế năm 1997 và mong muốn gây dựng nên một đất nước hùng mạnh, phát triển, xuất khẩu văn hóa hay “Quyền lực mềm” của Hàn Quốc được xác định là một con đường dài hạn và cần nhiều sự nỗ lực cộng hưởng từ tất cả các bộ ban ngành cùng giới sản xuất nội dung văn hóa. Trong giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2005, ngân sách cho văn hóa - nghệ thuật của Hàn Quốc được đầu tư tăng mạnh, từ 0,6% lên đến 1,05%. Chỉ riêng lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn đã nhận được khoảng 172,3 triệu USD. Đến năm 2023, ngân sách dành cho ngành này lên tới 1,217 tỷ USD.

Trải qua nhiều giai đoạn phát triển, chính phủ Hàn Quốc đã thiết lập nhiều chính sách văn hoá khác nhau, đa dạng không kém các chính sách phát triển kinh tế, như: Luật Xúc tiến Quảng bá Phim ảnh - Sửa đổi bổ sung Điều luật 1997.4.10 số 5321², Luật xúc tiến công nghiệp văn hóa (viết tắt: "Luật công nghiệp văn hóa", thực thi 8/8/2023), Luật số 19592, sửa đổi bổ sung tháng 8/2023³,...

Năm 1993, Tổng thống Kim Young-sam đã nhấn mạnh tầm quan trọng của điện ảnh: “Doanh thu phòng vé của một bộ phim tương đương việc xuất khẩu 1.5 triệu ô tô⁴”. Thời điểm đó, doanh thu của phim “Công viên kỷ Jura” đạt 910 triệu USD đã gián tiếp củng cố lời nhận định của vị Tổng thống có tầm nhìn xa này. Hàng năm, ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc đều đã sản xuất và trình chiếu ra những bộ phim thành công. Trong đó, phải kể đến phim điện ảnh Shiri, ra rạp năm 1999, ghi nhận 6 triệu lượt người xem (tại Hàn), chưa kể bộ phim còn được chiếu tại Mỹ, Trung

¹ <https://tuoitre.vn/me-lan-song-han-nguoi-viet-chi-sau-trung-quoc-thai-lan-2023031214370072.htm>

² <https://lawnb.com/Info/ContentView?sid=L0005BAB7D176A8E>

³ <https://www.law.go.kr/법령/문화산업진흥기본법>

⁴ https://m.weekly.khan.co.kr/view.html?med_id=weekly&artid=7127&code=

Quốc, Nhật Bản, Số lượng khán giả xem phim Hàn Quốc đã tăng gấp 5 lần trong 5 năm, từ 12,59 triệu năm 1998 lên 58,2 triệu năm 2003 (tại Hàn). Từ ví dụ sinh động này cùng thực tế chứng minh xuất khẩu văn hóa là cánh cửa tốt nhất để kích cầu kinh tế trong nước và xây dựng thương hiệu quốc gia với thế giới, chính phủ Hàn Quốc đã nghiên cứu và đưa ra các chính sách để thúc đẩy nền công nghiệp văn hóa, chủ yếu tập trung vào hoạt động xuất khẩu.

Nhấn mạnh cho tầm quan trọng của điện ảnh trong việc phát triển kinh tế nước nhà, năm 1995, Tổng thống Kim Young-sam đã ban hành một sắc lệnh để luật xúc tiến thương mại cho ngành công nghiệp điện ảnh⁵ chính thức có hiệu lực. Một rạp phim không chiếu phim Hàn ít nhất 146 ngày một năm sẽ bị thu hồi giấy phép hoạt động. Tuy nhiên, đến tháng 7/1996, tổng số ngày chiếu phim nội địa đã được giảm xuống còn 106 ngày, năm 2006 giảm còn 73 ngày.

Thêm vào đó, biến cố từ cuộc khủng hoảng kinh tế châu Á năm 1997 diễn ra như mốc quan trọng đánh dấu sự chuyển mình của cả nền kinh tế cũng như sự ra đời của làn sóng Hàn Quốc (hallyu), buộc các ngành công nghiệp Hàn Quốc, trong đó có lĩnh vực văn hóa giải trí phải thay đổi để tạo nên giá trị kinh tế cho đất nước. Xây dựng ngành công nghiệp pop culture từ con số 0 trong thời kỳ khủng hoảng để xuất khẩu là cách lựa chọn khá ngược dòng (thường thấy sẽ là kinh tế đi trước văn hóa theo sau) nhưng với Hàn Quốc, trong thời điểm khó khăn này lại hợp lý bởi pop culture không cần nhiều hạ tầng cơ sở mà chỉ cần thời gian và tài năng.

Năm 1998, Hàn Quốc công bố kế hoạch phát triển Hallyu nhằm nâng cao giá trị của ngành văn hóa Hàn Quốc⁶. Chính

phủ cũng trợ cấp cho các công ty khởi nghiệp về văn hóa, đầu tư vào sáng kiến phát triển ngành, ban hành luật để bảo vệ thị trường văn hóa trong nước của họ (Luật Cơ bản về Công nghiệp văn hóa, Đạo luật phát triển công nghiệp nội dung số trực tuyến, Luật Quảng bá điện ảnh...).

Năm 2022, để kích cầu kinh tế nước nhà sau thời gian dài dịch bệnh Covid-19, chính phủ Hàn Quốc đã đưa ra một chính sách mới mà chưa từng có nước nào từng làm: cấp thị thực Hallyu (Hallyu visa) để thu hút những tài năng trong các lĩnh vực văn hóa như K-pop nhằm tăng tính cạnh tranh của nội dung Hallyu trên trường quốc tế. Hàn Quốc sẽ cấp thị thực toàn diện cho các “sinh viên văn hóa” đến Hàn Quốc du học hoặc ở lại để học hỏi hệ thống tiên tiến của các công ty giải trí nổi tiếng Hàn Quốc.

Có thể nói, chính phủ Hàn Quốc nhìn nhận Hallyu như một nguồn doanh thu thông qua tăng cường xuất khẩu và du lịch, khi bên cạnh văn hóa, họ có thể mở rộng sang các mặt hàng xuất khẩu khác như trò chơi trực tuyến, sản phẩm làm đẹp, thời trang.

Năm 2023, Chính phủ Hàn Quốc chi khoảng 790 tỷ Won (622,5 triệu USD) để hỗ trợ các công ty vừa và nhỏ, công ty khởi nghiệp nhằm tăng xuất khẩu nội dung văn hóa Hàn Quốc⁷. Trước đó, năm 2022, Bộ Văn hóa Hàn Quốc đã chi 526,8 tỷ Won để hỗ trợ cho lĩnh vực này.

Theo phân tích của Bộ Văn hóa Hàn Quốc, chính nền công nghiệp văn hóa giải trí đã đưa Hàn Quốc từ quốc gia nghèo đói bậc nhất châu Á những năm 1960 trở thành nền kinh tế đứng thứ 4 châu Á, thứ 10 thế giới về GDP năm 2020⁸. Trong đó, số liệu Cục Hải quan Hàn Quốc công bố cho thấy

⁵ <https://lawnb.com/Info/ContentView?sid=L0005BAB7D176A8E>

⁶ <https://www.archives.go.kr/next/newsearch/listSubjectDescription.do?id=005757&sitePage=>

⁷ <https://vtv.vn/van-hoa-giai-tri/han-quoc-chi-790-ty-won-ho-tro-cac-cong-ty-khoi-nghiep-trong-nganh-cong-nghiep-noi-dung-trong-2023-20230106233847525.htm>

⁸ <https://www.qdnd.vn/quoc-te/doi-song/han-quoc-va-cau-chuyen-ky-tich-song-han-732056>

nửa đầu năm 2023, doanh thu từ các hoạt động xuất khẩu Kpop (bao gồm: tổ chức các concert, bán đĩa, nhạc trực tuyến ở nước ngoài...) là 133 triệu USD, tăng 17,1% so với cùng kỳ năm trước. Điều này chứng minh, K-pop không chỉ còn là văn hóa “xu hướng” của châu Á mà đã vươn ra toàn thế giới và giành một lượng không nhỏ trong thị trường văn hóa toàn cầu. “K-pop” cũng là từ đầu tiên thể hiện văn hóa Hàn Quốc được đưa vào từ điển tiếng Anh Oxford như một từ mới. Năm 2021, cùng với sự lan tỏa của thương hiệu Hàn Quốc, 26 từ khác cùng lúc được đưa vào quyển từ điển tiếng Anh uy tín bậc nhất thế giới này, bao gồm: “Hallyu”, “K-drama” (series phim truyền hình Hàn Quốc), K-beauty (mỹ phẩm Hàn Quốc), “mukbang” (chỉ người ‘ăn thùng uống vại’ rồi quay video hoặc livestream cho người xem trên các nền tảng mạng xã hội), “manhwa” (hoạt hình, truyện tranh Hàn), “Hanbok” (trang phục truyền thống của Hàn Quốc)...

Đại diện Nhà xuất bản Đại học Oxford từng chia sẻ: “Khi văn hóa đại chúng Hàn Quốc ngày càng phổ biến trên toàn thế giới, mọi thứ dường như đều có tiền tố “K””. Quả thật, đến nay, thương hiệu “Hàn Quốc” đang bao phủ toàn cầu một cách mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Từ công nghiệp văn hóa dẫn theo kinh tế, du lịch, làm đẹp, thời trang, ... đã đến mọi ngõ ngách của đời sống, không chỉ trong nước, trong khu vực mà đã phủ khắp thế giới.

2. Xây dựng thương hiệu quốc gia từ công nghiệp văn hóa của Việt Nam

Từ năm 2003, “Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam”, đã được Thủ tướng chính phủ thông qua và giao Bộ công thương chủ trì, phối hợp với các Bộ Ban Ngành liên quan thực hiện. Ngày 20/4/2008, Việt Nam chính thức có Ngày Thương hiệu Quốc gia nhằm tôn vinh, quảng bá thương

hiệu và hình ảnh Việt Nam, đồng thời nhằm khơi dậy khát vọng của các cấp, các ngành, xã hội và cộng đồng doanh nghiệp trong công cuộc xây dựng thương hiệu doanh nghiệp nói riêng và thương hiệu quốc gia nói chung vì một Việt Nam hùng cường.

Tại buổi Lễ công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2022, tối 2/11/2022, Thủ tướng Phạm Minh Chính chia sẻ: “Sau gần 20 năm triển khai, số doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia liên tục tăng qua các năm, từ 30 doanh nghiệp năm 2008 lên 172 doanh nghiệp năm 2022. Sản phẩm hàng hóa, dịch vụ Việt Nam ngày càng được khẳng định vị trí vững chắc ở thị trường trong nước và thị trường toàn cầu qua những con số ấn tượng về kim ngạch xuất khẩu, thị phần, thứ hạng trong nhiều lĩnh vực và sự coi trọng của các đối tác quốc tế. Đây cũng chính là sự khẳng định đầy sức thuyết phục về chất lượng hàng hóa, dịch vụ Việt Nam”.

Theo báo cáo⁹ của Brand Finance - Tổ chức tư vấn chiến lược và định giá thương hiệu độc lập hàng đầu thế giới, Việt Nam thuộc nhóm các nước có thương hiệu mạnh, là điểm sáng trong bức tranh xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia với tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới trong hai năm gần đây. Năm 2020, giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam đạt 319 tỷ USD, tăng 29,1% so với năm 2019; năm 2021 đạt 388 tỷ USD, tăng 21,6% so với năm 2020; năm 2022 đạt 431 tỷ USD, tăng 11,1% so với năm 2021.

Theo bước Hàn Quốc, Việt Nam cũng lựa chọn công nghiệp văn hóa là một trong những mũi nhọn để xây dựng thương hiệu quốc gia. Ít nhiều, Việt Nam cũng đã có những thành công nhất định, buộc thế giới phải nhìn nhận.

⁹ <https://consosukien.vn/thuong-hieu-quoc-gia-viet-nam-tu-ng-buo-c-nang-ta-m-tren-ba-ng-xe-p-ha-ng-the-gio-i.htm>

Trao đổi với phóng viên Báo Hà Nội mới, Tiến sĩ Tom Fleming, Giám đốc Tổ chức hàng đầu về tư vấn văn hóa và công nghiệp sáng tạo toàn cầu TFCC có trụ sở tại Anh khẳng định: “Việt Nam rất giàu tiềm năng để xuất khẩu văn hóa. Những lợi thế chính nằm ở nền văn hóa và truyền thống đặc biệt của đất nước, lĩnh vực văn hóa đương đại đang phát triển và tinh thần kinh doanh, đổi mới trong lĩnh vực này đang gia tăng nhanh chóng”¹⁰.

Vài năm trở lại đây, Việt Nam cũng đang nâng cao “bước chân” để đẩy mạnh ngành công nghiệp văn hóa, thúc đẩy thương hiệu quốc gia. Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 8/6/2016 nhằm tạo ra khung chính sách thể hiện khả năng bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa, đặt nền tảng cho việc quảng bá hình ảnh, bản sắc văn hóa Việt Nam. Trong đó, 13 lĩnh vực ưu tiên, gồm: Quảng cáo, kiến trúc, thủ công, thiết kế, điện ảnh và video, xuất bản in, phần mềm và các trò chơi giải trí tương tác, xuất bản điện tử, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, nghệ thuật thị giác, truyền hình và phát thanh; du lịch văn hóa. Đây là một bước tiến lớn của đất nước nghìn năm văn hiến.

Gần đây, khi mạng xã hội Tiktok nở rộ, nhiều sản phẩm văn hóa của Việt Nam đã và đang làm mưa làm gió, khiến không ít các nghệ sĩ quốc tế cũng phải “đu trend” như See Tình (Hoàng Thùy Linh), Tòng Phu (Keyo), Dễ đến dễ đi (Quang Hùng MasterD), ... Thậm chí, như các nghệ sĩ Hàn khi sang Việt Nam tổ chức concert, đều sẽ thể hiện điệu nhảy See Tình. Còn nghệ sĩ Thái Lan sang Việt Nam thì sẽ hát Dễ đến

dễ đi, và nghệ sĩ Trung Quốc sẽ chuyển lời Hoa cho ca khúc này.

Hoặc như, ngày càng nhiều các bộ phim nước ngoài có phần credit ghi danh các ekip Việt Nam, đặc biệt là cho phần xử lý hậu kỳ. Như là: My Name (team VFX - sản xuất hậu kỳ, kỹ xảo: 75mm Studio và STUDIO G), Squid Game (team Việt xuất hiện trong VFX, Digital Artists, Data Wrangler), Sweet Home, The Penthouse, Hotel Del Luna, Parasite, ... Những dấu ấn này hoàn toàn dựa vào khả năng và tài năng của mỗi ekip, cá nhân thực hiện. Họ tự tìm cách để bước ra ngoài, tìm đối tác và thể hiện bản thân.

Ngoài ra, 15 di sản văn hóa phi vật thể của Việt Nam đã được UNESCO công nhận và cũng đang được quảng bá rộng rãi trên thế giới như Nhã nhạc-Nhạc Cung đình Triều Nguyễn; Không gian văn hoá Cồng chiêng Tây Nguyên; Dân ca Quan họ Bắc Ninh; Hát Ca Trù; ... Tuy nhiên, những loại hình này chưa thực sự phổ biến và tạo nên sự lan tỏa mạnh mẽ mà chỉ gói gọn ở một nhóm nhỏ những người yêu thích tìm hiểu di sản thế giới.

Với những kết quả đã đạt được để thể hiện cho “ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam” thì có lẽ là chưa đủ thuyết phục, chưa đủ tầm. Nhìn từ Hàn Quốc, có thể thấy chúng ta đang thiếu sự quyết liệt, sự bài bản chuyên nghiệp của một hệ thống tổ chức thống nhất. Dù chính phủ có những chính sách hỗ trợ nhưng chưa thực sự đủ và thiếu rất nhiều ngân sách - điều kiện để đảm bảo nhu cầu cuộc sống của những nhà sáng tạo nội dung để họ có thể thỏa sức vùng vẫy, phát huy khả năng của bản thân.

Tiếp đó, dù ở Việt Nam cũng đã có những công ty giải trí nhưng số có thể thúc đẩy khả năng của nghệ sĩ, ekip thì chưa nhiều, đôi khi không cho nghệ sĩ nghệ sĩ hoạt động đúng với khả năng và mong

¹⁰ <https://hanoimoi.vn/bai-5-thuc-day-lan-song-van-hoa-made-in-viet-nam-637773.html>

muốn, không có định hướng cụ thể cho công ty, ekip và nghệ sĩ khiến cho tài năng của tập thể bị xói mòn. Cũng không ít công ty có nghệ sĩ nổi tiếng ở Việt Nam nhưng lại loay hoay hoặc “ngại” bước chân ra khỏi biên giới, họ sợ nhiều thứ, nhất là khi phải “tự thân vận động” nơi xứ người.

Dù có tiềm lực mạnh nhưng hiện tại, nền công nghiệp văn hóa của Việt Nam vẫn đang khá mờ nhạt, vươn ra toàn Đông Nam Á đã khó, chưa kể châu Á và thế giới.

3. Hướng đề xuất cho Việt Nam

Trong chiến lược xuất khẩu văn hoá, Hàn Quốc đã lựa chọn và chia những ngành mũi nhọn để phát triển theo các giai đoạn khác nhau. Ở thời kỳ đầu, Hallyu 1.0 (K-drama), Hàn Quốc tập trung phát triển phim (điện ảnh, truyền hình), xâm nhập vào khu vực châu Á - là khu vực địa lý của họ theo quan niệm “nhất cự ly, nhì tốc độ”.

Ở thời kỳ Hallyu 2.0 (K-pop music), họ tổng lực đầu tư cho K-Pop với phạm vi phát triển tại châu Á, lan tỏa sang các châu khác như châu Âu, châu Mỹ (Nam Mỹ và Mỹ) với các kênh bổ sung từ internet như YouTube, SNS (Twitter, Facebook, Instagram..).

Với giai đoạn Hallyu 3.0 (K-culture), Hàn Quốc xác định “Văn hoá Hàn” (K-Culture) là một cụm để họ mang đi thâm nhập các nước trên toàn thế giới, tổng lực xuất hiện trên các hệ thống truyền hình địa phương, trên internet và bao gồm cả các nền tảng nội dung OTT như Netflix, Disney+...

Sang giai đoạn hiện tại, Hallyu 4.0 (K-style), Hàn Quốc đang trong giai đoạn phát triển tổng lực trên diện rộng, từ làn sóng Hàn Quốc lan sang đến các ngành công nghiệp ăn theo như thời trang, mỹ phẩm, công nghệ, du lịch, ... mà xuất phát điểm đều từ phim ảnh, âm nhạc.

Để biết lựa chọn các giai đoạn phát triển và sản phẩm mục tiêu của giai đoạn đó, phải dựa vào rất nhiều nghiên cứu khảo

sát thị trường, dự báo xu hướng cũng như tiềm lực của đất nước. Đó là bước đi đúng đắn, minh chứng cho sự thành công của tiền tố “K” trong thương hiệu quốc gia của Hàn Quốc.

Nếu thật sự coi quảng bá văn hoá là một chiến lược trong phát triển đất nước thành một thương hiệu quốc gia và học hỏi từ kinh nghiệm của Hàn Quốc, thì chính phủ Việt Nam nên có những hỗ trợ mạnh mẽ về ngân sách để đầu tư nội dung và con người với tầm nhìn dài hạn, có tham khảo các hình thức sản phẩm của thế giới nhưng cũng có phát triển giá trị nguyên bản của Việt Nam, có luật chi tiết, rõ ràng ngay từ đầu để các nhà sáng tạo có điều kiện để phát huy khả năng của bản thân. Với những bước đi bài bản và quyết liệt, chắc chắn, chúng ta sẽ có một nền công nghiệp văn hoá mang đậm thương hiệu quốc gia Việt Nam, “Made in Vietnam”, “Made by Vietnam”.

Ngoài ra, một điều vô cùng quan trọng nữa, đó là, người Việt trước tiên nên trở thành những người hâm mộ trung thành nhất của văn hóa Việt, hãy trao cơ hội cho bản thân để tiếp nhận những tác phẩm xuất sắc, những tác phẩm tử tế của văn hóa con rồng cháu tiên và cùng trở thành những sứ giả quảng bá văn hoá Việt Nam đến với thế giới.

Dù các yếu tố trên, một ngày không xa, tiền tố “V” - Việt Nam sẽ có mặt trên thị trường quốc tế, khẳng định một Việt Nam đầy tự hào.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt:

1. <https://tuoitre.vn/me-lan-song-han-nguoi-viet-chi-sau-trung-quoc-thai-lan-2023031214370072.htm>
2. <https://vietnamnet.vn/hallyu-vao-tu-dien-oxford-phia-sau-su-thong-tri-cua-lan-song-han-quoc-780772.html>
3. <https://hanoimoi.vn/cong-nghiep-van-hoa-han-quoc-loi-di-rieng-voi-tam-nhin-dai-han-634855.html>

4. <https://vtv.vn/van-hoa-giai-tri/han-quoc-chi-790-ty-won-ho-tro-cac-cong-ty-khoi-nghiep-trong-nganh-cong-nghiep-noi-dung-trong-2023-20230106233847525.htm>
5. <https://www.qdnd.vn/quoc-te/doi-song/han-quoc-va-cau-chuyen-ky-tich-song-han-732056>
6. <https://consosukien.vn/thuong-hieu-quoc-gia-viet-nam-tu-ng-buo-c-nang-ta-m-tren-ba-ng-xe-p-ha-ng-the-gio-i.htm>
7. <https://hanoimoi.vn/bai-5-thuc-day-lan-song-van-hoa-made-in-viet-nam-637773.html>
4. <https://www.archives.go.kr/next/newsearch/listSubjectDescription.do?id=005757&sitePage=>
5. 한국 문화콘텐츠산업 경쟁력 요인 분석 : 영화산업을 중심으로 - Bai Yichen, Sejong University Graduate School, 2022 (Phân tích yếu tố năng lực cạnh tranh của công nghiệp nội dung văn hóa Hàn Quốc – trọng tâm vào công nghiệp điện ảnh)
6. <https://www.kocis.go.kr/koreanet/view.do?seq=3125>
7. 문화산업진흥 기본법(<https://s.pro.vn/5bwm>) (Luật cơ bản chấn hưng công nghiệp văn hóa)

Tiếng Anh:

1. The State's Roles in the Development of Cultural Industries: Korean Cultural Industry Policies from 1993 to 2021 - Taeyoung Kim, SIMON FRASER UNIVERSITY, 2021
2. The Growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave - Doobo Shim, Sungshin Women's University, 2008
3. Study on the protection policy of the Korean film industry and the role of interest groups - Kyeong-mi Yang, Ph.D. Hanyang University, 2010
4. Korean Film Policy History - Kim Dong-ho, Nanam Publishing, 2005
5. <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>

Tiếng Hàn:

1. <https://lawnb.com/Info/ContentView?sid=L0005BAB7D176A8E>
2. <https://www.law.go.kr/법령/문화산업진흥기본법>
3. https://m.weekly.khan.co.kr/view.html?med_id=weekly&artid=7127&code=

Abstract

The commendable success of South Korea's strategic cultural industry development, brand cultivation, and the application of "soft power" ("Cultural export" - as articulated by Joseph S. Nye of Harvard University in 1990) stands as an exemplary model for many nations. Vietnam is no exception, is becoming more widely known around the world, especially for creating "trends" on social networks and cinematography in film post-production. However, to create a breakthrough, Vietnam needs to do more. The article aims at examining the underlying challenges, and recommend way forward in building Vietnam's National brand.

Keywords: National brand, Cultural industry development of South Korea, Cultural exports, South Korea

MÔ HÌNH ÁP DỤNG K-POP, K-DRAMA VÀO GIẢNG DẠY NGÔN NGỮ VÀ VĂN HOÁ HÀN QUỐC - TẬP TRUNG VÀO DỰ ÁN “HỌC TIẾNG HÀN VỚI BTS”

Lưu Hà Linh*

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, tại Việt Nam, sự bùng nổ của làn sóng Hàn Quốc (Hallyu) cùng với phim truyền hình Hàn Quốc (K-Drama) và âm nhạc (K-Pop) đã thu hút đông số lượng người hâm mộ có nhu cầu học tiếng Hàn với mong muốn thông qua ngôn ngữ để tìm hiểu thêm về đất nước và con người xứ sở kim chi. Bên cạnh đó, ngôn ngữ Hàn Quốc còn mang lại nhiều cơ hội việc làm với mức thu nhập cao so với mặt bằng chung các ngành nghề khác khiến cho số lượng người chọn học tiếng Hàn ngày một gia tăng.

Điều này thôi thúc các giáo viên giảng dạy ngôn ngữ và văn hoá Hàn Quốc luôn phải đổi mới phương pháp tiếp cận người học cũng như liên tục tìm kiếm, bổ sung nguồn học liệu mới nhằm đạt được hiệu quả dạy và học cao nhất. Người viết muốn đề xuất sử dụng nguồn học liệu Kopo, K-Drama vào việc giảng dạy tiếng Hàn trình độ trung - cao cấp dành cho sinh viên chuyên ngành Ngôn ngữ và Văn hoá Hàn Quốc (áp dụng tại Trường ĐH Ngoại Ngữ - ĐH Quốc Gia HN - ULIS). Đặc biệt, sự thành công của Dự án Học tiếng Hàn cùng BTS (Do KF phối hợp với HUFS và Big Hit Edu thực hiện) là một ví dụ điển hình cho mô hình đầy triển vọng này.

Từ khóa: Kpop, phim truyền hình, Học tiếng Hàn với BTS, Ngôn ngữ Hàn Quốc, Phương pháp giảng dạy tiếng Hàn, Giáo dục tích hợp

1. Đặt vấn đề

Làn sóng Hàn Quốc (한류- Hallyu) được bắt đầu tại khu vực Châu á thông qua các bộ phim truyền hình tình cảm lãng mạn vào thập niên 90. Với khởi nguồn là phim truyền hình Hàn Quốc (K-Drama), tiếp sau đó là sự bùng nổ của âm nhạc K-Pop, ẩm thực (K-Cook), thời trang (K-Fashion)...đã khiến cho Hallyu trở thành một cuộc cách mạng văn hoá mang tính toàn cầu. Qua gần 2 thập kỷ đến nay, sự ảnh hưởng mạnh mẽ của làn sóng Hàn Quốc Hallyu vẫn chưa có dấu hiệu giảm sút. Do đó sự yêu thích của thanh thiếu niên dành cho văn hoá Hàn Quốc nói chung và dành cho K- Drama, K-Pop nói riêng vẫn luôn sôi động. Ngày càng có rất nhiều học sinh, sinh viên lựa chọn học tiếng Hàn Quốc vì yêu thích văn hoá Hàn Quốc và muốn có cơ hội kết nối gần với các thần tượng của mình. Nhiệm vụ được đặt ra với các đơn vị đào tạo nói chung và đối với các giảng viên giảng dạy Ngôn ngữ và Văn hoá Hàn Quốc nói riêng là luôn phải đổi mới phương pháp giảng dạy, tìm hiểu và áp dụng nguồn tư liệu, học liệu mới mẻ, bổ ích để tạo hứng thú cho người học cũng như nâng cao hiệu quả đào tạo.

Ở nội dung bài viết này, người viết muốn đề xuất hình thức áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy Ngôn ngữ và Văn hoá Hàn Quốc thông qua phân tích một mô hình tiêu biểu là Dự án Học tiếng Hàn với BTS do Big Hit Education kết hợp với Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc (KF) và ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) tổ chức

* Thạc sĩ, Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội,
Email: halinh@vnu.edu.vn

2. Cơ sở lý luận

2.1. Lịch sử Nghiên cứu

Sử dụng phim ảnh hoặc âm nhạc vào phương pháp giảng dạy ngoại ngữ, từ lâu trên thế giới đã được nhiều nhà nghiên cứu giáo dục đánh giá cao về tính hiệu quả trong việc hướng dẫn người học nắm bắt nhiều kỹ năng tích hợp trong buổi học một cách hứng thú và dễ hiểu nhất.

Phim truyền hình được đánh giá là cung cấp cách thức thể hiện tình cảm lành mạnh, tăng cường tính hợp tác, phát triển tính sáng tạo, phát triển năng lực ngôn ngữ (từ vựng, âm sắc) và phi ngôn ngữ (biểu cảm), phát triển năng lực giao tiếp - J.W.Stewig.C. Buege (1994)¹. Tương tự, Koyluoglu (2010)² đã nhận xét: sử dụng phim truyền hình trong giáo dục giống như một trò chơi có tính nghệ thuật giúp người học nâng cao khả năng khám phá, thảo luận, nhận biết và giải quyết vấn đề, tán thành hoặc phản bác các vấn đề được đưa ra theo từng tình huống.

Trên thực tế, có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng: K-Pop, K- Drama có thể giúp cho người học tiếp cận được với những tình huống giao tiếp của người bản xứ một cách gián tiếp, tạo hứng thú và động lực cho người học. Đặc biệt với đối tượng tìm đến tiếng Hàn vì niềm yêu thích văn hoá Hàn Quốc thì mục tiêu trước tiên của họ là có thể giao tiếp, nghe nói thông thạo một cách tự nhiên nhất với người Hàn Quốc. Vì vậy, việc giảng dạy tiếng Hàn bằng âm nhạc và phim truyền hình không những tạo được hứng thú cho người học mà còn đáp ứng được mục tiêu học tập giao tiếp bằng tình huống thực tế.

¹ J.W.Stewig.C. Buege (1994), Hwang Jeong Hyun dịch, (2004), Dùng phương pháp đóng kịch để giáo dục ngôn ngữ toàn diện, NXB Pyeongmin, p.38

² Koyluoglu, N. (2010). Using Drama in Teaching English for Young Learners. Retrieved from: <http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/6563/264387.pdf?sequence=1&is>.

2.2. Mục đích Nghiên cứu

Sử dụng phim ảnh hoặc âm nhạc vào phương pháp giảng dạy ngoại ngữ, từ lâu trên thế giới đã được nhiều nhà nghiên cứu giáo dục đánh giá cao về tính hiệu quả trong việc hướng dẫn người học nắm bắt nhiều kỹ năng tích hợp trong buổi học một cách hứng thú và dễ hiểu nhất. Ở nội dung bài viết này, người viết đề xuất phương pháp sử dụng K-Pop, K-Drama để luyện tập khả năng Nghe - Nói cho sinh viên chuyên ngành tiếng Hàn của Khoa NN& VH Hàn Quốc - ĐH Ngoại Ngữ - ĐH Quốc Gia Hà Nội. Nếu như kỹ năng Đọc - Viết có thể phát triển bằng hình thức làm bài luyện tập, thì việc nâng cao trình độ ở kỹ năng Nghe- Nói yêu cầu người học phải được tiếp xúc và luyện tập thường xuyên với người bản ngữ hoặc luyện tập thông qua các tình huống thực tế bằng nguồn học liệu như các chương trình giải trí, âm nhạc và phim ảnh.

Đặc biệt, thông qua các tình huống trong phim ảnh hoặc phân tích lời bài hát người học có thể phân biệt được các thể loại ngôn từ như tiếng lóng, tiếng địa phương, khẩu ngữ hay ngôn ngữ chuẩn. Bên cạnh đó, với đặc trưng về ngữ pháp như: kính ngữ, tiểu từ, cách chia đuôi ngữ pháp và từ vựng tùy thuộc vào từng ngữ cảnh...thì việc kết hợp nguồn học liệu phong phú từ Hallyu vào bài giảng, sẽ là một cách để người học có thể hiểu rõ về văn hóa Hàn Quốc trong những tình huống thực tế, đem lại được hiệu quả thâm thấu hơn.

3. Phương pháp nghiên cứu

Việc áp dụng K-Pop, K- Drama trong quá trình giảng dạy đối tượng là sinh viên năm 1 chuyên ngành tiếng Hàn sẽ giúp khơi gợi sự đam mê với ngôn ngữ mới thông qua những giai điệu bài hát hay bộ phim quen thuộc. Đây cũng là một phương pháp hiệu quả đã giúp sinh viên nâng cao hiểu biết về văn hoá, đất nước, con người Hàn Quốc.

Đối với sinh viên chuyên ngành tiếng Hàn năm 2,3 là đối tượng đã có một nền

tăng năng lực Ngoại ngữ và hiểu biết về văn hoá nhất định, việc áp dụng K-Pop, K-Drama trong giảng dạy sẽ giúp sinh viên phân biệt ngữ pháp khó cũng như luyện tập kỹ năng Nghe- nói (luyện phát âm) thông qua các tình huống cụ thể.

Dự án “ Học tiếng Hàn cùng BTS” có thể coi là một mô hình chính thức đầu tiên áp dụng K-Pop vào giảng dạy Ngôn ngữ và Văn hoá Hàn Quốc không chỉ ở Việt Nam mà còn trên nhiều nước trên thế giới. Thông qua quá trình phân tích dự án này, người viết sẽ chỉ ra những ưu, nhược điểm trong hình thức triển khai hoạt động dạy và học, hoạt động kiểm tra đánh giá...nhằm tìm ra phương pháp áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy ngôn ngữ, văn hoá Hàn Quốc một cách hiệu quả nhất.



4.1.2. Áp dụng K-Drama trong giảng dạy

Các bộ phim sitcom của Hàn Quốc có nội dung đơn giản với chủ đề gắn liền với đời sống hàng ngày của người dân Hàn Quốc sẽ là nguồn tư liệu phù hợp dành cho sinh viên năm 1.

- Học liệu: phim High kick (Gia đình là số 1) và phim Replay 1988 (Lời hồi đáp 1988) .
- Hình thức áp dụng: Giáo viên có thể lựa chọn 1 phân cảnh trong phim để cho sinh viên luyện tập. Sinh viên sẽ được nghe lời thoại của từng nhân vật, nhắc lại và giải

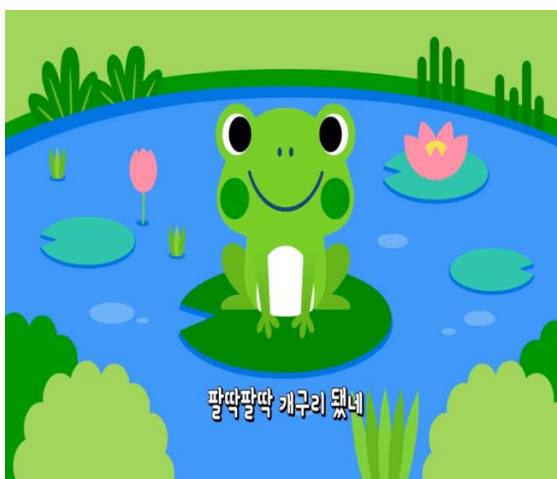
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Áp dụng K-pop, K-Drama trong giảng dạy với đối tượng sinh viên năm 1

4.1.1. Áp dụng K-Pop trong giảng dạy

Với đối tượng sinh viên năm nhất mới làm quen với ngôn ngữ Hàn Quốc, việc áp dụng những giai điệu âm nhạc quen thuộc lồng ghép trong bài giảng sẽ giúp sinh viên nâng cao sự tập trung, hứng thú với giờ học. Tùy vào nội dung bài học cụ thể mà có thể áp dụng các thể loại âm nhạc phù hợp.

Nguồn học liệu đối với luyện tập số đếm có thể sử dụng bài hát: 곰 새 마리, đối với luyện đọc, phát âm có thể chọn những bài nhạc thiếu nhi đơn giản như 풍선, 썩트네, 올챙이와 개구리 ...trên các trang web dành cho thiếu nhi của Hàn Quốc như: Kebikids, Genikids, 키즈풍당



thích ý nghĩa của nội dung đã nghe. Sau đó giáo viên sẽ giải thích từ vựng và ngữ pháp đơn giản xuất hiện trong phân cảnh phim, đồng thời lồng ghép các kiến thức về văn hoá giúp sinh viên hiểu được bối cảnh của bộ phim.

- Hoạt động bổ trợ: Giáo viên có thể phân cặp cho sinh viên luyện tập Nói hoặc phân nhóm để diễn lại phân cảnh phim nhằm giúp sinh viên có thể sử dụng linh hoạt các mẫu câu ngắn gọn, thông dụng và tăng thêm sự tập trung, sự yêu thích đối với giờ học.



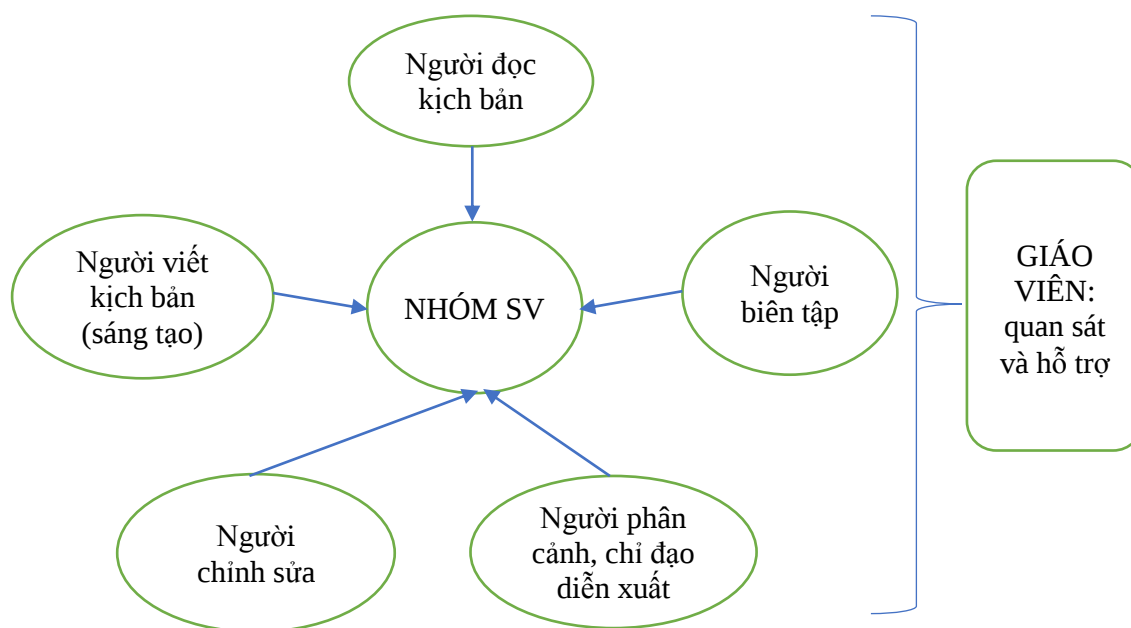
4.2. Áp dụng K-pop, K-Drama trong bài giảng với đối tượng sinh viên năm 2, 3

4.2.1. Tiến trình 1 lớp học tiếng Hàn áp dụng K-Drama (chọn 1 trường hợp cụ thể)

- Học liệu: Phim 김 비서가 왜 그럴까? Thư ký Kim sao lại như vậy? (episode 5)
- Mục tiêu bài học: Lời dẫn gián tiếp
- Cấu trúc ngữ pháp cần biết: -다고 하다, -냐고 하다, -라고 하다
- Yêu cầu về ngữ pháp: phân biệt cách sử

dụng lời dẫn gián tiếp và các tình huống sử dụng

- Nghe- nói: Nghe hiểu, nghe và lặp lại; thực hành nói được câu sử dụng cấu trúc ngữ pháp của bài học.
- Hoạt động bổ trợ: Giáo viên có thể chia lớp thành nhiều nhóm, mỗi nhóm có khoảng 5-6 thành viên để viết lại kịch bản đoạn phim, sáng tạo thêm lời thoại, chú ý áp dụng được các cấu trúc ngữ pháp đã học và phân vai diễn lại nội dung của đoạn phim



4.2.2. Tiêu chí đánh giá

4.2.2.1. *Phân biệt ngữ pháp*: Người học phân biệt được cách sử dụng Lờ dẫn gián tiếp qua các tình huống giao tiếp trong phim.

4.2.2.2. *Kỹ năng nói*: Người học nói được dựa trên tình huống giả định giống trong phim và luyện phát âm.

4.2.2.3. *Kỹ năng nghe*: Xem, nghe nội dung phim.

4.2.3. Cách đánh giá

4.2.3.1. *Phân biệt ngữ pháp*: Đặt tình huống giả định để người học áp dụng ngữ pháp đã được học. Kiểm tra xem người học phân biệt được tình huống và đối tượng giao tiếp để áp dụng Lờ dẫn gián tiếp đúng hay không.

4.2.3.2. *Kỹ năng nói*: Luyện nói theo từng cặp, chú ý về ngữ điệu và phát âm.

4.2.3.3. *Kỹ năng nghe*: Chuẩn bị nội dung bài test dạng điền từ vung vào chỗ trống hoặc dạng trả lời câu hỏi.

4.3. Phân tích Dự án “Học tiếng Hàn cùng BTS”

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

Được thành lập năm 2013, BTS gồm 7 thành viên: Jin, Suga, J-Hope, RM, Jimin, V và Jungkook đã liên tiếp lập hàng loạt kỷ lục toàn cầu như: Billboard Music Award, Billboard 200, được đề cử giải Grammy vào

tháng 11/2020. Tại Hàn Quốc, BTS đứng đầu bảng xếp hạng nhóm nhạc nam có giá trị thương hiệu cao nhất.

Cùng với danh tiếng trên toàn cầu, BTS còn mang về cho nền kinh tế Hàn Quốc hàng tỷ USD mỗi năm. Độ phủ sóng của BTS giúp thúc đẩy phát triển xuất khẩu hàng tiêu dùng, mỹ phẩm và quần áo của Hàn Quốc sang nước ngoài được ước tính lên tới hơn 1 tỷ USD. Theo KOCCA, cứ mỗi 100 USD nhạc Hàn được tiêu thụ ở nước ngoài thì có thêm 395 USD hàng điện tử như điện thoại di động hay tivi được xuất khẩu.³

Trên cơ sở đó, "Learn! Korean with BTS" - “Học tiếng Hàn cùng BTS” đã được xây dựng bởi Big Hit Edu - công ty trực thuộc tập đoàn Big Hit Entertainment kết hợp với Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc (KF) và ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) để giúp người hâm mộ nhóm nhạc Hàn Quốc - BTS nói riêng và những người yêu mến văn hoá Hàn Quốc nói chung có thể dễ dàng tiếp cận với tiếng Hàn Quốc cùng với thần tượng của mình. Từ mùa thu năm 2020, chương trình được triển khai tại 4 nước trên thế giới là Mỹ, Pháp, Việt Nam và Ai Cập với 7 trường Đại học thí điểm tham gia.⁴

³ Nhóm nhạc BTS: Biểu tượng cho sự thành công của K-Pop

<http://www.hanoimoi.com.vn> ngày 21/3/2021

⁴ 美대학생, BTS 따라하며 한국어 공부해요

(Học tiếng Hàn theo BTS)

<http://www.kf.or.kr> 2020년 10월 6일

#	국가	대학	강좌명	개강일	대상 학생	수강생 규모(예상)
1	미국	미들베리칼리지	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	9.14	학부 1학년	20명
2	프랑스	에텍비즈니스스쿨	Beginner's Korean	9.1	학부 전학년	50명
3		파리고등사범대	Beginner's Korean 1	9.21	학부, 석박사 전학년	15명
4	베트남	탕롱대	Korea Society & Culture (Learn Korean with BTS 1)	9.4	학부 3학년	195명 (65명씩 3개 분반)
5		하노이 국립외대	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	10.12	학부 1학년	50명 (25명씩, 2개 분반)
6	이집트	아인샤스대	한국어 1 (Learn Korean with BTS 1)	10.13	학부 1학년	30명
7			한국어 2 (Learn Korean with BTS 2)	10.13	학부 2학년	30명
합계						약 390명

Theo Korea Foudation

4.3.2. Tình hình triển khai dự án “Học tiếng Hàn với BTS” tại ULIS

4.3.2.1. Chương trình giảng dạy

Chương trình Học tiếng Hàn với BTS được triển khai tại Khoa NN&VH Hàn Quốc - ULIS từ tháng 8 năm 2020 đến nay đã được 6 học kỳ chia làm 2 giai đoạn:

Giai đoạn 1 từ tháng 8/2020 đến tháng 12/2022 bao gồm 3 học kỳ

Giai đoạn 2 từ tháng 9/2022 đến nay bao gồm 3 học kỳ

Ở giai đoạn 1 “Học tiếng Hàn với BTS” được tính là môn học có 4 tín chỉ, tổng 60 tiết/kỳ với số lượng 4 tiết/tuần với thời lượng 45 phút/ tiết trong 15 tuần học của 1 học kỳ. Mỗi học kỳ sẽ có 2 lớp được lựa chọn ngẫu nhiên để tiến hành giảng dạy chương trình.

Ở giai đoạn 2 môn học này không được tính tích lũy tín chỉ mà chỉ là môn học bổ trợ, sinh viên chủ động học dưới sự hỗ trợ và giám sát của giáo viên. Môn học được áp dụng cho tất cả các lớp năm 1 chuyên ngành tiếng Hàn (8 lớp/học kỳ).

4.3.2.2. Học liệu



Bộ sách Học Tiếng Hàn với BTS

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

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

Mỗi giáo trình có 6 bài phân chia theo kỹ năng: Nghe, Nói, Đọc, Viết của từng chủ đề. Ở trình độ Sơ cấp có tổng 12 bài học về các chủ đề cơ bản trong đời sống hàng ngày như: chào hỏi, thời gian, vị trí, sở thích, mua sắm, thời tiết...có liên quan đến nhóm nhạc BTS. Trình độ Trung cấp có 12 bài bao gồm các chủ đề về trải nghiệm văn hoá Hàn Quốc với ngữ pháp, từ vựng nâng cao.

4.3.2.3. Hình thức triển khai lớp học

Trường ĐH Ngoại Ngữ Hàn Quốc (HUFS) ghi hình 2 video bài giảng và 1 video bài tập với thời lượng khoảng 20 phút/video theo nội dung từng chủ đề bài

học. Giáo viên Hàn Quốc của HUFS giảng dạy bằng tiếng Hàn với tốc độ chậm vừa phải. Đối với từng kỹ năng Nghe - Nói - Đọc - Viết có các bài tập và phần luyện tập tương ứng.

Ở giai đoạn 1 của Dự án, giáo viên Khoa NN&VH Hàn Quốc của ULIS sẽ giải thích bằng tiếng Việt phần từ vựng - ngữ pháp, văn hoá và cho sinh viên luyện tập Nghe - Nói theo yêu cầu của bài học. Lớp học được tiến hành theo hình thức: giáo viên ULIS chiếu 3 video bài học và giải thích cho sinh viên trong 3 tiết học, tiết thứ 4 là tiết luyện tập làm bài tập thêm trong sách bài tập.

Ở giai đoạn 2 của Dự án, sinh viên đăng ký tài khoản và tự xem các video bài giảng hàng tuần, giáo viên sẽ hướng dẫn sinh viên, hỗ trợ giải đáp thắc mắc bằng hình thức online là chủ yếu.

5. Kết luận

5.1. Đánh giá chung về hiệu quả áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy NN&VH HQ

Việc đưa K-Pop, K-Drama vào giảng dạy ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc có thể tạo nên lớp học tích hợp nhiều kỹ năng. Thông qua quá trình nghe nhạc, xem phim,

người học có thể nâng cao được khả năng Nghe - Nói, đồng thời có thể luyện tập ứng dụng những nội dung ngữ pháp đã học trên lớp vào thực tế

Tuy nhiên, khi chọn nội dung âm nhạc và phim ảnh làm tư liệu giảng dạy, giáo viên cần phải chú ý các điểm sau đây. Trước tiên, phải chọn nội dung tạo được sự hứng thú với người học, đó có thể là bộ phim mới gần đây, có thể là bộ phim được giới trẻ yêu thích bởi sự xuất hiện của những diễn viên đang được yêu thích, hay bộ phim có nhạc phim đang được nhiều người nghe. Thứ hai là phải chọn tác phẩm phù hợp với mục tiêu, nội dung cần học. Thứ ba, nên chọn tác phẩm có thể kết hợp dạy và học nhiều kỹ năng như nghe- nói, nghe- viết, đọc- nói. Tiếp theo, nên chọn những tư liệu mà trong đó các nhân vật chính phải nói giọng chuẩn và nội dung kiến thức đời sống cũng như từ vựng của bộ phim cũng cần phù hợp với trình độ của người học.

Bên cạnh đó, phương pháp này cũng tồn tại một số hạn chế gây khó khăn cho cả người dạy và người học như: sự khó khăn trong việc lựa chọn bộ phim hay bài hát phù hợp với nội dung giảng dạy, với mục tiêu học phần. Giáo viên cần biết thêm kỹ thuật để cắt ghép nội dung video clip sao cho phù hợp với nội dung và thời gian lớp học⁵. Tiếp theo chính là vấn đề bản quyền, cả giáo viên và sinh viên sẽ khó tìm được kịch bản phim mới hoặc phải trả phí để mua quyền truy cập xem những phim mới.

Đối với người học, không phải sinh viên nào cũng đam mê K- Pop, K-Drama để có thể hào hứng với giờ học và tích cực thực hiện các mục tiêu môn học mà giáo viên đưa ra. Trong một lớp học, do sự chênh lệch

về trình độ nên sẽ có những sinh viên gặp khó khăn trong việc nghe - hiểu nội dung của bộ phim, dẫn đến sự mất hứng thú và động lực học.

5.2. Triển vọng áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy NN&VH HQ

Việc áp dụng K-Pop hoặc K-Drama vào giảng dạy NN&VH Hàn Quốc sẽ rất có tiềm năng nếu được triển khai trên 2 phương diện như sau:

- Mô hình kết hợp giữa doanh nghiệp tư nhân và chính phủ điển hình chính là Dự án “Học tiếng Hàn với BTS” là một làn gió mới và tạo nên sự thành công nhất định. Tương tự như vậy, chúng ta hoàn toàn có thể trông chờ vào các Dự án tương tự như : “Tiếng Hàn không khó với Black pink” hoặc “Vui học tiếng Hàn cùng EXO”..... Sự phát triển mạnh mẽ của K-Pop chính là một nguồn tư liệu phong phú và đặc sắc có thể vận dụng trong lĩnh vực giáo dục NN&VH Hàn Quốc

- Đối với các đơn vị trường học hay bộ môn hoặc cá nhân các thầy/cô giáo muốn áp dụng K-Pop, K-Drama vào giảng dạy thì cần xây dựng mục tiêu môn học cụ thể với lộ trình chặt chẽ, hình thức kiểm tra đánh giá chuẩn xác, kết hợp tìm kiếm nguồn tư liệu giảng dạy phù hợp. Đặc biệt cần lưu ý về vấn đề bản quyền.

Việt Nam hiện là đối tác đầu tư ra nước ngoài lớn thứ 4 của Hàn Quốc, đồng thời, trong năm những năm gần đây, Hàn Quốc liên tục trở thành nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất của Việt Nam. Sự góp mặt của các doanh nghiệp hàng đầu, có qui mô và tầm ảnh hưởng toàn cầu của Hàn Quốc như Samsung, LG, Hyundai v.v... tại Việt Nam đã và đang ngày càng mở ra nhiều cơ hội làm việc và trưởng thành trong một môi trường chuyên nghiệp, văn minh, năng động và sáng tạo dành cho học sinh, sinh viên có trình độ tiếng Hàn ở Việt Nam.

⁵ Lee Il Soo, Ju Jin Oh (2014), Hội thảo quốc tế ICCO 2014, Hiệp hội Korea Content, Hướng phát triển nội dung, ý tưởng (content) trong giáo dục tiếng Hàn thông qua phim truyền hình.

Để đào tạo nguồn nhân lực tiếng Hàn có trình độ cao đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động, các đơn vị đào tạo nói chung và các giáo viên ngành tiếng Hàn nói riêng phải luôn tìm tòi, sáng tạo, đổi mới phương pháp dạy học, cập nhập nguồn tài liệu tham khảo và học liệu đa phương tiện tiếng Hàn. Và K-pop, K-drama chính là một kênh học liệu phong phú, phù hợp với đa dạng đối tượng người học. Nguồn học liệu này nếu biết cách triển khai đúng cách sẽ giúp cho giờ học trở nên sinh động, thú vị, thu hút được sự tập trung của người học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nhóm nhạc BTS: Biểu tượng cho sự thành công của K-Pop
<http://www.hanoimoi.com.vn> ngày 21/3/2021
2. Đinh Lan Hương (2020), “Phương pháp Giảng dạy NN&VH HQ hiệu quả qua K-Drama” HTQG Liên cứu liên ngành về NN&GD NN lần thứ VI
3. Koyluoglu, N. (2010). Using Drama in Teaching English for Young Learners. Retrieved from: <http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/han-dle/123456789/6563/264387.pdf?sequence=1&is>.
4. 美대학생, BTS 따라하며 한국어 공부해요 2020년10월6일
5. Lee Il Soo, Ju Jin Oh (2014), Hội thảo quốc tế ICCG 2014, Hiệp hội Korea Content, Hướng phát triển nội dung, ý tưởng (content) trong giáo dục tiếng Hàn thông qua phim truyền hình.
6. J.W.Stewig.C. Buege (1994), Hwang Jeong Hyun dịch, (2004), Dùng phương pháp đóng kịch để giáo dục ngôn ngữ toàn diện, NXB Pyeongmin, p.38
7. Viện quốc ngữ quốc gia Hàn Quốc (국립국어원) www.korean.go.kr
8. Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc (한국국제교류재단) <https://www.kf.or.kr/kf/main.do>
9. Báo Yonhap News <http://www.yna.co.kr>

Abstract

MODEL OF APPLYING K-POP AND K-DRAMA TO TEACHING KOREAN LANGUAGE AND CULTURE: CASE-STUDY OF THE PROJECT “LEARN KOREAN WITH BTS”

MA. Luu Ha Linh

Faculty of Korean Language and Culture
Vietnam National University, Hanoi

In recent years, the explosion Korean wave (Hallyu) along with K-Drama and K-Pop has attracted a large number of fans to study Korean with the hope to better understand the country and people of the “Kimchi land”. Besides, learning Korean language also brings many job opportunities with high income compared to the average of other occupations. As a result, this leads to the increasing number of people choosing to learn Korean. This urges teachers of Korean language and culture to innovate methods of learners’ approach as well as continuously search and supplement new learning resources to achieve the highest teaching and learning effectiveness.

With is aims, the article proposes the use of Kopo and K-Drama learning resources in teaching intermediate and advanced Korean language for students majoring in Korean Language and Culture (applied at the University of Languages and International Studies - ULIS, Vietnam National University, Hanoi). The success of the project “Learn Korean with BTS Project” (implemented by KF in collaboration with HUFS and Big Hit Edu) will be is a typical example of this promising model.

Keywords: K-Pop, K-drama, Korean Language, Learn Korean with BTS, Korean Language Teaching Methods, Integrated Education

CHÍNH SÁCH GIAO LƯU VĂN HÓA QUỐC TẾ CỦA HÀN QUỐC TỪ NĂM 1990 ĐẾN NAY

Phan Thị Oanh*

Tóm tắt

Giao lưu văn hóa quốc tế là nhu cầu tất yếu của quá trình phát triển xã hội hiện đại, là một trong những lĩnh vực quan trọng trong việc hoạch định chính sách văn hóa của mỗi quốc gia. Nhận thức được tầm quan trọng của việc giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc với các quốc gia, khu vực trên thế giới, Chính phủ Hàn Quốc đã tiến hành xây dựng và triển khai chính sách giao lưu văn hóa quốc tế đối với từng giai đoạn. Bài viết tập trung nghiên cứu chính sách giao lưu văn hóa của Hàn Quốc từ năm 1990 đến nay trên các khía cạnh bối cảnh, mục tiêu, quá trình triển khai chính sách, thành tựu và hạn chế, từ đó rút ra một số nhận xét, đánh giá.

Từ khóa: Hàn Quốc, chính sách, giao lưu văn hóa quốc tế

1. Bối cảnh, mục tiêu của chính sách

Cùng với công cuộc kiến thiết đất nước, nỗ lực tìm kiếm, xây dựng bản sắc văn hóa dân tộc nhằm thoát khỏi sự ảnh hưởng của Nhật Bản trong suốt thời gian chịu sự đô hộ (1392-1910) và quan niệm “Hàn Quốc là một đất nước mới với nền văn hóa lâu đời”¹, Chính phủ Hàn Quốc qua các thời kỳ không ngừng xây dựng các chiến lược, kế hoạch quảng bá hình ảnh đất nước con người, vị thế quốc gia của nước Đại Hàn Dân Quốc trên trường quốc tế thông qua sự phát triển kinh tế “thần kỳ” cùng nền văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc. Đặc biệt, các chiến lược gia tăng hình ảnh quốc gia, dân tộc gắn với các thương hiệu như “Hàn Quốc năng động”, “Văn hóa Hàn Quốc”, “Du lịch Hàn Quốc”, “Điện ảnh Hàn Quốc”, “Âm nhạc đại chúng Hàn Quốc”,... từ nửa cuối thập niên 1990 thông qua sự yêu thích văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài đã và đang đóng vai trò quan trọng đối với sự gia tăng “sức mạnh mềm” của Hàn Quốc trên trường quốc tế.

Nếu thế kỷ XX được coi là thế kỷ của kinh tế thì thế kỷ XXI được coi là thế kỷ của văn hóa, vì vậy, các quốc gia trên thế giới đều bày tỏ sự quan tâm đến hiệu ứng lan tỏa của văn hóa như một nguồn sáng tạo ra giá trị gia tăng cao và nâng cao hình ảnh quốc gia thông qua văn hóa được công nhận là yếu tố quan trọng quyết định năng lực

* Thạc sĩ; Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam; Email: mtoan1407@gmail.com

¹ Kim Yersu (1976), Cultural policy in the Republic of Korea, UNESCO.

cạnh tranh quốc gia. Hàn Quốc cũng đã và đang tích cực thúc đẩy toàn cầu hóa văn hóa đất nước như là một phần của phương án đưa văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc Hàn cùng những sản phẩm văn hóa ưu việt của ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc ra nước ngoài. Góp phần vào thành công trong việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người, xây dựng thương hiệu quốc gia, nâng cao vị thế quốc gia của Hàn Quốc trên trường quốc tế là hoạt động giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc với các quốc gia trên thế giới được Chính phủ nước này hoạch định đường hướng phù hợp với từng thời kỳ, với những chiến lược cụ thể.

Mục tiêu chính của chính sách giao lưu văn hóa quốc tế được Chính phủ Hàn Quốc đặt ra là: (1) gia tăng hình ảnh quốc gia với các thương hiệu như “Văn hóa Hàn Quốc”, “Du lịch Hàn Quốc”;... (2) quốc tế hóa văn hóa Hàn Quốc và tăng cường năng lực cạnh tranh quốc tế của văn hóa Hàn Quốc; (3) gia tăng sự hiểu biết về văn hóa Hàn Quốc, qua đó tăng cường quan hệ hợp tác hữu nghị với các quốc gia trên thế giới.

Để đạt được mục tiêu trên, Chính phủ Hàn Quốc đã và đang tích cực theo đuổi các dự án giới thiệu văn hóa Hàn Quốc đến các nước lớn trên thế giới. Đặc biệt, Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài đã trở thành nền tảng vững chắc cho sự phát triển của văn hóa Hàn Quốc và mở rộng ra nước ngoài các sản phẩm văn hóa lớn có tính cạnh tranh quốc tế. Ngoài ra, nhiều dự án đang được triển khai tích cực, chẳng hạn như tổ chức các sự kiện giới thiệu văn hóa Hàn Quốc đến một quốc gia hoặc khu vực cụ thể, tập trung vào ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc thông qua giới thiệu phim, tham gia các sự kiện quốc tế lớn và mời khách mời từ các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật lớn ở nước ngoài đến Hàn Quốc.

2. Quá trình triển khai chính sách

2.1. Giai đoạn trước thập niên 1990

Chính sách văn hóa của Hàn Quốc trong giai đoạn trước thập niên 1990 tập trung vào hai mục tiêu chính là bảo tồn văn hóa truyền thống và hỗ trợ sáng tác nghệ thuật. Đồng thời với nhiệm vụ kế thừa, bảo tồn văn hóa truyền thống, thúc đẩy sáng tác nghệ thuật trong nước, chính phủ Hàn Quốc cũng đã nhận thức được vai trò quan trọng của việc giao lưu với thế giới bên ngoài và nỗ lực thúc đẩy các hoạt động giao lưu văn hóa thông qua những nét đặc trưng, tiêu biểu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc. Trên cơ sở đó, chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc trong thời kỳ này cũng được đẩy mạnh và chú trọng phát huy với những nét đặc sắc của văn hóa truyền thống và bản sắc dân tộc.

Để đạt được mục tiêu này, chính phủ Hàn Quốc đã tích cực thúc đẩy các hoạt động ngoại giao văn hóa trong cộng đồng quốc tế bằng việc kiên định theo đuổi việc ký kết các hiệp định văn hóa với các nước trên thế giới. Đây được coi như một trong những biện pháp thúc đẩy hợp tác trao đổi văn hóa giữa hai bên, đặc biệt trong điều kiện đất nước còn gặp nhiều khó khăn vì vừa thoát khỏi ách thực dân, nổi đau chia cắt, chiến tranh, loạn lạc. Cơ quan thông tin hải ngoại Hàn Quốc thành lập năm 1971 thực hiện vai trò quảng bá Hàn Quốc ra nước ngoài thông qua các dự án thông tin hóa, quảng bá truyền thông, sản xuất nội dung quảng bá ở nước ngoài, quảng bá hình ảnh quốc gia.

Kinh tế tăng trưởng cao tạo điều kiện cho những thay đổi lớn trong toàn bộ đời sống văn hóa, xã hội của Hàn Quốc. Nỗ lực của cả chính phủ và người dân trong và ngoài nước đã đưa Hàn Quốc từ một “vương quốc ẩn dật” trở thành “mảnh đất

của buổi sáng thanh bình”, được cả thế giới biết đến. Hàn Quốc trở thành nước thứ 2 ở châu Á, sau Nhật được chọn đăng cai Thế vận hội mùa hè năm 1988 và tổ chức thành công Đại hội thể thao châu Á năm 1986 chứng tỏ cho thế giới thấy tiềm lực của một dân tộc làm nên “kỳ tích sông Hàn” cùng ý chí, khát khao của mọi người dân trong nước hướng tới hòa bình, tự do. Việc tổ chức hai sự kiện trên là cánh cửa để thế giới tìm đến với Hàn Quốc và Hàn Quốc vươn rộng ra với thế giới, là cơ hội quảng bá hình ảnh Hàn Quốc với thế giới.

Những chính sách nhằm tăng cường giao lưu hợp tác về văn hóa của chính phủ trong giai đoạn này là ký kết Hiệp ước Hàn – Nhật năm 1965, tiến hành ký kết Hiệp định văn hóa và thành lập Trung tâm văn hóa Hàn Quốc tại một số nước trên thế giới, xây dựng các Kế hoạch: 5 năm phát triển văn hóa nghệ thuật lần thứ nhất (1974-1978), 5 năm phát triển văn hóa nghệ thuật lần thứ 2 (1979-1983) song hành cùng các Kế hoạch 5 năm phát triển kinh tế, xã hội... Có thể nói, ngay từ nửa sau thập niên 1960, chính phủ Hàn Quốc đã xúc tiến hoạt động giao lưu văn hóa với nước ngoài mà cụ thể là Nhật Bản thông qua Hiệp ước về quan hệ cơ bản giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (Hiệp ước Hàn – Nhật, năm 1965), gồm hiệp định cơ bản và bốn hiệp định liên quan tạo nền tảng khôi phục quan hệ ngoại giao giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, trong đó có Hiệp định về di sản văn hóa. Thực chất của Hiệp định về di sản văn hóa là thu hồi những di sản văn hóa của Hàn Quốc bị đưa sang Nhật trong thời gian chịu sự đô hộ của đế quốc Nhật. Tuy nhiên, cũng có thể coi đây là bước khởi đầu cho chiến lược mở rộng giao lưu văn hóa với nước ngoài của Hàn Quốc một cách chính thống và tận dụng mỗi bang giao như thế này để phát triển đất nước.

2.2. *Giai đoạn thập niên 1990*

Những tranh luận về văn hóa dân chủ (Culture of democracy), sự tôn trọng, đề cao tính đa dạng của văn hóa lan rộng vào nửa đầu thập niên 1990, sự xuất hiện một lĩnh vực mới của văn hóa là công nghiệp văn hóa cùng sự tăng trưởng cao của ngành công nghiệp văn hóa vào những năm cuối thập niên 1990, chính sách văn hóa của Hàn Quốc trong giai đoạn này cũng có nhiều thay đổi đúng đắn, phù hợp với bối cảnh mới. Giao lưu văn hóa quốc tế vì thế mà cũng có những thay đổi kịp thời với xu hướng mới.

Một trong những chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc rất quan trọng trong giai đoạn này là chính sách mở cửa với văn hóa Nhật Bản và Cộng hòa dân chủ nhân dân Triều Tiên của chính phủ tổng thống Kim Dae -jung. Hàn Quốc thực thi chính sách đóng cửa đối với Nhật Bản kể từ sau khi thoát khỏi ách đô hộ, cho đến năm 1998, chính sách này mới được dỡ bỏ, nhờ đó các hoạt động giao lưu, trao đổi văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản mới bắt đầu được triển khai, văn hóa đại chúng như phim ảnh, xuất bản phẩm của Nhật Bản mới được phát hành trên lãnh thổ Hàn Quốc và sau này là phim hoạt hình, âm nhạc đại chúng, chương trình ghi âm âm nhạc, trò chơi, các chương trình truyền hình².

Do lịch sử chia cắt nên từ thập niên 1960, Hàn Quốc thực hiện chính sách chống cộng quyết liệt, đóng cửa hoàn toàn với văn hóa Cộng hòa dân chủ nhân dân Triều Tiên và khối các nước xã hội chủ nghĩa. Đến năm 1988, Hàn Quốc công bố “Tuyên ngôn 7.7”, gạt bỏ quan hệ thù địch với CHDCND Triều Tiên, thể hiện ý chí bình thường hóa quan

² Haksoon Yim (2002), Bản sắc Văn hóa và Chính sách Văn hóa của Hàn Quốc, Tạp chí Quốc tế về Chính sách Văn hóa, Vol 8 (1), tr. 37-48.

hệ với các quốc gia xã hội chủ nghĩa³. Tuy nhiên, các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật của CHDCND Triều Tiên hay liên quan đến Triều Tiên đều bị cấm tại Hàn Quốc. Năm 1998, tổng thống Kim Dae -jung với “Chính sách ánh dương” thực thi chính sách mở cửa với Triều Tiên, các hoạt động văn hóa, nghệ thuật giao lưu, trao đổi giữa hai nước lại được khôi phục.

Bên cạnh các chiến lược giao lưu văn hóa truyền thống, giao lưu văn hóa quốc tế còn được mở rộng thêm đối với lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Đây chính là thời kỳ xuất hiện và lan tỏa mạnh mẽ của Làn sóng văn hóa Hàn Quốc (Hallyu). Có thể nói, văn hóa Hàn Quốc được quốc tế hóa và trở thành một nền văn hóa mang tính toàn cầu là có sự đóng góp không nhỏ của Làn sóng này. Các cơ sở pháp lý, cơ sở hạ tầng chiến lược đóng góp vào quá trình thực hiện hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế mang tính thực tế cũng được chính phủ Hàn Quốc chuẩn bị như thành lập Cục Chính sách văn hóa phụ trách nghiệp vụ giao lưu văn hóa vào tháng 1 năm 1990, thành lập Quỹ giao lưu quốc tế Hàn Quốc năm 1991, ban hành Luật cơ bản về phát triển công nghiệp văn hóa năm 1999,...

2.3. Giai đoạn từ thập niên 2000 đến nay

Bước vào thập niên 2000, trước sự toàn cầu hóa mạnh mẽ, hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế bắt đầu được Hàn Quốc triển khai có bài bản, hệ thống hơn. Việc xây dựng và phát triển các dự án liên quan đến quốc tế hóa văn hóa Hàn Quốc, tính đa dạng của văn hóa từ những năm cuối thập niên 1990 được chuẩn bị bằng những đề án chính sách mang tính chiến lược, có tầm nhìn sâu rộng, uyên bác.

Những năm đầu thập niên 2000, chính trường Hàn Quốc có sự thay đổi đó là sự được chuyển giao từ chính quyền tổng thống Kim Dae-jung sang chính quyền tổng thống Roh Moo-hyun. Chính quyền tổng thống Roh Moo-hyun đưa ra ba mục tiêu quốc gia: (1) chủ nghĩa dân chủ với người dân; (2) một xã hội phát triển quân bình nơi mọi người cùng chung sống; (3) một kỷ nguyên hòa bình và thịnh vượng ở khu vực Đông Bắc Á. Ba mục tiêu này cùng với các nguyên tắc quản lý quốc gia (nguyên tắc và sự tin tưởng; công bằng và minh bạch; đối thoại và thỏa hiệp; phân cấp và tự chủ;...) là những giá trị được chính quyền tổng thống Roh theo đuổi và là mục tiêu cao nhất của mọi chính sách trong từng lĩnh vực⁴. Chính sách giao lưu văn hóa mà chính phủ tổng thống Roh theo đuổi về cơ bản là sự kế thừa, phát triển từ chính phủ tiền nhiệm, song triển khai và thực hiện căn cứ theo những mục tiêu, nguyên tắc trên với các chiến lược tổng thể toàn diện hơn, quy mô lớn hơn. Năm 2003, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch thành lập Viện phát triển giao lưu văn hóa quốc tế Hàn Quốc (KOFICE). Đây là cơ quan chuyên môn về phát triển giao lưu văn hóa quốc tế, được thành lập với mục đích xây dựng cơ sở hợp tác và giao lưu văn hóa giữa các quốc gia; thực thi vai trò là cầu nối trong giao lưu nhân dân nhằm kiến tạo hợp tác song phương, thúc đẩy sự hiểu biết và nhận thức đúng đắn về văn hóa của mỗi quốc gia thông qua giao lưu quốc tế trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Năm 2008, chính phủ đã đưa ra phương án thực thi chính sách giao lưu văn hóa quốc tế cụ

³ 노태우 (2011), 노태우 회고록, 하권-전환기의 대전략 (Roh Tae Woo, Hồi ký Roh Tae -woo, quyền hạ- Chiến lược lớn của thời kỳ chuyển đổi), Seoul: Choseon News Plus).

⁴ Dẫn theo 주재현 (2014), 노무현 정부의 이념적 지향과 정책현실: 주요 쟁점에 대한 대응을 중심으로, 정부행정 제10권: 1-28 Journal of Government Administration, Vol.10 (Joo Jae-hyun, Định hướng tư tưởng và thực tiễn chính sách của chính quyền Roh Moo-hyun: trọng tâm là biện pháp ứng phó với các vấn đề trọng yếu, Tạp chí quản lý chính phủ quyền 10).

thể và có tính hệ thống hóa như tăng cường chức năng điều chỉnh tổng hợp nghiệp vụ giao lưu quốc tế, mở rộng Trung tâm văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài, hỗ trợ các chiến lược, dự án trong lĩnh vực giao lưu văn hóa quốc tế... Đặc biệt, để nâng cao vị thế quốc gia của một “Quốc gia văn hóa”, chính phủ tổng thống Lee Myeong-bak đã tích cực thúc đẩy hoạt động giao lưu văn hóa với tầm nhìn văn hóa quốc gia “Hàn Quốc sáng tạo”, chính phủ tổng thống Park Geun-hye với chiến lược “Thịnh vượng văn hóa” với mục tiêu phát triển văn hóa và phúc lợi văn hóa. Bước ngoặt quan trọng trong chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc chính là sự ra đời của “Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế” năm 2017⁵. Sự ra đời của luật này có ý nghĩa quan trọng đối với lĩnh vực giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc, thúc đẩy hoạt động giao lưu văn hóa đi vào chiều sâu, bài bản và có hệ thống hơn. Theo đó, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch xây dựng Kế hoạch tổng hợp về phát triển giao lưu văn hóa quốc tế lần thứ 1 (2018-2022) với tầm nhìn “Giao lưu văn hóa quốc tế mang lại hạnh phúc cho tất cả mọi người thông qua chia sẻ và hợp tác với thế giới”⁶ và đề ra phương hướng cơ bản, chiến lược xúc tiến, các nhiệm vụ chi tiết của chính sách giao lưu văn hóa quốc tế trong thời gian 5 năm, được đánh giá như là một kế hoạch pháp định trên cơ sở Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế năm 2017. Với tầm nhìn “văn hóa với con

người” trong chính sách văn hóa của Tổng thống Moon Jae-in công bố tháng 12 năm 2017 đã phản ánh bản chất của văn hóa và triết lý về chính sách văn hóa, đồng thời thúc đẩy việc xây dựng một nền văn hóa hướng tới tương lai. Chính sách văn hóa của Chính phủ Tổng thống Moon Jae-in xác định lại vai trò và khái niệm “văn hóa” như một phạm trù có thể đóng vai trò sáng tạo trong chính trị, kinh tế, xã hội dựa trên sự tôn trọng, quan tâm đến con người và cùng làm việc với con người⁷. Tầm nhìn đó được thể hiện qua các chính sách, chiến lược giao lưu văn hóa với các quốc gia, khu vực trên thế giới và sự giao lưu văn hóa với các nước trong khu vực ASEAN, Ấn Độ trong Chính sách hướng Nam mới là một ví dụ điển hình.

3. Một số thành tựu và hạn chế

3.1. Thành tựu

3.1.1. Ký kết Hiệp định văn hóa với các nước trên thế giới

Hiệp định văn hóa là thỏa thuận được ký kết giữa hai chính phủ nhằm thúc đẩy giao lưu và hợp tác trong các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, học thuật, truyền thông, phát thanh truyền hình, điện ảnh, xuất bản, thanh niên và thể thao giữa hai nước. Ngay từ thập niên 1960 của thế kỷ XX, Hàn Quốc đã tích cực thúc đẩy các hoạt động giao lưu văn hóa trong cộng đồng quốc tế thông qua việc ký kết các Hiệp định văn hóa và thành lập Ủy ban hợp tác văn hóa chung như một trong những cách thức để thúc đẩy hợp tác giao lưu và hợp tác văn hóa giữa các bên. Kể từ tháng 3 năm 1965, Hiệp định văn hóa đầu tiên ký kết với nước Ý đến năm 2011,

⁵ 국제문화교류 진흥법 (Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế, gọi tắt là Luật giao lưu văn hóa quốc tế, bản tiếng Hàn), <https://www.law.go.kr/법령/국제문화교류진흥법>.

⁶ 문화체육관광부 (2018), 제1차 국제문화교류 진흥 종합계획 (2018-2022) (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Kế hoạch tổng hợp phát triển giao lưu văn hóa quốc tế lần thứ 1), https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16712&pMenuCD=0302000000&pCurrentPage=1&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=

⁷ 문화체육관광부, 한국문화관광연구원 (2018), 국제문화교류진흥 종합계획 수립 연구 (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Viện Nghiên cứu Văn hóa Du lịch Hàn Quốc, Nghiên cứu xây dựng kế hoạch toàn diện về phát triển giao lưu văn hóa quốc tế), https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1710&pDataCD=0406000000&pType=

Hàn Quốc đã ký hiệp định văn hóa với 97 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, trong đó 93 hiệp định đang có hiệu lực⁸ nhằm thúc đẩy hợp tác văn hóa với các nước ở nhiều khu vực, vùng lãnh thổ khác nhau trên thế giới. Ngoài ra, để phát huy có hiệu quả trong giao lưu văn hóa giữa hai nước, Hàn Quốc đã thành lập Ủy ban hợp tác văn hóa chung với các quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Đức,... để mở rộng sự hiểu biết về văn hóa lẫn nhau thông qua việc trao đổi các bản kế hoạch thực hiện giao lưu văn hóa. Ủy ban hợp tác văn hóa chung được thành lập và điều hành nhằm thực hiện hợp tác, giao lưu một cách cụ thể và trực tiếp hơn giữa hai nước đã ký Hiệp định văn hóa. Nhiệm vụ chính là đàm phán, ký kết kế hoạch cụ thể như Bản Kế hoạch giao lưu văn hóa trong khoảng thời gian ngắn từ 2 - 3 năm so với Hiệp định văn hóa.

3.1.2. Thành lập Trung tâm văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài

Quảng bá văn hóa ở nước ngoài là một trong những nội dung quan trọng của chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc. Do vậy, để tăng cường chức năng của Trung tâm văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài trong việc thúc đẩy quảng bá văn hóa Hàn Quốc, chính phủ đã lên kế hoạch thành lập các trung tâm văn hóa ở nước ngoài tại các nước đã ký kết hiệp định văn hóa. Tháng 5 năm 1979, Trung tâm văn hóa Hàn Quốc đầu tiên ở nước ngoài được thành lập tại Tokyo (Nhật Bản), tiếp đó là Trung tâm văn hóa Hàn Quốc tại Mỹ (NewYork, L.A), Paris (Pháp) được thành lập. Đặc biệt, vào thập niên 1990, các Trung tâm văn hóa Hàn Quốc được thành lập trên khắp các châu lục trên thế giới: năm 1993 tại Washington DC

(Mỹ), Osaka (Nhật), năm 1994 tại Berlin (Đức), năm 1995 tại Moskow (Nga), 1998 tại Canada... Đến nay (năm 2022), Trung tâm văn hóa Hàn Quốc đã được thành lập ở 30 quốc gia với 35 cơ sở cùng với 7 trung tâm xúc tiến văn hóa⁹. Các hoạt động của các Trung tâm văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài, chỉ tính riêng 4 trung tâm văn hóa trực thuộc Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đã thu hút khoảng 64 nghìn người dân địa phương đến thăm vào năm 2004, 177 lượt thuyết giảng và công diễn về văn hóa Hàn Quốc được tổ chức, thu hút hơn 31 nghìn người tham dự, có 50 khóa học tiếng Hàn được tổ chức, thu hút khoảng 5.800 người tham gia và có tới gần 7,5 nghìn người tham dự buổi ra mắt phim Hàn Quốc¹⁰. Năm 2010, số lượng khách đến thăm quan Trung tâm văn hóa là 476.603 lượt¹¹.

Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc có vai trò quảng bá những nét độc đáo của văn hóa Hàn Quốc đến các nước sở tại thông qua việc phổ biến tiếng Hàn, các bài giảng, bài thuyết giảng về văn hóa Hàn Quốc, các sự kiện biểu diễn và triển lãm, xuất bản và phân phối tập san “Văn hóa Hàn Quốc”, tổ chức các buổi công chiếu phim Hàn Quốc, các tư liệu video khác nhau và vận hành thư viện¹². Có thể nói, các Trung tâm văn hóa Hàn Quốc ở nước ngoài đã góp phần rất lớn vào việc quảng bá hình ảnh “Văn hóa Hàn Quốc”, “Du lịch Hàn Quốc” thông qua việc quảng bá tinh thần và bản lĩnh của con người Hàn Quốc đến với người dân địa phương. Các trung tâm này hỗ trợ tích cực

⁸ 외교통상부 (2011), 문화협정 체결현황 (Bộ Ngoại giao và Thương mại Hàn Quốc, Thực trạng ký kết Hiệp định văn hóa), <http://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=28337>

⁹ 문화체육관광부 해외문화홍보원 (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Cơ quan thông tin hải ngoại Hàn Quốc) <https://www.kocis.go.kr/> /koccIntro.do;jsessionid=IilQJTAmRTN0bLtXNDyka8II.node10

¹⁰ Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch Hàn Quốc (2008), Sách trắng về chính sách văn hóa năm 2007.

¹¹ Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch Hàn Quốc (2011), Sách trắng về chính sách văn hóa năm 2010.

¹² Sách trắng chính sách văn hóa nghệ thuật năm 2010, 237pg.

cho sự phát triển, nâng cao hình ảnh quốc gia thông qua việc quảng bá hình ảnh văn hóa Hàn Quốc cũng như thúc đẩy sự tiến bộ của văn hóa Hàn Quốc đến các nước khác thông qua sự kiện kỷ niệm năm thiết lập quan hệ ngoại giao.

3.1.3. Tăng cường hoạt động giao lưu nhân sự trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật

Hoạt động giao lưu nhân sự, đặc biệt là việc mời nhân sự trong giới truyền thông và giới văn hóa nghệ thuật đóng vai trò rất lớn trong việc truyền bá văn hóa Hàn Quốc đến cộng đồng và nâng cao hình ảnh quốc gia. Nhận thức được vai trò quan trọng của hoạt động này, hàng năm, Hàn Quốc hỗ trợ giao lưu cho các cá nhân, đoàn thể trong nước mời các nhân sự quan trọng trong giới truyền thông và giới nghệ thuật tới Hàn Quốc để giao lưu, giới thiệu văn hóa Hàn Quốc. Sự kiện mời cán bộ cấp cao của chính phủ các nước tới thăm Hàn Quốc thảo luận về việc mở rộng giao lưu văn hóa giữa hai nước, bên cạnh đó, hoạt động giao lưu nhân sự ở các cấp cũng được mở rộng, tạo điều kiện thuận lợi cho văn hóa Hàn Quốc được công nhận tại nước sở tại, mở đường cho văn hóa Hàn Quốc có cơ hội lan tỏa, góp phần tăng trưởng cho ngành công nghiệp văn hóa của nước này,... Năm 2014 và 2015, Hàn Quốc đã mời mỗi năm 19 nhân sự ở 13 quốc gia tới Hàn Quốc, hoạt động này được kỳ vọng sẽ góp phần quảng bá văn hóa của Hàn Quốc trong tương lai. Chiến lược này được chính phủ Hàn Quốc thực hiện hàng năm.

3.1.4. Hỗ trợ các hoạt động giao lưu điện ảnh và biểu diễn nghệ thuật ở nước ngoài

Chính phủ Hàn Quốc tích cực hỗ trợ việc đưa các sản phẩm văn hóa ưu việt ra nước ngoài góp phần thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm văn hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia của ngành công nghiệp văn hóa như tổ chức các sự kiện văn hóa nhân chuyến viếng thăm của các nhân

vật cấp cao, tổ chức các buổi công diễn văn hóa, tổ chức các sự kiện văn hóa nhân dịp thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước, tổ chức lễ hội văn hóa Hàn Quốc nhân các dấu mốc quan trọng như Tuần lễ văn hóa Hàn Quốc tại triển lãm Milanio, Tuần lễ văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam, ...

Các hoạt động nhằm nâng cao và lan tỏa hình ảnh quốc gia ra nước ngoài cũng được thực hiện đều đặn thông qua các tác phẩm điện ảnh. Những bộ phim được sản xuất bởi các đạo diễn tài ba của Hàn Quốc được đánh giá là một trong những tư liệu quảng bá toàn diện nền văn hóa Hàn Quốc ra nước ngoài. Do vậy, bên cạnh việc tích cực tham dự các Liên hoan phim thế giới, nhiều tác phẩm điện ảnh của Hàn Quốc cũng được các nước mua bản quyền để sản xuất lại, hoặc hợp tác sản xuất, đó là cơ hội quảng bá hữu hiệu mà Hàn Quốc đã và đang vận dụng rất hiệu quả.

3.1.5. Tích cực tham gia các Hội nghị quốc tế và tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế, hỗ trợ các nước đang phát triển

Chính phủ Hàn Quốc tăng cường hợp tác với cộng đồng quốc tế thông qua việc xúc tiến các dự án hợp tác với các tổ chức quốc tế, tích cực tham gia các hội nghị quốc tế để củng cố vai trò lãnh đạo, dẫn đầu về chính sách và những vấn đề tranh cãi về văn hóa trên trường quốc tế như gia tăng quyền phát ngôn văn hóa và đề cao năng lực văn hóa cho phù hợp với vị thế kinh tế.

Cùng với sự thay đổi môi trường trong và ngoài nước, đặc biệt là hiện tượng toàn cầu hóa diễn ra trên khắp thế giới, bước sang thập niên 2000, Hàn Quốc đã đứng ra tổ chức sự kiện văn hoá cho Diễn Đàn Hợp Tác Á – Âu năm 2000, tham gia liên hoan văn hoá của Đại hội thể thao Olympic Sydney 2000,... Chính phủ Hàn Quốc cũng tích cực hợp tác về văn hoá và thể thao với Nhật Bản hướng tới đăng cai tổ chức giải bóng đá thế giới năm 2002... Trong thời gian

từ năm 2005-2006, Hàn Quốc đã hỗ trợ tập huấn cho 12 nhà quản lý văn hóa từ Indonesia, Việt Nam và Campuchia và tổ chức Hội thảo quốc tế về phát triển chính sách văn hóa cho phụ nữ ở Đông Nam Á¹³, tổ chức và tham dự Hội nghị Bộ trưởng văn hóa Hàn -Trung - Nhật thường niên kể từ năm 2007, tổ chức hoạt động giao lưu văn hóa song phương Hàn-Nhật hàng năm.

Các tổ chức quốc tế liên quan đến văn hóa, nghệ thuật như UNESCO, ASEF (Quỹ Á-Âu), IFACA (Liên đoàn nghệ thuật quốc tế và các tổ chức văn hóa) có thể nói là “sân khấu” chính để trao đổi, hợp tác và giao lưu nguồn lực và năng lực văn hóa của các quốc gia. Với việc ký kết Công ước UNESCO về Bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể năm 2003 và trở thành thành viên tích cực năm 2005, hợp tác quốc tế và hỗ trợ các nước đang phát triển về bảo vệ di sản văn hóa được chính phủ Hàn Quốc chú trọng. Hàn Quốc đã hỗ trợ và thực hiện dự án kéo dài hai năm (2007 - 2008) với sự hợp tác của UNESCO nhằm phát triển ngành thủ công truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế của Việt Nam và một dự án hỗ trợ số hóa nguyên trạng di sản văn hóa ở Mông Cổ. Năm 2012-2013, Hàn Quốc đã hỗ trợ Việt Nam dự án phát triển du lịch làng nghề thủ công truyền thống tại tỉnh Quảng Nam. Dự án góp phần tích cực đối với sự ra đời của thương hiệu chung “Crafted in Quang Nam” cùng với các bộ nhận diện thương hiệu làng nghề và mẫu bao bì sản phẩm mới cho làng mộc Kim Bồng, làng gốm Thanh Hà, các bộ sản phẩm thủ công tại Trung tâm Thông tin Du khách Hội An và Nhà trưng bày Khu di tích Mỹ Sơn. Dự án này đã tạo ra việc làm cho người dân ở đây, phục vụ du lịch của làng nghề thủ công truyền thống xung quanh khu vực bảo tồn di sản văn hóa thế

giới và hỗ trợ gia tăng thu nhập nhằm mục tiêu tăng cường tính liên kết giữa du lịch và sản xuất thủ công truyền thống. Sau khi tham gia ký kết Công ước về Đa dạng Văn hóa của UNESCO năm 2010 và được bầu là thành viên Ủy ban Liên chính phủ về Đa dạng văn hóa giai đoạn 2017-2021, Hàn Quốc đã thể hiện vai trò tiên phong trong việc thực hiện thỏa thuận Đa dạng văn hóa trên trường quốc tế. Từ năm 2007, Hàn Quốc đã hỗ trợ quỹ ủy thác của UNESCO mỗi năm khoảng 500 triệu won nhằm thúc đẩy đa dạng văn hóa thông qua sự phát triển công nghiệp sáng tạo văn hóa của các nước đang phát triển, đồng thời cử công chức đến các trung tâm văn hóa của các nước tham gia ký Công ước, hỗ trợ xây dựng chính sách thực hiện Công ước về Đa dạng văn hóa¹⁴.

Đối với các nước trong khu vực Đông Nam Á, Chính sách hướng Nam mới của Chính phủ Hàn Quốc tuyên bố năm 2017 được đánh giá là tạo cơ hội phát triển đột phá trong hợp tác văn hóa Hàn Quốc-ASEAN. Năm 2019, Hàn Quốc đã tổ chức thành công Hội nghị Bộ trưởng phụ trách văn hóa ASEAN tại Gwangju nhằm mục đích thúc đẩy quan hệ hợp tác ASEAN-Hàn Quốc trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật, định hướng tầm nhìn tương lai của hợp tác văn hóa ASEAN -Hàn Quốc, nâng cao sự hiểu biết của người dân các nước về nền văn hóa của các nước trong ASEAN và Hàn Quốc, củng cố hợp tác giữa các Viện Văn hóa nghệ thuật ASEAN và Hàn Quốc, trao đổi, hợp tác trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa, hợp tác trong lĩnh vực bảo tồn và phát huy di sản văn hóa,...

¹³ Sách trắng về chính sách văn hóa Hàn Quốc năm 2007 (bản tiếng Hàn Quốc).

¹⁴ 문화체육관광부, 한국문화관광연구원, 2019문화예술정책백서 (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Viện Nghiên cứu văn hóa du lịch Hàn Quốc, Sách trắng chính sách văn hóa nghệ thuật năm 2019, https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1824&pDataCD=0406000000&pType=02

3.2. Hạn chế

Từ một quốc gia nghèo nàn, lạc hậu trong thập niên 1960 vươn lên thành quốc gia có nền kinh tế lớn thứ 3 trong khu vực châu Á trên thế giới với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) danh nghĩa của Hàn Quốc năm 2018 là 1.619,4 tỷ USD, tổng thu nhập quốc dân (GNI) bình quân đầu người đạt 30.600 USD, đứng thứ 30 thế giới, trong đó, GNI tính theo sức mua tương đương (PPP) đạt 40.450 USD, xếp ở vị trí thứ 33 thế giới¹⁵ và nằm trong nhóm 10 quốc gia thương mại lớn nhất thế giới. Vị thế kinh tế của Hàn Quốc có ảnh hưởng lớn trong hợp tác, giao lưu với các nước trên thế giới trên mọi phương diện, mọi lĩnh vực và giao lưu văn hóa quốc tế là một trong những điển hình cho thấy tiềm lực kinh tế đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện thành công mục tiêu đề ra của chính sách văn hóa của Hàn Quốc.

Nhìn chung, qua nghiên cứu chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc từ năm 1990 đến nay có thể thấy rằng chính sách giao lưu văn hóa quốc tế là một trong những chính sách thu hút sự quan tâm lớn của Chính phủ Hàn Quốc, các kế hoạch, chiến lược, mục tiêu cụ thể được xây dựng phù hợp với từng giai đoạn, quá trình triển khai bài bản, có hệ thống và đạt được những thành tựu to lớn. Bên cạnh những kết quả đạt được việc triển khai chính sách giao lưu văn hóa quốc tế còn tồn tại một số hạn chế. Trong Kế hoạch toàn diện phát triển giao lưu văn hóa quốc tế lần thứ 1 (2018-2022), Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đã chỉ ra một số hạn chế. *Thứ nhất*, vai trò chồng

chéo và thiếu sự hợp tác giữa các tổ chức hỗ trợ giao lưu văn hóa quốc tế như Hội đồng văn hóa nghệ thuật Hàn Quốc, Trung tâm hỗ trợ kinh doanh nghệ thuật, Viện phát triển giao lưu văn hóa quốc tế. *Thứ hai*, tính đến thời điểm năm 2017 hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc tập trung chủ yếu vào 5 quốc gia Trung Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Pháp, Đức, vì vậy, cần đa dạng hóa quốc gia, khu vực giao lưu như phía Bắc (Nga, Mông Cổ, các quốc gia Trung Á) và phía Nam (các quốc gia khối ASEAN). *Thứ ba*, thiếu cơ sở nền tảng trong hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế: nguồn nhân lực chuyên môn chưa đáp ứng được với nhu cầu thực tế; đa dạng hóa chủ thể giao lưu và đối tượng giao lưu văn hóa là nhu cầu tất yếu của thời đại, tuy nhiên, do hạn chế về mạng lưới, gây khó khăn cho việc triển khai các hoạt động giao lưu¹⁶.

Như trình bày ở trên, vị thế kinh tế có vai trò quan trọng và có tầm ảnh hưởng sâu sắc tới hoạt động giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc với các nước trong khu vực và trên thế giới. Với các kế hoạch toàn diện, các chiến lược giao lưu bài bản, có hệ thống cùng sự hợp tác giữa các cơ quan ban, ngành chính phủ, nguồn lực tài chính đầu tư mạnh, Hàn Quốc đã chủ động trong các hoạt động giao lưu, hợp tác văn hóa với cả các nước phát triển, đang phát triển, kém phát triển trên khắp các châu lục. Tuy nhiên, việc mở rộng, tăng cường giao lưu ở thế “chủ động” đó đã gây nên tâm lý hoài nghi, lo sợ sự xâm lăng văn hóa, sự lấn át của văn hóa Hàn Quốc đối với nền văn hóa

¹⁵ “Hàn Quốc duy trì vị trí thứ 12 thế giới về GDP năm 2018”, [http://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=v&Seq_Code=41932#:~:text=Ng%C3%A2n%20h%C3%A0ng%20th%E1%BA%BF%20gi%E1%BB%9Bi%20\(WB,gi%E1%BB%9Bi%2C%20n%E1%BB%91i%20ti%E1%BA%BFp%20n%C4%83m%202017.](http://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=v&Seq_Code=41932#:~:text=Ng%C3%A2n%20h%C3%A0ng%20th%E1%BA%BF%20gi%E1%BB%9Bi%20(WB,gi%E1%BB%9Bi%2C%20n%E1%BB%91i%20ti%E1%BA%BFp%20n%C4%83m%202017.)

¹⁶ 문화체육관광부 (2018), 제1차 국제문화교류 진흥 종합계획 (2018~2022) (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Kế hoạch tổng hợp phát triển giao lưu văn hóa quốc tế lần thứ nhất (2018-2020), https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jspx?pSeq=16712&pMenuCD=0302000000&pCurrentPage=1&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=

bản địa mà một thời hiện tượng phản Hàn lưu đã xuất hiện ở nhiều quốc gia. Bên cạnh đó, thực tiễn hoạt động giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc với các nước kém phát triển hơn diễn ra ở thế bất cân bằng, mang tính một chiều do chịu tác động từ nhiều nguyên nhân.

4. Nhận xét, đánh giá

Nguyên tắc cơ bản của giao lưu văn hóa quốc tế được UNESCO tuyên bố là “Giao lưu và hợp tác văn hóa, nghệ thuật phải được thực hiện trên cơ sở tôn trọng bản sắc của tất cả các nền văn hóa, thừa nhận phẩm giá và giá trị, bảo đảm độc lập và chủ quyền quốc gia, và không can thiệp lẫn nhau”. Theo Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc, giao lưu văn hóa quốc tế đề cập đến hợp tác quốc tế và các hoạt động thực hiện nhằm thúc đẩy sự hiểu biết về văn hóa (văn hóa ở đây mang hàm ý rộng, bao gồm nghệ thuật, du lịch, thể thao,...) lẫn nhau giữa các quốc gia trong các lĩnh vực liên quan như văn hóa, nghệ thuật, du lịch. Mục đích của việc giao lưu văn hóa quốc tế chính là thúc đẩy sự hiểu biết văn hóa lẫn nhau giữa các quốc gia, đề cao tính đa dạng và tính sáng tạo của văn hóa Hàn Quốc, góp phần vào sự phát triển văn hóa thế giới¹⁷.

Giao lưu văn hóa quốc tế là một trong những lĩnh vực quan trọng của chính sách văn hóa. Mục tiêu của chính sách giao lưu văn hóa mà Hàn Quốc theo đuổi là đề cao hình ảnh quốc gia, quốc tế hóa văn hóa Hàn Quốc và tăng cường năng lực cạnh tranh quốc tế thông qua văn hóa. Nhận thức được điều này nên ngay từ những năm đầu thập niên 1960, mặc dù phải dốc toàn bộ sức lực vào công cuộc kiến thiết đất nước nhưng

chính phủ Hàn Quốc cũng không quên xây dựng chính sách về giao lưu văn hóa quốc tế. Theo đó, để nâng cao vị thế văn hóa dân tộc, tranh thủ sự ủng hộ về mọi mặt của các nước phát triển vào sự phát triển của đất nước, chính phủ Hàn Quốc đã tích cực mở rộng giao lưu, ký kết các hiệp định văn hóa. Khi kinh tế tăng trưởng, đất nước đổi mới, vị thế quốc gia cũng nhờ đó mà gia tăng trên trường quốc tế, chiến lược quảng bá văn hóa, nâng cao hình ảnh quốc gia được Hàn Quốc chú trọng đầu tư hơn cả ở trong và ngoài nước. Việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng ở nước ngoài như Trung tâm văn hóa Hàn Quốc là một kế hoạch vô cùng thực tế và khoa học bởi nó như là “cứ điểm” lan tỏa và quảng bá văn hóa vậy. Hàn Quốc còn xây dựng các chiến lược mở rộng văn hóa trên toàn cầu bài bản, cụ thể với từng quốc gia mũi nhọn, khu vực trọng tâm, nội dung chi tiết. Đặc biệt, để hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế có hiệu quả, có hệ thống và đảm bảo được tính pháp lý cao, chính phủ Hàn Quốc đã ban hành Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế vào năm 2017. Mặc dù ra đời muộn nhưng đây là bước tiến quan trọng của chính sách giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc.

Hàn Quốc quan niệm, trong thế giới mở, các hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế cung cấp “chất dinh dưỡng” để tạo ra nền văn hóa mới bằng cách nâng cao hiểu biết về các nền văn hóa khác và nhận thức lại bản sắc văn hóa của dân tộc mình thông qua các cơ hội tiếp xúc với các nền văn hóa khác. Ngoài ra, việc xây dựng văn hóa Hàn Quốc giữ vị trí như là một nền văn hóa phổ biến được mọi người trên thế giới yêu thích cũng có thể góp phần nâng cao vị thế văn hóa của Hàn Quốc trong cộng đồng quốc tế. Nói cách khác, mục tiêu chính sách cần đạt được thông qua việc thúc đẩy giao lưu văn

¹⁷ Luật phát triển giao lưu văn hóa quốc tế của Hàn Quốc, bản tiếng Hàn, <https://www.law.go.kr/>
/법령/국제문화교류진흥법시행규칙/(00311,20171201)

hóa quốc tế là nâng cao sự hiểu biết lẫn nhau về văn hóa giữa các quốc gia, nâng cao tính đa dạng và sáng tạo của nền văn hóa Hàn Quốc, góp phần vào sự phát triển của nền văn hóa thế giới. Trong xu thế hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa, các quốc gia đều chủ trương mở cửa, tăng cường giao lưu với bên ngoài, tranh thủ tiếp nhận những thành tựu mới nhất của nhân loại. Bởi vậy, các hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế nhằm quảng bá sâu rộng hình ảnh đất nước và con người, thúc đẩy hợp tác nhiều mặt với các quốc gia trên thế giới có vai trò đặc biệt quan trọng đối với mỗi quốc gia. Có thể nói, với chính sách “thực dụng”, Hàn Quốc đã vận dụng thành công các chiến lược, kế hoạch bài bản vào việc quảng bá văn hóa dân tộc, nâng cao hình ảnh quốc gia, xây dựng thành công thương hiệu quốc gia gắn với các slogan “Văn hóa Hàn Quốc”, “Du lịch Hàn Quốc”, “Made in Korea”,...phù hợp với bối cảnh của từng thời kỳ, giai đoạn lịch sử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. 김면 (2019), 국제문화교류 전담기관의 매개기능 활성화 방안, 한국문화관광연구원, 수시연구 2019-02 (Kim Myeon, Phương án thúc đẩy chức năng là cầu nối của cơ quan chuyên trách về giao lưu văn hóa quốc tế, Viện Nghiên cứu văn hóa du lịch Hàn Quốc, Nghiên cứu thường xuyên 2019-02), <https://signalm.sedaily.com/ReportView/2330>
2. 문화체육관광부 (2018), 제1차 국제문화교류 진흥 종합계획 (2018~2022) (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Kế hoạch tổng hợp phát triển giao lưu văn hóa quốc tế lần thứ nhất (2018-2020), https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16712&pMenuCD=0302000000&pCurrentPage=1&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=
3. 문화체육관광부 (2018), 국제문화교류진흥 종합계획 수립 연구 (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Nghiên cứu xây dựng kế hoạch trung và dài hạn trong chính sách giao lưu văn hóa quốc tế), https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1710&pDataCD=0406000000&pType=
4. 류정아 (2020), 신남방 지역 (아세안 10개국, 인도) 문화교류 활성화 방안, 한국문화관광연구원, 정책연구 2020_01 (Ryoo Jeong-ah, Kế hoạch gia tăng giao lưu văn hóa tại khu vực trong chính sách hướng Nam mới (10 nước Asean và Ấn Độ), Viện Nghiên cứu văn hóa và du lịch, Nghiên cứu chính sách 2020_01), <http://doi.org/10.16937/kcti.rep.2020.e6>
5. 문화체육관광부 (2016), 국제문화교류정책 중장기계획연구 요약본, 한국문화관광연구원 (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Bản tóm tắt Nghiên cứu kế hoạch trung dài hạn chính sách giao lưu văn hóa quốc tế, Viện Nghiên cứu văn hóa du lịch chủ trì nghiên cứu), https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1580&pDataCD=0406000000&pType=
6. 배관표, 이민아 (2013), 한국 문화정책의 대상과 전략의 변화: 1988-2012, 한국정책학회보, (Bae Kwan -pyo, Lee Min -a, Sự thay đổi đối tượng và chiến lược của chính sách văn hóa Hàn Quốc giai đoạn 1988-2012, Tạp chí nghiên cứu chính sách Hàn Quốc, Số 1 quyển 22 năm 2013)
7. 고정민(2012), 국제문화교류 진흥을 위한 한국문화원 법적 위상 재정립 방안 연구, 한국문화관광연구원, 특별연구 2012_07 (Ko Jeong-min, Nghiên cứu các biện pháp xác lập lại địa vị pháp lý của Trung tâm văn hóa Hàn Quốc nhằm thúc đẩy giao lưu văn hóa quốc tế, Viện Nghiên cứu văn hóa du lịch Hàn Quốc, Nghiên cứu đặc biệt năm 2012), https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_02_view.asp?gno=1853&find=&search=&page=5
8. 김희정 (2012), 문화외교와 국제문화교류 부문 조율 기능 확보의 쟁점과 과제, 문화정책논총, 2012, vol.26, no.1, pp. 226-253, DOI:10.16937/jcp.26.1.201201.226

(Kim Hui -jeong, Vấn đề và giải pháp trong việc đảm bảo chức năng điều phối trong ngoại giao văn hóa và giao lưu văn hóa quốc tế, Tạp chí chính sách văn hóa, số 1 (26), năm 2012).

9. 서울행정학회 (2005), 국제문화교류 활성화 방안에 관한 연구 (Hiệp hội hành chính công Seoul, Nghiên cứu về phương án phát triển giao lưu văn hóa quốc tế).
10. 정갑영 (2001), 국제교류는 우리문화의 생존, 우리의 삶과 직결 우리나라 문화예술교류 활성화와 해외문화원의 역할, 연속집중계획, 국제문화교류 활성화를 위하여 II
(Jeong Gap-yeong, Giao lưu văn hóa là sự sinh tồn của nền văn hóa dân tộc, là sự kết nối trực tiếp với cuộc sống của người Hàn Quốc, Vai trò của Trung tâm văn hóa ở nước ngoài đối với sự phát triển hoạt động giao lưu văn hóa nghệ thuật của Hàn Quốc, Vì sự phát triển giao lưu văn hóa quốc tế), <https://www.arko.or.kr/zine/artspaper200107/813.pdf>,
11. 문화관광부, 문화정책백서 (Sách trắng chính sách văn hóa từ năm 2001-2019).

Abstract

POLICY ON INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE OF KOREA FROM 1990 TO PRESENT

International cultural exchange - an inevitable need of modern social development, is one of the important areas in country's cultural policy planning. Recognizing the importance of international cultural exchanges, the Korean Government has developed and implemented cultural exchange policies for relevant stages. The article aims to examine Korea's cultural exchange policy from 1990 to present by focusing on the context, goals, implementation process, achievements as well as limitations, from which some conclusions are drawn, reviewed and evaluated.

Key words: Korea, policy, international cultural exchange

BA DẠNG THỨC CỔ MẪU TRONG VĂN HỌC HÀN QUỐC ĐƯƠNG ĐẠI

Đinh Lê Minh Thông*

Tóm tắt

Bài viết chọn một số tác phẩm văn học Hàn Quốc đương đại tiêu biểu để phân tích từ lý thuyết phê bình cổ mẫu. Chúng tôi phát hiện có ba biến thể tái sinh từ cổ mẫu nhân loại được vận hành như những mô thức tự sự là “hành trình”, “giấc mơ” và “người cô đơn”. Tri nhận sáng tạo từ nhà văn thông qua các dấu vết cổ mẫu trên giúp nhận ra giá trị ẩn tàng của những sáng tác ấy. Mở rộng ra, có thể đánh giá đây là một xu hướng sáng tác, tiếp cận thị trường văn chương mà nền văn học với ý thức đầy mạnh các vấn đề có tính thời sự như Hàn Quốc đang hướng đến.

Từ khóa: Văn học Hàn Quốc đương đại, phê bình cổ mẫu, hành trình, giấc mơ, người cô đơn

1. Đặt vấn đề

Theo thời gian, người nghệ sĩ trong quá trình “chế tác” văn bản nghệ thuật, bên cạnh tiếp nhận một cách “vô thức” các mẫu có sẵn, sẽ không ít trường hợp người viết tái dựng cổ mẫu thông qua các hình ảnh có thể liên hệ về với thế giới xưa, tạo sinh ra nhiều nét nghĩa mới. Điềm qua một số tác phẩm văn học hiện đại Hàn Quốc, chúng tôi nhận thấy các nhà văn “gặp gỡ” nhau trong việc xây dựng motif về những giấc mộng寐, những “chuyến đi dài” phát hiện và cả những nhân vật luôn trong trạng thái cô đơn lạc lõng trong lòng xã hội. Với cảm quan hiện đại, sử dụng các cổ mẫu nêu trên, người nghệ sĩ qua từng tác phẩm của mình đã tạo lập một phần hiện thực sinh động và mới mẻ.

2. Cơ sở lý thuyết

Cổ mẫu (archetypal) trở thành một trào lưu phê bình nổi tiếng ở thế kỉ XX của nhà tâm thần học người Thụy Sĩ Carl Gustav Jung. Ông đưa ra lý giải về nguồn gốc hình thành các cổ mẫu xuất phát từ vô thức tập thể. Jung đã phản đối việc cho rằng cá nhân như một “tấm bảng trắng” và sự phát triển cá nhân chỉ phụ thuộc vào yếu tố môi trường. Nó (cổ mẫu) phải là những khuynh hướng bẩm sinh, tác động chi phối đến hành vi của con người. Jung cho rằng bản thân mỗi người là sự tích hợp cả yếu tố ý thức và vô thức của tâm hồn, và bản thân những yếu tố này có cả chiều kích cá nhân lẫn tập thể. Ý thức cá nhân gồm có bản ngã (ego), với những ký ức và xúc cảm của cái tôi về quá

* Học viên cao học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP.HCM;
Email: Minhthong74nvc@gmail.com

khứ; một số ấy hiện tồn, một số đã bị dồn nén vào vô thức cá nhân, nơi chúng tồn tại là những phức cảm. Còn *vô thức tập thể* là phần nằm sâu trong tâm hồn, mà địa chỉ cư trú là các cổ mẫu hoặc xuất hiện dưới dạng các biểu tượng có trong những câu chuyện, con người hoặc hình ảnh được tích lũy từ kinh nghiệm của chính con người trong suốt lịch sử. Các cổ mẫu này xuất hiện nhiều nhất thường ở trong những giấc mơ, thần thoại, văn học, và một vài hình ảnh này ra từ trí tưởng tượng, sáng tạo của loài người.

Theo Carl Jung, có càng nhiều tình huống điển hình trong cuộc sống, đồng nghĩa với việc có vô số cổ mẫu được tạo ra. Tuy nhiên, Jung cho rằng có 4 loại cổ mẫu cơ bản nhất, luôn tồn tại bất biến trong vô thức nhân loại, phải kể đến là *Self* (Ngã), *Persona* (Mặt nạ nhân cách), *Shadow* (Bóng râm), *Anima* và *Animus* (Tính nữ/Tính nam).

- *Self* (Ngã) là nguyên mẫu trung tâm của tinh thần, là nguyên mẫu thể hiện sự thống nhất giữa ý thức và vô thức cá nhân, điều chỉnh quá trình cá tính hoá con người.
- *Persona* (Mặt nạ nhân cách) được xem là cổ mẫu *xã hội* hay cổ mẫu *tuân thủ*, ở đó con người có thể ứng biến và thích nghi với thế giới xung quanh. Nó có chức năng ẩn đi, đè nén những thúc dục, ham muốn, cảm xúc tự thân - cái mà xã hội khó bề chấp nhận, để đóng một vai diễn khác phù hợp hơn, để hoà hợp với nhân quần.
- *Shadow* (Bóng râm) là cổ mẫu nguyên thủy nhất trong vô thức tập thể, thuộc phần bản năng trong nhân cách con người, bao gồm bản năng sống và bản năng tình dục. Đây là phần nằm khuất sau cái tôi, có cả tốt lẫn xấu. Trong quá trình hoàn thiện cá nhân hoá, Shadow như “một người gác cổng” để xác lập giới tính của chủ thể.

- *Anima* và *Animus* (Tính nữ/Tính nam) nói đến sự tương phản về giới trong linh hồn mỗi người. Bên trong người nam luôn có tính nữ, và ngược lại, tâm hồn người phụ nữ luôn ẩn chứa một tinh thần nam tính.

Tựa vào phát kiến của Carl Jung về cổ mẫu trong phân tâm học, các nhà nghiên cứu văn học nghệ thuật phát triển thành lý thuyết phê bình cổ mẫu. Đây được xem là một phương pháp đi vào các lãnh địa văn chương để khai mở nhiều trầm tích đầy sức gợi. Theo *Từ điển biểu tượng văn hoá thế giới* cho rằng “Cổ mẫu giống như những nguyên mẫu của các tập hợp biểu tượng ẩn sâu trong vô thức đến nỗi chúng ta trở thành như một cấu trúc” (Chevalier. J. & Gheerbrant. A. 1997, XXI) *Cổ mẫu trong văn học* được hiểu là những hình mẫu như kết cấu cốt truyện, hình ảnh, biểu tượng, kiểu nhân vật, đề tài/chủ đề, tình huống được lặp đi lặp lại, trở thành những motif. Nó xuất hiện trong thần thoại, tôn giáo và những câu chuyện giữa các nền văn hoá và trong khoảng thời gian nào đó. Chúng bao gồm những ý nghĩa chung và những kinh nghiệm cơ bản từ con người, gợi lên từ sự hồi đáp trong tiềm thức của người đọc. Cổ mẫu cũng giúp con người hiểu hơn về những đặc điểm chung với văn hoá của mình, và diễn giải các tình huống, các nhân vật có lẽ hơi khác với bản thân hiện tượng.

Áp lý thuyết nghiên cứu về cổ mẫu trong tâm lý học vào việc phân tích văn học đương đại, các nhà nghiên cứu đã chỉ ra và hệ thống lại một số dạng cổ mẫu cơ bản thường xuất hiện trong các tác phẩm, có thể chia thành ba dạng như sau:

Cổ mẫu tượng trưng (Symbols archetypes) bao gồm các cặp đối lập *Ánh sáng/Bóng tối* (Light vs. Darkness), *Nước/Sa mạc* (Water vs. desert), *Lửa/Băng* (Fire vs.

Ice) *Thiên đường/Địa ngục* (Heaven vs. hell), *Mặt trời/Mặt trăng* (The Sun vs. The Moon), *Âm/Dương* (Yin-yang), ... hay cổ mẫu phái sinh từ các thực thể gốc như *Biển* (The Sea), *Sông* (Rivers), *Suối* (Fountain), *Núi* (Mountain), *Cây cối* (Tree), *khu vườn* (Garden), *hang động* (Caves), ... Hoặc một vài cổ mẫu khác như *Ngưỡng cửa* (The Threshold), *Vũ khí ma thuật* (The Magic Weapon), *Lâu đài* (The Castle), *Giao lộ* (The Crossroads), *những con số* (One, two, three, ...), *những hình khối* (Oval, circle, Square, ...), *màu sắc* (Red, green, black, ...)

Cổ mẫu tình huống (Situation archetypes) dựa trên hành động của các chủ thể nhân vật để tạo ra những cảnh huống có chủ đích như *hành trình* (The Journey), *thử thách* (The Quest), *nhiệm vụ* (The Task), *sự can thiệp của các thế lực siêu nhiên* (Supernatural Intervention), *cuộc chiến giữa thiện và ác* (The Battle between Good and Evil), *cái chết và sự tái sinh* (Death/Rebirth), ...

Cổ mẫu nhân vật (Character archetypes) gồm loại nhân vật chính diện *Anh hùng* (The Hero), *người thông ái* (The Mentor), *người cô đơn/bị bỏ rơi* (Loner or Outcast), *kẻ bị áp bức* (Underdog), *thú vật thân thiện* (Friendly Beast), ... nhân vật phản diện như *ác quỷ* (The Devil Figure), *người vợ quyến rũ* (The Unfaithful Wife), ...

3. Phương pháp nghiên cứu

Chúng tôi sử dụng phương pháp chuyên ngành phê bình cổ mẫu kết hợp với các phương pháp khác như phương pháp loại hình, phương pháp phân tích - tổng hợp. Phương pháp loại hình chúng tôi tập trung chọn lựa thể loại tiểu thuyết để khảo sát vấn đề nghiên cứu của công trình.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tình huống “hành trình”

Hành trình (journey) được nhắc đến trong văn học thường gắn với con đường của người anh hùng, đại diện cho hành

trình của cuộc sống, trở thành cổ mẫu lớn của nhân loại. Hành trình ấy được hiểu là “chuyến đi xa dài ngày” (Phê. 2020, 677) nhằm mục đích tìm kiếm công trạng, thay đổi thế giới bằng cách can trường vượt qua những thử thách, ... Nhắc đến cuộc phiêu lưu của người Hùng là một chặng đường không hề đơn giản. Chấp nhận dần thân để thực hiện ước muốn vĩ đại thì bất kể người anh hùng nào cũng phải xác định trải qua 17 con đường gian truân nằm ở 3 chặng: Lên đường - Thụ giáo - Quay về¹. Kết cấu hành trình ấy thường chỉ xuất hiện và khớp khi đặt chúng vào không gian của thần thoại-sử thi.

Ngày nay, trong văn chương đương đại, “cuộc hành trình” thường đi liền với bóng dáng một người anh hùng đã được chuyển hoá thành phương thức tồn tại dưới dạng những con người thuần túy. Không ít lần ta bắt gặp ở một số nền văn học trên khắp thế giới, các nhân vật không phải là anh hùng vẫn có những “cuộc hành trình” mang nhiều giá trị, trở thành những biểu tượng, như một người anh hùng giữa đời thường. Điển hình như ông lão Santiago trong *Ông già và biển cả* (Ernest Hemingway), chàng chăn cừu Santiago trong *Nhà giả kim* (Paulo Coelho), chàng Robinson trong tác phẩm cùng tên *Robinson Crusoe* (Daniel Defoe), Rémi và ông lão Vitalis *Không gia đình* (Hector Malot), *Những cuộc phiêu lưu của Huckleberry Finn* (Mark Twain), ...

Trong văn học Hàn Quốc việc tái hiện những cuộc hành trình như một ẩn dụ về sự hối lỗi, những cuộc truy vấn bản thể với chính thế giới mà họ đang tồn tại. Nhân vật cũng không phải là kiểu mẫu *hero* chinh

¹ Tham khảo cuốn sách *Người hùng mang ngàn gương mặt* của Joseph Capell do Thiên Nga dịch vào năm 2022, NXB Dân trí ấn hành để hiểu về ba chặng hành trình của người anh hùng.

phục những huyền tưởng huyền thoại, họ thuần là những con người đời thường nhưng ai cũng đều có mục đích, động cơ riêng, hoặc vô tình hay hữu ý, ... Khó khăn với họ không chỉ từ thế giới bên ngoài (thế lực siêu nhiên, cảm bầy vô hình) mà chính là con người bên trong họ.

Câu chuyện đi tìm người mẹ già Park So-nyo (69 tuổi) bỗng nhiên thất lạc tại nhà ga tàu điện ngầm Seoul chưa rõ nguyên nhân khi cùng chồng lên thành phố thăm con trong tiểu thuyết *Hãy chăm sóc mẹ*² của nữ nhà văn Shin Kyung-sook³ là một kiểu *hành trình tự vấn*. Khi được tin mẹ mất tích, tất cả con trai con gái của bà đều bắt đầu “lên đường” tìm kiếm mẹ, mỗi người mang trong mình dòng hồi ức riêng, ai cũng có lời tự thú chân thành từ những điều mình nhận ra trong muôn vàn sự ích kỷ. Ngay từ lúc bắt tay tìm mẹ, các nhân vật đã rơi vào “*thử thách*” khi xung quanh họ không có một “căn cước” chính xác về mẹ để thuận tiện cho việc điều tra. Một bức ảnh khác xa với vẻ ngoài thường thấy ở mẹ (bức hình chụp vào dịp mừng thọ 70 tuổi của bố) để in lên tờ rơi tìm kiếm người thất lạc, những kí ức rời rạc được chấp nối. Trên đại lộ tìm mẹ trong vô vọng, các nhân vật đã “*phát hiện*” ra sự mất mát cố hữu. Người con gái thứ hai của bà Park là Yun Chi-hon mãi đến lúc mẹ mất tích bản thân người con gái ấy mới biết mình đã trở thành “vị khách xa lạ” của mẹ

từ khi nào không hay: “Cô chưa bao giờ nghĩ đến hình ảnh mẹ không gắn liền với gian bếp. Mẹ là bếp và bếp cũng chính là mẹ. Chưa khi nào cô tự hỏi, mẹ có thích quẩn quanh bếp núc không?” (tr.72)⁴. Trong hồi ức đứt đoạn nơi cậu con trai cả Yun Hyung-chol là hình ảnh một người mẹ âm thầm hết lòng yêu thương anh, trao hết niềm tin và hy vọng chỉ mong anh trưởng thành: “Anh nhận ra rằng suốt cả đời mẹ luôn tin chính mẹ là người đã làm vương bận khiến anh không đạt được ước mơ. Con xin lỗi mẹ, mẹ ơi, con mới là người phải xin lỗi vì đã không giữ lời hứa. Trái tim anh tràn ngập nỗi khao khát duy nhất là được chăm sóc mẹ khi tìm thấy mẹ. Nhưng anh biết mình đã đánh mất cơ hội đó.” (tr.154) Hyung-chol đã hiểu đích đáng khái niệm “Mẹ”: “Anh trai cô nói rằng có lẽ chỉ chúng ta, những đứa con của mẹ, nghĩ rằng cuộc đời của mẹ đầy nỗi khổ đau và sự hi sinh. Có lẽ vì đã phạm quá nhiều sai lầm nên chúng ta mới nhớ mẹ như một con người buồn bã như vậy.” (tr.310). Ở góc độ người chồng, Ông Yun “mới nhận ra rằng người mất tích chính là vợ mình ... chỉ sau khi vợ ông biến mất, bà mới trở nên hữu hình với ông” (tr.165).

Với Kim Kyung-uk⁵, con người phải bước vào cuộc *hành trình lựa chọn*. Trong *Vương quốc nghìn năm*⁶, nhân vật “tôi” cùng với hai người bạn của mình là Denison

² Shin Kyung-sook. (2015). *Hãy chăm sóc mẹ*. (Lê Hiệp Lâm, Lê Nguyễn Lê dịch). NXB Hà Nội.

³ Nữ nhà văn Shin Kyung-sook (1963~) là một trong số những cây bút nữ Hàn Quốc đương đại nổi tiếng, người góp phần đưa văn học Hàn Quốc tiệm cận với thế giới. Tên tuổi của bà phủ sóng rộng rãi trên thế giới kể từ khi cuốn tiểu thuyết gia đình *Hãy chăm sóc mẹ* lay động người đọc ra đời vào năm 2008. Bà là người phụ nữ đầu tiên được trao giải Văn học người châu Á (Man Asian Literary Prize). Hiện nay, tại Việt Nam, bà có những tác phẩm được dịch như: *Hãy chăm sóc mẹ* (2012), *Cô gái viết nỗi cô đơn* (2016), *Chuyện kể trắng nghe* (2016), *Ở đâu đó có điện thoại gọi tôi* (2017), *Hãy về với cha* (2023).

⁴ Tất cả các trích dẫn liên quan đến tác phẩm chọn phân tích trong bài viết đều được ghi chú số trang theo hình thức như trên.

⁵ Nhà văn Kim Kyung-uk (1971~), với hơn 30 làm nghề viết lách (từ 1993-nay), ông hiện là Giáo sư tại Đại học Nghệ thuật Quốc gia Hàn Quốc, chuyên ngành Viết sáng tạo. Trên con đường nghệ thuật của mình, ông đã cho ra mắt cả truyện ngắn và tiểu thuyết. Ở Việt Nam, cuốn tiểu thuyết *Vương quốc nghìn năm* được dịch vào năm 2020, cùng với một truyện ngắn khác là *Độc trị liệu* được dịch và in trong tuyển tập *Truyện ngắn đương đại Hàn Quốc (Tuyển chọn từ Tạp chí Koreana)*.

⁶ Kim Kyung-uk. (2020). *Vương quốc nghìn năm*. (Nguyễn Thị Thu Hà dịch). NXB Văn hoá - Văn nghệ.

và Evoken trên con tàu Hà Lan không may trôi dạt vào vương quốc Joseon những năm đầu thế kỉ XVII. Mỗi người đã chọn cho mình một hành trình để đối diện với số phận. Nếu Denison, thành viên nhỏ nhất, đã “*tìm lại tên mình bằng cái chết*” (tr.216) “Denison đã cố gắng để được chết. Ngay cả vết thương bị đâm bởi lưỡi dao của binh sĩ dị giáo cũng chẳng thể cướp đi tính mạng của cậu ta. Denison đã chạy chân trần đi gặp số phận đang cất những bước chân nặng nề hướng về phía mình. Số phận không chăm sóc Denison nhưng Denison đã chẳng ngoảnh mặt quay lưng với số phận.” (tr.215) thì Evoken dần thích nghi với cuộc sống ở mảnh đất người dị giáo và chết trên xứ người khi tham gia cuộc kháng chiến. Còn mỗi mình “tôi” để linh hồn mình có một cuộc chiến không khoan nhượng. Sau nhiều lần tranh đấu, tẩu thoát mà bất thành, “tôi” với tên gọi Weltevree đã “chấp nhận” trở thành Diên (Park Yeon) như một sự thỏa hiệp với phần đời còn lại, là con dân của vương quốc này (Korea) trong niềm cô độc bất tận vì thiếu vắng quê hương. Hành trình tìm về bản thể của Weltevree còn là một hành trình bất định khi đến cuối cùng vẫn không thể trả lời cho câu hỏi: “Nơi tôi đang đạp gót này rốt cuộc là đâu?” (tr.25).

Văn chương Hàn Quốc có thể xem là thế giới văn chương mang nặng sứ mệnh truyền bá văn hoá. Giới sáng tác dù bằng phương thức khả dụng nào đều luôn muốn quảng bá nét đẹp truyền thống như một cách bảo lưu và gìn giữ. Cuộc hành trình của các nhân vật còn phái sinh ra nhiều cổ mẫu khác như cổ mẫu về người mẹ. Suốt hành trình tìm mẹ, các con và cả chồng bà Park (*Hãy chăm sóc mẹ*) còn khiến mọi người “phát hiện” ra một người mẹ vĩ đại - kiểu mẫu người mẹ Á Đông, trở thành “mẹ

Hàn Quốc” - một biểu tượng văn hoá⁷ - một người phụ nữ mẫu mực truyền thống. Sự phiêu dạt của ba chàng thuỷ thủ (*Vương quốc ngàn năm*) còn là một hành trình phát hiện đất nước Hàn Quốc sau nhiều năm ẩn mình. Đây cũng được xem là một khuynh hướng viết sử dụng quyền lực mềm của văn học để quảng bá văn hoá nước nhà của giới sáng tác văn chương Korea từ truyền thống đến hiện đại, phản ánh rõ ý thức dân tộc tính, mà về sau gọi là tinh thần “chủ nghĩa dân tộc” (nationalism). Hàn Quốc từng được biết đến là một “Vương quốc ẩn dật” (the Hemit Kingdom), vì thế, với cốt truyện trôi dạt, kỹ thuật mượn điểm nhìn bên ngoài - các nhân vật ngoại quốc, nhà văn Kim đã giới thiệu sinh động phong tục tập quán, tín ngưỡng, ... đất nước mình thời cổ. Suốt thời gian sống ở đất Joseon, ba chàng trai trẻ đã chứng kiến rất nhiều phong tục, sinh hoạt thường ngày của người dân Hàn Quốc. Dưới con mắt của “khách ngoại quốc”, người Hàn khiến họ ngạc nhiên với một bức tranh văn hoá cổ xưa mà đến hôm nay vẫn còn lưu giữ. Từ cách ăn mặc của người bình dân xưa, ai cũng mặc áo với sắc “trắng”⁸, điều này nói lên được một đặc trưng văn hoá mà đến mức họ được mệnh danh là “dân tộc áo trắng”⁹, họ mang giày bằng rơm rạ được đan bện chằng chịt, những ngôi làng dân gian: “những túp lều có mái bện bằng rơm và lau sậy, tường trát bằng đất sét nằm rải rác ... tất thấy mọi mái nhà đều thâm thấp

⁷ Kim Seong-kon, *Korean mother: a cultural icon*. Truy xuất tại: <http://www.koreaherald.com>

⁸ Theo quan niệm của người Hàn, trong phổ màu truyền thống của người Hàn (Obangsaek gồm: trắng, đen, xanh lam, vàng và đỏ) thì màu trắng tượng trưng cho sự thanh khiết, ngây thơ, chính trực, ôn hoà. Màu trắng từ lâu đã biểu thị cho sự trong sạch, trạng thái tâm trí không tham lam, không bị vấy bẩn.

⁹ Dân tộc áo trắng: 백의민족 (白衣民族/White clothing in Korea)

và đơn sơ nên trông chúng như thể đang cúi đầu một cách khiêm tốn ..." (tr.51)¹⁰.

Ở một vài sáng tác truyện ngắn đương đại¹¹ đăng trên Tạp chí Koreana, chúng tôi bắt gặp cuộc hành trình tìm đến "miền đất hứa" của những con người di cư bản địa Hàn với khát vọng đổi thay, tìm một "giấc mơ Mỹ" mà con người hằng ao ước trong *Phía sau núi Tây* của Kim Chae-won: "New York, trung tâm của thế giới - nơi mà khi còn trẻ chồng của chị đã quyết tâm tìm đến đó để biến hoài bão của mình thành sự thật" (tr.125) "Chị họ bảo rằng Mỹ là nước khiến người ta trở thành con người. So với Hàn Quốc đối đãi con người với những giá trị bóp méo, thì Mỹ có phần công bằng hơn" (tr.119). Hay nhân vật "em" đến từ "thế giới thứ ba"¹² của Kim E-whan mong muốn được "biến thân"¹³ để bắt đầu một hành trình tìm kiếm tình yêu, với những khát khao nhục thể. "Em" đã chấp nhận cuộc đại phẫu thuật để biến mình sống đúng với giới tính: "Đây chính là cơ thể mà em từng ao ước ... Em không biết lý do nhưng từ giây phút em nhận ra bản chất giới tính của mình thì em đã muốn có một cái của nữ ... em thích

cảm giác cực khoái được cảm nhận bằng chính cái này ... Em cũng sợ chứ ... Nhưng mà giờ đây em thích cái của nữ hơn." (tr.67)

Dám thay đổi, Sunhee trong *Hoàng hôn đỏ rực*¹⁴ đã có một hành trình chinh phục giấc mơ nữ quyền, tạo thế "nhập cuộc" cho nhiều người phụ nữ như cô. Đứng trước rào cản về thân phận và định kiến xã hội, một quả phụ 30 tuổi lại có một đứa con riêng, Sunhee dám vượt qua mọi lễ thói thông thường, quyết định rời đất nước sang Nhật Bản chinh phục ước mơ: "Khi tôi hăm mươi tám tuổi, tôi gửi con ở nhà bà ngoại rồi sang Nhật Bản học. Đến năm hai mươi tám tuổi, tôi tốt nghiệp Cao đẳng Mỹ thuật." (tr.15). Trước ngưỡng cửa tái hôn xây dựng cuộc sống mới, cô đã phải lòng một chàng trai hơn con trai cô ba tuổi là Jungkyu - em trai của bạn trai cô đang tìm hiểu. Mặc dù cuộc hành trình vươn tới khát khao tự do, vượt khỏi những luân lý lỗi thời đành dừng lại khi Sunhee quyết định rút lui ở chuyện tình lệch chuẩn nhưng thông qua cách ý thức và hành động ở cô đã cho thấy một bước tiến mang tính tiên phong của phụ nữ trong xã hội Hàn Quốc vào những năm 1930. Sau chuyến hành trình của Sunhee, dù không mang lại sự đổi thay tuyệt đối, nhưng hình ảnh Sunhee, rộng ra là cả quãng đường vươn mình của cô được Baek Shin-ae¹⁵ tái hiện trong tiểu thuyết đã tạo bước nền cho cuộc tạo dựng hiện tượng "người phụ nữ mới" (New woman/Sin Yosong) trong xã hội Hàn Quốc đầu thế kỷ XX. Yeong-hye trong *Người ăn chay*¹⁶ của

¹⁰ Có thể tham khảo thêm một số bài viết của Nguyễn Thị Thu Hà như *Nghiên cứu trang phục của người Hàn Quốc thời Joseon qua tiểu thuyết Vương quốc nghìn năm*, Tạp chí Hàn Quốc, số 3(29), tháng 9/2019, tr.77-83. Bài viết *Nghiên cứu văn hoá tận dụng môi trường tự nhiên: "ăn" của người Hàn Quốc thời Joseon thông qua tiểu thuyết Vương quốc nghìn năm*, Tạp chí Hàn Quốc, số 4(30), tháng 11/2019, tr.26-36. Hoặc bài viết *Kiến trúc nhà ở Hàn Quốc thời Joseon qua Vương quốc nghìn năm*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu, Số 01/09-2021, tr.25-30.

¹¹ Nhiều tác giả. (2019). *Truyện ngắn đương đại Hàn Quốc (Tuyển chọn từ tạp chí Koreana)*. Tập 1. (Phan Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Hiền-chủ biên). NXB Văn hoá - Văn nghệ.

Nhiều tác giả. (2021). *Truyện ngắn đương đại Hàn Quốc (Tuyển chọn từ tạp chí Koreana)*. Tập 2. (Phan Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Hiền-chủ biên). NXB Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.

¹² Cách gọi để chỉ những người đồng tính (queer).

¹³ Cách mượn từ "biến thân" được chúng tôi lấy từ ngay nhan đề truyện ngắn *Biến thân* của Kim E-whan.

¹⁴ Baek Shin-ae. (2018). *Hoàng hôn đỏ rực*. (Bang Jeong Yun, Nguyễn Thị Thuý Vân dịch). NXB Phụ nữ.

¹⁵ Baek Shin-ae (1908-1939) được đánh giá là một trong ba gương mặt nhà văn nữ hàng đầu thập niên 1930, bên cạnh Park Hwa-seong và Kang Kyung-ae. Bà cũng là một trong những tên tuổi đáng lưu tâm cho nhánh nghiên cứu văn học nữ (quyền) Hàn Quốc.

¹⁶ Han Kang. (2011). *Người ăn chay*. (Hoàng Hải Vân dịch). NXB Trẻ.

Han Kang¹⁷ cũng đã đi ngược lại với sự khác biệt của tha nhân, khi mà mọi cái khác nơi cô đều bị xem là dị biệt. Yeong-hye đã có một hành trình phản kháng quyết liệt để phá bỏ những ản ức bị chôn vùi. Hành trình tự huỷ hoại cơ thể là ẩn dụ cho chuyển vượt thoát khỏi không gian tù động, mà mình là “kẻ ngoại cuộc”.

4.2. Biểu tượng giấc mơ

“Huyền thoại là một dư sinh của đời sống tâm lý ấu thời của loài người và giấc mơ chính là huyền thoại của cá nhân”¹⁸, kể từ khi con người xuất hiện cũng là lúc giấc mơ được hình thành. Đến thế kỉ XX, sự xuất hiện của Phân tâm học (Psychoanalysis), con người ta đã bắt đầu bắt tay vào việc cất nghĩa các hiện tượng giấc mơ. Bàn về “giấc mơ” và các kiến giải của nó, Sigmund Freud cho rằng giấc mơ là những “kí hiệu của ham muốn”, chúng là “biểu hiện, thậm chí là sự thực hiện những dục vọng bị kìm nén” (Chevalier. J. & Gheerbrant. A. 1997, 164) Còn C. G. Jung lại cho rằng, giấc mơ một mặt là những ham muốn bản năng bị dồn nén còn chứa đựng cả chiều sâu tâm linh, là sự “tự thể hiện một cách tự phát và tượng trưng cái thực trạng của vô thức (vô thức tập thể)” (Chevalier. J. & Gheerbrant. A. 1997, 164)

Giấc mơ (dream) không chỉ dừng lại như một phương thức sáng tạo nhằm báo mộng, mở ra cõi tâm giao huyền bí mang

màu sắc “vũ thuật” thường gặp trong các trước tác dân gian-truyền kỳ thời trung đại. Người ta sẽ không hoài quên tích *Mộng hồ điệp* của Trang Chu, những kỳ thư tuyệt tác của văn chương Đông phương nhắc về mộng như *Hồng lâu mộng* (Tào Tuyết Cần-Trung Quốc), *Lưu trai chí dị* (Bồ Tùng Linh-Trung Quốc), *Mộng phù kiều* (Tanizaki Junichiro-Nhật Bản), *Mười đêm mộng* (Natsume Sōseki-Nhật Bản), *Cửu vân mộng* (Kim Man-jung-Korea), *Kim Ngao tân thoại* (Kim Si-seup-Korea), *Xuân Hương Truyện* (Khuyết danh-Korea), *Truyện Kiều* (Nguyễn Du-Việt Nam), *Truyện kì mạn lục* (Nguyễn Dữ-Việt Nam), *Việt điện u linh* (Lý Tế Xuyên-Việt Nam), ... Vẫn là cung trời mộng tưởng, nhưng với con người hiện đại, giấc mơ trở thành những “trạng huống hiện sinh”.

Đi tìm những lần mơ trong văn học đương đại Hàn Quốc, không ít lần ta bắt gặp giấc mơ từ nhân vật mang nhiều dạng thức khác nhau, nó diễn ra dai dẳng, đòi hỏi sự sinh tồn. Nhân vật Yeong-hye trong *Người ăn chay* của Han Kang đã nhiều lần mơ gần với cảnh chết chóc và đẫm máu. Nó liên tục xuất hiện trấn áp tinh thần cô, khiến cô mất ngủ và bắt đầu xuất hiện những hành động bất thường. Có đến 5 lần mơ trải dài suốt truyện kể: *lần thứ nhất* cô mơ thấy toà nhà như bỏ hoang với hàng trăm tấn thịt treo đầy còn máu chảy ròng ròng, một khu rừng xuân và bộ dạng “đẫm máu” của “tôi”; *lần thứ hai* là lần mơ chính mình đang làm đồ ăn sáng cho chồng, cảnh tượng rợn người với mảnh lưỡi dao nằm trong miếng thịt bò, và thái độ “bình tĩnh” của “tôi”; *lần thứ ba* là về việc giết người; *lần thứ tư* lại là cảnh giết chóc và *lần cuối mơ* được kể lại là cảnh người bố giết chết một con chó một cách dã man theo cách riêng của mình và bữa tiệc ngay tối hôm đó với sự tham dự của “tôi”. Giấc mơ kinh sợ bê bết máu ấy đã lật tẩy sự

¹⁷ Han Kang (1970~) hiện đang là nữ nhà văn được đông đảo bạn đọc và cả giới hàn lâm quan tâm. Với con đường sáng tác phong phú, với đa dạng thể loại, có cả thơ, tự sự (truyện ngắn và tiểu thuyết). Danh tiếng của cô được biết đến kể từ khi cuốn tiểu thuyết *Người ăn chay* xuất sắc đoạt giải *Man Booker International* (2016). Ở Việt Nam hiện có tổng cộng 3 cuốn tiểu thuyết được dịch là *Người ăn chay* (2011), *Bản chất của người* (2019), *Trắng* (2021).

¹⁸ Dẫn lại, S.Freud-C.G.Jung - G.Bachelard - G.Tucci-V.Dunde, *Phân tâm học và văn hóa nghệ thuật*, nhiều người dịch, NXB Văn hóa thông tin - Hà Nội, (2000), tr.377.

tha hoá giữa các mối quan hệ. Đồng thời tạo ra những xung đột bản thể, bắt đầu gọi ra những vấn đề “tự do”.

Frédéric Gaussen từng nói “chiêm mộng là biểu tượng của cuộc phiêu lưu cá thể, được cất sâu trong tâm khảm đến nỗi nó vượt qua khỏi vòng cương toả của người sáng tạo ra nó; chiêm mộng hiện ra với chúng ta nhưng những biểu hiện bí mật nhất và trơ trẽn nhất của chính chúng ta” (Chevalier. J. & Gheerbrant. A. 1997, 164). Nhân vật “C” trong *Tôi có quyền huỷ hoại bản thân*¹⁹ của Kim Young-ha²⁰ luôn ám ảnh bởi ham muốn bản năng, liên tục rơi vào thế mất tự chủ. Anh C đã mơ lại cảnh tương cùng Se Yeon trong đêm bão tuyết. Từ sâu trong tiềm thức, giấc mơ ngưng đọng những suy tư, ước vọng con người giải phóng, mà thế giới thời (hậu) hiện đại họ bị kẻ khác nhìn và mất quyền kiểm soát. Chỉ khi chìm vào giấc mộng寐, con người ta mới có thể được là “tôi-toàn-vẹn”.

Việc cố gắng trở về quê hương bất thành, trong nỗi tuyệt vọng cùng cực nơi ngục tối, Weltevree đã thức trong giấc mơ: “Trong giấc mơ chia thành từng mảnh, thỉnh thoảng Denison cũng tìm về. Denison cười lên lưng hổ phun phả băng tuyết ra. Thằng nhỏ phun tuyết với khí thế hùng hực. Chạy đuổi theo Denison, tôi dần dần tụt lại đằng sau. Con hổ chờ Denison đi ra biển. Biển không phải là biển trên mặt đất mà là biển của các vì sao. Vầng trán Denison đang băng

qua biển sao bỗng trở nên sáng rõ vì vui mừng. Tôi thất vọng khi để lỡ mất Denison. Sự thất vọng cũng chẳng thể làm tổn thương đến vẻ đẹp của các vì sao. Bỗng nhiên tôi nhận ra đó là giấc mơ. Để không thức giấc trong giấc mơ, tôi lại lên kế hoạch mơ thêm giấc mơ khác. Giấc mơ trong giấc mơ lần nào cũng xuềnh xoàng, luộm thuộm. Mờ mắt ra là bộ quần áo bông chẳng thể tìm thấy chủ nhân đang treo mình trên chiếc gai của bóng tối nhìn tôi chăm chăm.” (tr.304). Từ những liên tưởng mơ, Weltevree không còn vận vào giấc mơ để giải toả cơn thèm khát quay về cố hương, thay vào đó, anh dùng giấc mơ để chứng thực cho niềm tuyệt vọng, nhằm trốn tránh thực tại khốn khổ, dầy vò.

Thế giới giấc mơ còn là miền hoang trú của mặc cảm cô đơn, bị ruồng bỏ. Giấc mơ từng khiến con người chấp nhận số phận như một tuyệt vọng thăm sâu. Mặc phải căn bệnh hiểm gặp, cậu bé 17 tuổi Ah Reum qua *Những tháng năm rực rỡ*²¹ của Ae-ran Kim²², phải chật vật sống cuộc đời như ông lão tuổi 80, cái chết là điều sớm muộn sẽ diễn ra như một lẽ thường đối với nhân đáng bé nhỏ. Khát vọng được trẻ lại như bao bạn cùng trang lứa với Ah Reum thật lớn lao hơn bao giờ hết, cậu “đã thử cố gắng nhìn thật kỹ gương mặt của mình trong mơ mà tôi chưa được thấy bao giờ. Thế nhưng trong giấc mơ của tôi mọi thứ đều mờ ảo, tôi không bao giờ nhìn rõ khuôn mặt mình,

¹⁹ Young-ha Kim. (2012). *Tôi có quyền huỷ hoại bản thân*. (Võ Thị Khánh Lan dịch). NXB Lao động.

²⁰ Kim Young-ha (Young-ha Kim, 1968~) là một tiểu thuyết gia hiện đại. Ông được biết đến lần đầu tiên thông qua các sáng tác truyện trên Review magazine hàng quý, và thật sự đóng đinh trong làng tiểu thuyết là từ lúc tác phẩm tiểu thuyết đầu tay *Tôi có quyền huỷ hoại bản thân* của ông ra mắt bạn đọc và vinh dự đạt giải thưởng *Munhakdongne New Writer*. Số lượng tác phẩm của Kim được đông đảo bạn đọc Việt Nam biết đến gồm có tiểu thuyết đầu tay vừa nêu trên (2010), *Chơi Quiz Show* (2010), tập truyện ngắn *Điều gì xảy ra ai biết ...* (2013), tập truyện *anh đã trở về* (2018).

²¹ Ae-ran Kim. (2019). *Những tháng năm rực rỡ*. (Nguyễn Thị Thu Hương dịch). NXB Hà Nội.

²² Kim Ae-ran (Ae-ran Kim, 1980~) là nhà văn nữ lấy chính tuổi trẻ của mình làm kinh nghiệm và ngoài bút đề sáng tác văn học. Cô không chỉ viết truyện ngắn mà còn lấn sân sang thể loại tiểu thuyết rất thành công với tiểu thuyết đầu tiên *Những tháng năm rực rỡ* (2011). Tác phẩm được dịch của Kim Ae-ran gồm có: *Những tháng năm rực rỡ* (2016), *Xuân qua Hạ đến* (2022). Và một truyện ngắn *Chạy đi, Cha ơi!* do nhóm dịch giả: Nguyễn Hữu Thọ, Phạm Ngọc Thanh Thảo, Nguyễn Thị Hoài Phương, Nguyễn Thuý Thu Tài, chuyển ngữ, đăng trên Web Văn chương Thành phố Hồ Chí Minh - Diễn đàn của nhà văn Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 11/2022 (<https://vanchuongthanhphohochiminh.vn/>)

muốn chạm vào để cảm nhận thì nhường như ông kính cứ xa xôi vô định nào đó. Dù sao thì tôi cũng biết mình đang dần trở lại. Và ngay khi tôi biết được điều đó cũng là lúc tôi tỉnh giấc.” (tr.147).

4.3. Nhân vật “người cô đơn”

So với mọi loài trên trái đất thì con người là sinh vật cảm được cái cô đơn. Ngay từ khi sinh ra con người đã nhập cuộc và kết nối với tha nhân để cộng sinh xây tạo xã hội, đồng thời thể hiện khát vọng được đồng cảm để vượt thoát khỏi nỗi đơn côi. Nhưng một khi “chúng ta” không thể tìm ra “điểm đồng vị” con người tự khắc có thiên hướng đi ngược với đám đông, quay về với ốc đảo cô đơn để tự vấn với chính mình. Cô đơn là trạng thái tâm lý “chỉ sống một mình, không sống cùng người khác, cái khác” (Phê. 2020, 338)

Nói đến “cổ mẫu nhân vật”, bên cạnh cổ mẫu về *người anh hùng* (The Hero) - cổ mẫu lớn của nhân loại, thì kiểu *người cô đơn* (The Loner) cũng là một dạng cổ mẫu nổi bật lâu đời. Người cô đơn (hay người bị bỏ rơi) được hiểu là nhân vật bị tách biệt hoặc tự tách mình ra khỏi xã hội do khiếm khuyết về thể chất hoặc nhận thức về tình cảm, tâm sinh lý khiến nhân vật này trở nên khác biệt. Có thể xem người cô đơn là một nhánh của cổ mẫu người anh hùng. Vì bản thân người anh hùng trên đại lộ chinh phục thế giới không thể tránh khỏi cảm thấy bản thân bị ruồng bỏ, cô độc vào một thời điểm nào đó của anh ta, những lúc ấy, con người phi thường đó nghiêm nhiên trở thành người cô đơn trên chính hành trình chinh phục thử thách.

Con người ngày nay rơi vào hố sâu cô đơn là vì họ đang đối diện với một xã hội kỹ trị, không giống với nỗi đơn côi gắn với lý tưởng của người hùng. Hầu hết các sáng tác của văn chương Hàn Quốc được chuyển ngữ, các nhân vật bất luận là nam hay nữ, già hay trẻ, thậm chí là trẻ con chưa tuổi vị

thành niên đều mang trạng thái người cô đơn/bị bỏ rơi. Từ niềm riêng không giống ai, họ trở thành kiểu người cô đơn từ chính sâu trong bản thể, kẻ cô đơn vì xa lạ với đám đông, cô đơn vì lọt thỏm dưới thung lũng thời đại lạ lẫm, ...

Với nền văn hoá đậm chất gia trưởng như Hàn Quốc, người phụ nữ nghiêm nhiên trở thành cá nhân gồng gánh những bi kịch. Trên hành trình trở thành “người xa lạ” của Yeong-hye, cô luôn phải đối diện căng thẳng với chính người thân ruột (chồng, bố mẹ, chị gái, ...) vì một lẽ giản đơn là cô “mơ” những giấc mơ quá kỳ quái. Cô bị lệch ra khỏi các thang đo được xã hội định giá và dưới con mắt của thân nhân, cô là kẻ lập dị, cô luôn bị tấn công, trở thành nỗi nhục của chồng, bị ông bố bạo lực vì không chịu nghe lời, vì đi ngược lại với những quy chuẩn thông thường. Có lẽ, người nữ là bộ phận cô đơn bậc nhất trong xã hội Hàn Quốc. Dõi theo hành trình của các nhân vật nữ khác như Park So-nyo, Sunhee, Kim Ji Young, ...²³ chúng ta luôn thấy họ đơn độc tranh đấu cho những lí tưởng dù không toàn vẹn theo ý muốn, nhưng hơn hết là họ dám dấn thân, dám đương đầu. Nhân vật Sunhee đã chấp nhận thoái lui để về lại với luân lý xã hội, để tránh làm tổn thương đến những người xung quanh, nhất là con trai mình. Hiện tượng Kim Ji Young, trong *Kim Ji Young, sinh năm 1982*²⁴ của Cho Nam Joo²⁵, một mình đeo đuổi lý tưởng, phụ nữ phải đeo gương mặt

²³ Các nhân vật trong *Hãy chăm sóc mẹ, Hoàng hôn đỏ rực*, Kim Ji Young, sinh năm 1982.

²⁴ Cho Nam Joo. (2019). *Kim Ji Young, sinh năm 1982*. (Dương Thanh Hoài dịch). NXB Phụ nữ.

²⁵ Cho Nam Joo (1978~) là một tiểu thuyết gia, cô tự nhận mình là một nhà hoạt động vì nữ quyền và liên tục cho xuất bản các tiểu thuyết liên quan đến giới tính. Cô trở thành tác giả có hàng triệu cuốn sách được bán mang tên *Kim Ji Young, sinh năm 1982*. Số sách được dịch tại Việt Nam của nữ nhà văn này mới có hai cuốn liên quan đến vấn đề nữ quyền là tiểu thuyết ăn khách trên (2019) và cuốn tiểu thuyết dạng thức phỏng vấn trên nhiều đối tượng nữ, *Tên cô ấy là* (2021).

thật thay vì “giả trang”²⁶ để đối thoại, người nữ nên được đi làm, cống hiến như nam giới. Kể từ lúc đồng đội của Weltevrete²⁷ bỏ mạng nơi đất khách, Waltevrete đã tự thú: “Tôi chẳng có nơi nào để trở về trên mảnh đất man di này.” (tr.295) và với anh “đồng bào duy nhất trên mặt đất của tôi chính là bản thể tôi.” (tr.24)

Tách khỏi quê hương xứ sở, con người không khỏi rơi vào cảnh tượng bị lạc lõng, mất định vị. Chị họ ở *Phía sau núi tây* đã sống một đời cô độc kể từ khi di tản sang Mỹ cùng gia đình. Ở nơi đất nước mà gia đình chị hằng khát khao là một thế giới rộng lớn, con người lọt thỏm: “Chị ấy dù bản thân mang những nỗi đau nhưng luôn cố gắng không phơi bày cho thế gian biết” (tr.113). Bản thân “Tôi” cũng “đường như qua con trai mình, tôi đã thấy hình ảnh sự cô độc của con người, sự cô độc tiền gần đến nỗi kinh sợ có chút gì đó không thể lý giải được” (tr.122) “Tôi” của *Mùa đông sau khung cửa*²⁸ không khác gì mấy, vẫn là kẻ mang mặc cảm thể xác, đẩy mọi người ra xa. “Tôi” đã bị mọi người xa lánh và e dè với những cảm xúc cá nhân khi mang căn bệnh về da: “Con gái. Những cô con gái. Những cô gái kia đang đi đâu về đâu nhỉ? Trong số những cô gái kia có cô nào sẵn lòng gặp gỡ tôi một cách nghiêm túc với dự định sẽ cùng nhau có một đứa con.” (tr.104)

Như đã chia sẻ, con người cô đơn trong văn học Hàn là không hạn định. Đâu đâu ta

cũng bắt gặp một dáng buồn lặng lẽ, lẻ loi, dù ở bất kỳ lứa tuổi nào, ai cũng mang một nỗi niềm riêng. Đi từ dòng văn chương viết cho lứa tuổi thanh thiếu niên ở xứ kim chi, ta sẽ thấy rất rõ một thế giới tuổi thơ với những đứa trẻ vốn dĩ cười tươi đã phải trầm tư nghĩ ngợi mông lung, phải già đời hơn so với tuổi tác, dần dà trở thành những người trẻ bị chấn thương (trauma) tinh thần. Điển hình như chùm tiểu thuyết của Kim Ryeo Ryeong²⁹ với *Wandeuk - cậu học trò nổi loạn*, *Lời nói dối hoa mỹ*, *Trộm - hay lời thú tội của chiếc gai*, kể về những mất mát nơi các em thiếu vắng tình thương từ gia đình, đeo mặc cảm thân phận nghèo hèn, chịu nạn bạo lực học đường phải tự sát, ... Hay sáng tác *Trắng có biết không?*³⁰ của Kim Hyang-yi³¹ là câu chuyện mang nỗi buồn của nhiều thế hệ. Một người bà đã ngoài 80 tuổi mang kí ức con người lạc loài, thiếu vắng quê hương do cuộc chiến tranh Nam-Bắc triều buộc lòng đẩy họ đến sự cách xa. Một cô cháu bé thiếu mẹ, khuyết vắng tình thương của bố vì phải đi lính xa. Ngoài ra còn phải kể đến một số tác phẩm khắc họa về trẻ em đượm buồn khác như là *Tôi đã chết vào một ngày nào đó* (Lee Kyunghye), *Món quà từ cánh chim* (Eun Hee-kyung), *Giã từ thơ ngây* (Park Hyun-wook), ...

Thông thường các nhân vật cô đơn trong văn học Hàn luôn được bỏ vào “không

²⁶ Trong tác phẩm, nhân vật nữ chính mắc bệnh trầm cảm sau sinh, nên xuất hiện trạng thái rối loạn nhận thức, thường rơi vào cảnh nhập vai người khác như mẹ ruột, chị bạn cùng khoá để cất lời giải toả những khuất tất liên quan đến xung đột về giới, mà bản thân khi tâm lý bình thường cô không thể nói ra. Chúng tôi cũng xem đây là một thủ pháp nghệ thuật đặc sắc của cuốn tiểu thuyết này - Thủ pháp “đảo vai” (trans-characters)

²⁷ Nhân vật “tôi” trong *Vương quốc ngàn năm*.

²⁸ Nhiều tác giả. (2019). *Truyện ngắn đương đại Hàn Quốc (Tuyển chọn từ tạp chí Koreana)*. Tập 1. (Phan Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Hiền-chủ biên). NXB Văn hoá - Văn nghệ.

²⁹ Kim Ryeo Ryeong (1971~) là cây bút viết truyện thiếu nhi mang lại những dấu ấn đặc sắc. Các sáng tác của cô thường khắc họa đến đời sống của trẻ thơ, thường là những góc khuất buồn. Ở Việt Nam, số tác phẩm được dịch của cô gồm có: *Wandeuk - cậu học trò nổi loạn* (2015), *Lời nói dối hoa mỹ* (2017), *Trộm - hay lời thú tội của chiếc gai* (2021). Và gần đây nhất là cuốn tiểu thuyết *Một tuần* (2023).

³⁰ Kim Hyang-yi. (2017). *Trắng có biết không?*. (Phạm Thị Mai Thương dịch). NXB Trẻ.

³¹ Kim Hyang-yi (1952~) là nhà văn chuyên viết truyện thiếu nhi. Năm 1991 là mốc bà khởi nghiệp văn chương, với rất thành công ở mảng truyện dành cho trẻ em này. Hiện tác phẩm của bà ở Việt Nam mới chỉ được dịch cuốn *Trắng có biết không?* vào năm 2017.

gian dị biệt” (Heterotopia) để tự sự nỗi cô đơn như *bệnh viện, khách sạn, cửa hàng tiện lợi, bữa điện thoại công cộng, ...*³² Con người Hàn Quốc đương đại đang đối diện, sinh tồn với nhịp sống hiện tại và quá khứ không có sự tương thông, họ rối mù vì thiếu hụt thông tin, trở thành người tuyệt vọng. Bên cạnh không gian như một thế giới ngăn cách con người với hiện thực, các nhân vật phải gặm nhấm nỗi đau, mong ước “đi tìm thời gian đã mất”. Họ sống trong những khoảnh khắc tuyệt vọng khi người thương mất tích như chồng, con của bà Park (*Hãy chăm sóc mẹ*). Nhân vật thường biểu hiện trạng thái cô đơn thông qua các cuộc đối thoại đứt đoạn, có khi là mất khả năng giao tiếp với xã hội. Đó là cuộc đối thoại lúc được lúc không của hai chị em khi điện thoại là con đường liên kết duy nhất con người thời điểm đó (*Phía sau núi Tây*). Hay nhân vật Chon ji không thể đối thoại với bất kỳ ai phải lựa chọn cái chết - một thể thức cứu rỗi linh hồn mình, khơi mở đến một vấn nạn xã hội - nạn tự tử ở giới trẻ (*Lời nói dối hoa mỹ*). Nữ chính Yeong-hye dù ám ảnh cùng cực vì giấc mơ bê bối máu kéo dài nhưng không làm sao cô diễn đạt cho mọi người xung quanh thấu hiểu, lời thoại mơ hồ “*Em đã mơ*” là những gì cô có thể diễn đạt cho mọi người, kể cả sự kháng cự chống trả không một lời biện hộ cho việc làm “phi lý” của cá nhân (*Người ăn chay*), ...

Từ nhiều kiểu con người cô đơn nêu trên, chúng ta có quyền giả định rằng, từ trong văn học Hàn Quốc với sứ mệnh phản ánh cái thực tại của thế thời đất nước, con người

thực ngoài xã hội, nhất là những người trẻ, họ đang cho thấy về một một “thế hệ cô đơn” (The Loner Generation) đang sống âm thầm, lẫn khuất trong lòng Hàn Quốc nhộn nhịp của kỷ nguyên siêu đô thị, tựa như “thế hệ mất mát” (The Lost Generation) một thời ở Hoa Kỳ.

5. Kết luận

Trên đây là một vài phân tích nhằm chỉ ra dấu vết cổ mẫu có trong văn học Hàn Quốc đương đại. Nghiên cứu văn học qua việc giải mã các cổ mẫu giúp việc tiếp cận các ẩn nghĩa trong tác phẩm một cách tường tận. Xét trên diện rộng, dĩ nhiên văn học đương đại Hàn sẽ khởi sinh thêm nhiều cổ mẫu khác, tuy nhiên theo chúng tôi, ba cổ mẫu vừa trình bày là điển hình nhất. Vì với xu hướng văn học phải bám sát vào các đề tài xã hội đang cần như hiện nay ở Hàn Quốc thì việc sử dụng lối viết dựa trên ba dạng thức cổ mẫu này giúp cho văn chương Hàn có thể thực hiện được sứ mệnh phản ánh hiện thực một cách hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chevalier. J. & Gheerbrant. A. (1997). *Từ điển biểu tượng văn hoá thế giới*. NXB Đà Nẵng
2. Lê Bá Hán. (2010). *Từ điển thuật ngữ văn học*. NXB Văn học.
3. Jung. C.G. (2021). *Thăm dò tiềm thức*. NXB Tri thức.
4. Stevens. A. (2020). *Dẫn luận về Jung*. NXB Hồng Đức.
5. Stein. M. (2021). *Bản đồ tâm hồn con người của Jung*. NXB Tri Thức.
6. Hoàng Phê. (2020). *Từ điển Tiếng Việt*. NXB Đà Nẵng
7. Đỗ Lai Thuý. (2018). *Phân tâm học và văn hoá nghệ thuật*. NXB Tri thức.
8. Bùi Lưu Phi Khanh. (2011). *Vai trò của cổ mẫu trong nghiên cứu văn hoá nghệ thuật*, Tạp chí VHNT. (389). Truy xuất từ: <http://www.vhnt.org.vn/tin-tuc/y-kien-trao-doi/30034/vai-tro-cua-co-mau-trong-nghien-cuu-van-hoa-nghe-thuat>

³² Tham khảo truyện ngắn *Plaza Hotel* (Kim Mi-wol) trong tuyển tập *Truyện ngắn đương đại Hàn Quốc (Tuyển chọn từ tạp chí Koreana)*. Tập 1. Hoặc một số không gian được nhắc đến trong bài viết xuất hiện ở các tác phẩm đã nêu ra phân tích như *Người ăn chay* (bệnh viện nơi Yeong-hye bị đưa đến chữa bệnh), *Hãy chăm sóc mẹ* (nhà ga Seoul nơi người mẹ mất tích), ...

9. Nguyễn Quang Huy. (2012). *Thử dẫn vào nghiên cứu văn học từ góc nhìn cổ mẫu (archetype)*, Tạp chí sông Hương. (281). (7-12). Truy xuất từ:
<http://tapchisonghuong.com.vn/tap-chi/c266/n10601/Thu-dan-vao-nghien-cuu-van-hoc-tu-goc-nhin-co-mau-archetype.html>

Abstract

THREE ARCHETYPAL THEMES IN KOREAN CONTEMPORARY LITERATURE

Dinh Le Minh Thong
University of Social Sciences and
Humanities, Ho Chi Minh City

The article aims to select some typical contemporary Korean literary works for analysis from the archetypal

critical theory. It is found that three reincarnation variations from the archetype of humanity operates as narrative patterns including “journey”, “dream”, and a “lonely person”.

Perceiving the writer's creativity through the above archetypal traces helps realize the hidden value of those creations. Broadly speaking, it can be assessed that this is a trend of writing and approaching the literary market that literature with a sense of promoting topical issues like Korea is aiming for.

Keywords: Korean contemporary literature, archetypal criticism, journey, dream, a lonely person

NGHIÊN CỨU CHIẾN LƯỢC GIẢNG DẠY VĂN HÓA HÀN QUỐC CHO SINH VIÊN NGÀNH NGÔN NGỮ HÀN TẠI VIỆT NAM

Trần Thị Lan Anh*

Tóm tắt

Mục tiêu của bài viết là nhằm xác định mục tiêu và nội dung giảng dạy nội dung văn hóa Hàn Quốc để nâng cao kỹ năng giao tiếp liên văn hóa của sinh viên học tiếng Hàn tại các trường đại học ở Việt Nam. Bài viết sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng nhằm tìm hiểu các chương trình đào tạo tiếng Hàn đang được giảng dạy ở Việt Nam, mối quan hệ giữa các học phần giảng dạy trong chương trình với nội dung văn hóa Hàn Quốc và xem xét thực trạng chương trình đào tạo, giáo trình giảng dạy các môn học liên quan đến văn hóa Hàn Quốc với trọng tâm là một số khoa tiếng Hàn tại các trường đại học. Kết quả đem lại là bài nghiên cứu đã xác định được các vấn đề còn tồn tại trong việc giảng dạy văn hóa Hàn Quốc của các chương trình đào tạo tiếng Hàn, xác định được nhận thức và nhu cầu của người học về các học phần văn hóa. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất chiến lược dự kiến giảng dạy văn hóa Hàn Quốc trong chương trình đào tạo ngôn ngữ Hàn Quốc. Bài viết sẽ đóng vai trò là tài liệu cho nghiên cứu giảng dạy văn hóa Hàn Quốc trong chương trình đào tạo tiếng Hàn ở Việt Nam.

Từ khóa: chiến lược, giảng dạy văn hóa, ngôn ngữ Hàn Quốc, văn hóa Hàn Quốc.

1. Đặt vấn đề

Tại các trường đại học có Khoa tiếng Hàn ở Việt Nam hiện nay, nếu giai đoạn giảng dạy tiếng Hàn đóng vai trò là giai đoạn cơ sở nhằm tiếp thu và nâng cao năng lực ngôn ngữ thì giai đoạn giảng dạy văn hóa Hàn Quốc đóng vai trò là giai đoạn bổ sung kiến thức để sinh viên hiểu về đất nước và con người Hàn Quốc, có thể bồi dưỡng năng lực thực hành tiếng thông qua các biểu hiện tiếng Hàn ở các lĩnh vực chuyên ngành đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu nghề nghiệp biên phiên dịch. Chuyên ngành tiếng Hàn được đào tạo hiện nay ở các trường đại học tại Việt Nam với trọng tâm là đào tạo các cử nhân biên phiên dịch là chính, vì thế trong công tác đào tạo cũng chú trọng đến việc bồi dưỡng năng lực tiếng Hàn từ trình độ cơ bản đến nâng cao. Trong các chương trình đào tạo này, khối kiến thức giáo dục đại cương chiếm từ 30-39 tín chỉ, khối kiến thức giáo dục tiếng Hàn từ 65-72 tín chỉ, trong khi đó khối kiến thức văn hóa Hàn Quốc chỉ từ 18-20 tín chỉ, kiến thức về tiếng Hàn chuyên ngành 4-6 tín chỉ. Điều này cho thấy số giờ học văn hóa Hàn Quốc quá ít so với khối lượng chung của chương trình đào tạo nói chung (135-141 tín chỉ) và so với khối lượng kiến thức giáo dục đại cương và khối đào tạo kỹ năng tiếng nói riêng. Các môn học cung cấp kiến thức văn hóa Hàn Quốc đang được giảng dạy hiện nay cũng đã đáp ứng phần nào mục đích hỗ trợ cho việc đào tạo năng lực tiếng Hàn. Bên cạnh những

* Tiến sĩ; Đại học Ngoại Ngữ, ĐH Đà Nẵng;
E-mail: ttlanh@ufl.udn.vn

môn học hiện nay cung cấp kiến thức văn hóa tinh thần (tư duy, cách nghĩ), văn hóa ngôn ngữ (biểu đạt từ vựng, lễ nghi chào hỏi, v.v), văn hóa thường nhật (ẩm thực, phong tục, sinh hoạt cộng đồng, giải trí, cư trú, v.v), văn hóa nghệ thuật (âm nhạc, phim), văn học Hàn Quốc thì vẫn còn cần hơn nữa những môn học văn hóa Hàn Quốc ở các lĩnh vực văn hóa thông tin (kinh tế, chính trị, xã hội, giáo dục, khoa học kỹ thuật, v.v), văn hóa di sản (phi vật thể và vật thể), văn hóa tinh thần (giá trị quan, tôn giáo) được thiết kế cung cấp cho người học kiến thức chuyên sâu về kinh tế - xã hội, văn hóa - nghệ thuật, lịch sử - triết học, địa lý, ngoại giao, kỹ thuật sản xuất, truyền thông giải trí, du lịch thương mại, di sản văn hóa v.v nhằm hỗ trợ nâng cao kỹ năng thực hành tiếng Hàn, giúp phát huy tối đa sự phát triển cá nhân và chuyên ngành biên phiên dịch của bản thân thông qua những kiến thức ở các lĩnh vực đa dạng để trở thành một cử nhân tiếng Hàn có năng lực toàn diện về kiến thức ngôn ngữ và kiến thức văn hóa.

Nghiên cứu này sẽ tiến hành khảo sát nhu cầu đối với các tiết học văn hóa Hàn Quốc hiện nay với đối tượng là sinh viên chuyên ngành tiếng Hàn tại Việt Nam để xây dựng chiến lược nội dung giảng dạy các môn học về kiến thức văn hóa Hàn Quốc nhằm tạo nên một hệ thống song song mang tính đồng bộ giữa các cơ sở giáo dục tiếng Hàn tại Việt Nam.

2. Mục tiêu nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu:

* Khảo sát mục tiêu chương trình đào tạo và mục tiêu các học phần thực hành tiếng Hàn trong chương trình đào tạo ngôn ngữ Hàn Quốc của một số trường Đại học tại Việt Nam nhằm xác định rõ có hay

không mục tiêu đào tạo văn hóa Hàn Quốc trong các học phần thực tiếng Hàn.

* Khảo sát nhận thức và nhu cầu của người học đối với việc giảng dạy văn hóa Hàn Quốc nhằm làm rõ nhu cầu, mức độ quan tâm của người học đang học tiếng Hàn đến các lĩnh vực văn hóa Hàn Quốc. Đồng thời làm rõ nhu cầu của người học ở mỗi cấp độ đối với mỗi lĩnh vực văn hóa Hàn Quốc. Kết quả của khảo sát này nhằm đưa đến kiến nghị xây dựng học phần văn hóa phù hợp với từng cấp độ học của chương trình đào tạo.

* Khảo sát thực trạng giảng dạy văn hóa Hàn Quốc hiện nay trong chương trình đào tạo ngành ngôn ngữ Hàn Quốc nhằm làm rõ những lĩnh vực văn hóa còn thiếu, chưa được giảng dạy, hoặc đã được giảng dạy nhưng chưa đáp ứng được nhu cầu của người học.

* Kiến nghị điều chỉnh, bổ sung và đề xuất nội dung văn hóa cần được giảng dạy trong chương trình đào tạo tiếng Hàn Quốc theo các cấp độ của người học, phù hợp với nhu cầu của người học trong chương trình đào tạo Ngôn ngữ Hàn Quốc.

2.2. Phương pháp nghiên cứu:

Trong nghiên cứu này, người viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính đồng thời kết hợp với phân tích định lượng.

Phương pháp thu thập dữ liệu thông qua nghiên cứu tài liệu, điều tra khảo sát bằng phiếu trả lời và phỏng vấn. Nghiên cứu tài liệu bao gồm các tài liệu liên quan như: Chương trình đào tạo Ngôn ngữ Hàn Quốc của các trường Đại học tại Việt Nam, Bản mô tả chương trình đào tạo Ngôn ngữ Hàn Quốc, Kế hoạch giảng dạy 8 học kỳ chương trình đào tạo Ngôn ngữ Hàn Quốc, Đề cương chi tiết các học phần giảng dạy văn hóa, giáo trình thực hành tiếng Hàn, giáo trình học phần văn hóa, và các tài liệu tham khảo liên quan đến giáo trình này.

Phương pháp điều tra, khảo sát được tiến hành trên các đối tượng nghiên cứu là các sinh viên học tiếng Hàn tại các trường đại học tại Việt Nam. Các đối tượng nghiên cứu trả lời bằng hai hình thức, hoặc trả lời phiếu trả lời được nhận qua link, hoặc trả lời phỏng vấn qua điện thoại. Các câu hỏi điều tra nhằm tìm hiểu về nhận thức và nhu cầu học văn hóa Hàn Quốc của đối tượng người học tiếng Hàn. Việc mô tả, phân tích và diễn giải dữ liệu được xác nhận lại với người học để đảm bảo kết quả nghiên cứu phản ánh đầy đủ và đúng đối tượng nghiên cứu và tình hình thực tế giảng dạy văn hóa Hàn Quốc của các chương trình đào tạo.

Phương pháp phân tích, đánh giá các ý kiến khảo sát, điều tra người học nhằm làm rõ được mức độ sử dụng tiếng Hàn trong các học phần văn hóa, đánh giá tính khả thi của phương pháp giảng dạy hiện tại, và đo được mức độ hài lòng của người học về phương pháp giảng dạy, giáo trình, về chất lượng và nội dung của học phần liên quan đến văn hóa Hàn Quốc.

Trên cơ sở kết quả vận dụng các phương pháp trên, đề tài mang đến một mô hình, chiến lược học tập và giảng dạy văn hóa Hàn Quốc cho đối tượng là người học tiếng Hàn trong chương trình đào tạo ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc tại một số các trường đại học ở Việt Nam.

3. Cơ sở lý luận

3.1. Văn hóa

Văn hóa là tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử (Hoàng Phê, 2003:1100). Văn hóa theo nghĩa rộng là tổng thể các nguồn lực vật chất và tinh thần được tạo ra trong quá trình biến cố lịch sử của xã hội loài người. Theo nghĩa này, nó đề cập đến hình thức của các ý tưởng xã hội và các thể chế và cơ cấu tổ chức phù hợp

với chúng. Khi các nền văn hóa hình thành và phát triển, các nền văn hóa có được tính dân tộc. Tuy nhiên, mỗi hình thái xã hội đều có nền văn hóa của nó và mỗi nền văn hóa phát triển theo sự phát triển của nền sản xuất vật chất xã hội. Nói cách khác, tính liên tục của sự phát triển sản xuất vật chất có tính liên tục của sự phát triển văn hóa cũng như tính kế tục lịch sử. Trường hợp văn hóa Hàn Quốc, Nho giáo, cung điện Gyeongbokgung, món ăn Hàn Quốc, kimchi đều là của một dân tộc, mang tinh thần và vật chất đặc trưng của dân tộc Hàn Quốc, có thể gọi là văn hóa.

Trong cuộc sống hằng ngày, văn hóa thường được hiểu là văn học, nghệ thuật như thơ ca, mỹ thuật, sân khấu, điện ảnh ... Bên cạnh đó, văn hóa là cách sống bao gồm phong cách ẩm thực, trang phục, cư xử và cả đức tin, tri thức được tiếp nhận (Macionis, J.Johnn, 2003:82). Văn hóa bao gồm tất cả những sản phẩm của con người, và như vậy, văn hóa bao gồm cả hai khía cạnh: khía cạnh phi vật chất của xã hội như ngôn ngữ, tư tưởng, giá trị, tín ngưỡng, phong tục, tập quán, chuẩn mực, lễ nghi, chính trị, kinh tế, văn học, giáo dục, khoa học công nghệ... và các khía cạnh vật chất như nhà cửa, quần áo, trang phục, các phương tiện, con đường, đèn đài, v.v. Văn hóa vật chất và phi vật chất liên quan chặt chẽ với nhau (Lương Văn Kế, 2007).

Định nghĩa về 'văn hóa' trong "Từ điển tiếng Hàn tiêu chuẩn" của Hàn Quốc là "*Văn hóa là quá trình các khuôn mẫu hành vi hoặc lối sống được các thành viên trong xã hội tiếp thu, chia sẻ và truyền tải nhằm thoát khỏi trạng thái tự nhiên và thực hiện một mục đích hoặc lý tưởng nhất định của cuộc sống, và văn hóa vật chất và tinh thần đạt được trong quá trình đó*". Văn hóa đề cập đến tất cả thu nhập, bao gồm thực

phẩm, quần áo và chỗ ở, cũng như ngôn ngữ, phong tục, tôn giáo, học thuật và hệ thống nghệ thuật (Bae Jae-won, 2011:17). “*Văn hóa của một quốc gia là tất cả những lối sống và lối suy nghĩ được chia sẻ bởi các thành viên trong cộng đồng đó, giống với các cộng đồng khác*” (Park Young-soon, 2006:19). Bên cạnh đó, tác giả Kim Jin-seok cho rằng “*‘Văn’ là đề cập đến học thuật, nghệ thuật, luật pháp, nghi thức, hiện tượng, tài liệu, mô hình, cụm từ và chữ cái và ‘Hóa’ có nghĩa là gây dựng – có nghĩa là dạy, làm theo, bắt chước, thay đổi, sinh ra, Nếu kết hợp giữa ‘Văn’ và ‘Hóa’, ‘văn hóa’ là dạy hoặc bắt chước học thuật, nghệ thuật, luật pháp, nghi thức, v.v; ‘văn hóa’ là thay đổi hoặc bắt chước những khuôn mẫu do cuộc sống tạo ra, thay đổi hoặc làm cho mọi thứ trở nên khác biệt*”.

Dựa trên những thảo luận khác nhau về khái niệm văn hóa và văn hóa Hàn Quốc được xem xét ở trên, có thể định nghĩa văn hóa Hàn Quốc như sau: Văn hóa Hàn Quốc không phải là thứ tồn tại ở cấp độ cá nhân mà là một hiện tượng phổ quát trong xã hội Hàn Quốc, kế thừa bản chất của nó trong nhiều lĩnh vực khác nhau như phong tục, tập quán, ngôn ngữ, nghi thức, ẩm thực, quần áo và nơi ở trong cuộc sống hàng ngày, là văn học, chính trị, kinh tế, tư tưởng, giáo dục, khoa học công nghệ và được sử dụng để hình thành nên một xã hội, không ngừng thay đổi. Văn hóa dân tộc Hàn Quốc đề cập đến cả nền văn hóa truyền thống được truyền lại từ xa xưa và nền văn hóa hiện đại hiện nay.

Hiện nay, nội dung văn hóa trong đào tạo tiếng Hàn chủ yếu tập trung vào các hiện tượng văn hóa và văn hóa vật chất của đời sống hằng ngày. Thật khó để hiểu đúng về văn hóa Hàn Quốc nếu không có những học phần hoặc những môn học thể hiện những giá trị tinh thần, văn hóa tinh thần. Trong giao tiếp đa văn hóa, điều quan trọng là phải hiểu cách thức tư duy làm nền tảng cho các hành vi và hệ thống giá trị cho phép một người nói được ngôn ngữ đích. Vì vậy, giảng dạy văn hóa chính là trau dồi thêm kỹ năng giao tiếp liên văn hóa. Nhu cầu trau dồi kỹ năng giao tiếp đa văn hóa như vậy cần phải được nhấn mạnh, bổ sung trong chương trình giảng dạy tiếng Hàn tại Việt Nam.

3.2. Năng lực giao tiếp liên văn hóa

Theo Byram (1997), để có được một cuộc hội thoại thành công với một người đến từ nền văn hóa khác khi sử dụng một ngôn ngữ không phải ngôn ngữ mẹ đẻ, người sử dụng ngôn ngữ không chỉ cần có Năng lực giao tiếp (Communicative competence) mà cần phải có Năng lực liên văn hóa (Intercultural competence). Nói một cách ngắn gọn, Năng lực giao tiếp liên văn hóa là khả năng của một người để giao tiếp thành thạo, tự tin và thích hợp bằng một ngôn ngữ nước ngoài với những người đến từ các nền văn hóa khác. Ông cho rằng năng lực giao tiếp liên văn hóa được tạo nên trên nền tảng nhận thức, thái độ và hành vi. Ông định nghĩa về từng thành tố cấu thành nên Năng lực giao tiếp liên văn hóa gồm nhóm kiến thức, nhóm kỹ năng, nhóm thái độ và nhóm tư duy phê phán.

Bảng 1. Các thành tố của năng lực giao tiếp liên văn hóa (Byram, 1997)¹

Năng lực giao tiếp liên văn hóa			
Năng lực giao tiếp		Năng lực liên văn hóa	
Thành tố	Định nghĩa	Thành tố	Định nghĩa
Năng lực ngôn ngữ (Linguistic competence)	Kiến thức về ngôn ngữ (các quy tắc ngữ pháp, từ vựng, ngữ âm, chính tả, ...)	Thái độ liên văn hóa (Intercultural attitudes)	Sự sẵn sàng tương đối hóa các giá trị, niềm tin và hành vi của chính mình, không cho rằng chúng là những thứ duy nhất đúng, và có thể hiểu được chúng sẽ như thế nào dưới góc nhìn của một người khác, người có những giá trị, niềm tin và hành vi khác với mình.
Năng lực sử dụng ngôn ngữ xã hội (Sociolinguistic competence)	Việc nắm vững quy tắc sử dụng ngôn ngữ văn hóa xã hội (việc sử dụng từ vựng, cách xưng hô, phép lịch sự trong những tình huống giao tiếp)	Kiến thức (Knowledge)	Kiến thức về các nhóm xã hội như các giá trị văn hóa gắn liền với thực tiễn xã hội ở một quốc gia khác, cũng như kiến thức về quá trình tương tác giữa xã hội và cá nhân ở quốc gia mình.
Năng lực diễn ngôn (Discourse competence)	Khả năng kết hợp các cấu trúc ngôn ngữ vào những loại văn bản khác nhau để tạo ra tính gắn kết của văn bản (ví dụ trong bài phát biểu hay thơ ca)	Kỹ năng liên hệ và suy luận (Skills of interpreting and relating)	Khả năng diễn giải một tài liệu hoặc một sự kiện từ một nền văn hóa khác, để giải thích nó và liên hệ nó với các tài liệu và sự kiện từ văn hóa nước mình.
Năng lực chiến lược (Strategic competence)	Kiến thức về các chiến lược trong giao tiếp sử dụng lời nói hoặc cử chỉ nhằm tăng tính hiệu quả trong giao tiếp và có thể làm cho người học vượt qua được khó khăn khi giao tiếp không thành công.	Kỹ năng khám phá và tương tác (Skills of discovery and interaction)	Khả năng tiếp thu kiến thức mới và thực hành mới về văn hóa và khả năng vận dụng kiến thức, thái độ, kỹ năng vào giao tiếp và tương tác thực trong cuộc sống.
		Nhận thức liên văn hóa (Critical cultural awareness)	Khả năng đánh giá, có tư duy phản biện dựa trên cơ sở các tiêu chí, quan điểm và thực tiễn rõ ràng trong văn hóa của đất nước mình và văn hóa của các quốc gia khác.

¹ Dẫn lại từ bài viết của tác giả Nguyễn Thị Thúy Lan, Từ tầm quan trọng của Năng lực giao tiếp liên văn hóa đến việc xác định lại mục tiêu cho người học tiếng Anh ở Việt Nam, Tạp chí Khoa học trường ĐHSP Tp. HCM, Tập 17, Số 8 (2020):1521-1528, tr. 1523.

Thuật ngữ giao tiếp liên văn hóa lần đầu tiên được Hall (1959) (trích lại từ Wisoo Cho, Joowon Yoon Culture, 2019:206) đề cập đến. Kỹ năng giao tiếp liên văn hóa là một khái niệm quan trọng trong giáo dục văn hóa và là hệ tư tưởng chính trong thiết kế chương trình giảng dạy văn hóa. Giao tiếp liên văn hóa được định nghĩa là khả năng người học phản ứng linh hoạt với các tình huống giao tiếp giữa những người đến từ các nền văn hóa khác nhau và mục tiêu là thúc đẩy nhận thức liên văn hóa đồng thời xác định các kỹ năng ngôn ngữ cần thiết cho giao tiếp trong giáo dục ngoại ngữ (Byram, 1997; 2019:207; trích dẫn lại từ Jo Wi-su và Yoon Ju-won; 2016:188). Định nghĩa của các học giả về kỹ năng giao tiếp liên văn hóa đều nhấn mạnh sự cần thiết phải học ngôn ngữ và học văn hóa song song, cho rằng có cả kỹ năng giao tiếp và kiến thức văn hóa là kỹ năng cần thiết cho việc học ngoại ngữ. Điều đó cho thấy rõ ngôn ngữ và văn hóa có mối quan hệ không thể tách rời với nhau. Trong giáo dục, giảng dạy văn hóa phải được chú trọng để người học có thể hiểu được nền văn hóa chứa đựng những ý tưởng, phong tục và giá trị độc đáo của xã hội, hiểu ngôn ngữ được sử dụng bởi các thành viên trong xã hội đó và hiểu chính xác ý nghĩa bên trong của hành vi ngôn ngữ (Jaewon Bae, 2014:66).

Vì vậy, giảng dạy văn hóa Hàn Quốc là điều cần thiết trong giáo dục tiếng Hàn ở Việt Nam và việc phát triển kỹ năng giao tiếp đa văn hóa của người học là rất quan trọng. Để người học tiếng Hàn tại các trường đại học Việt Nam có thể giao tiếp trôi chảy với người Hàn Quốc, họ không chỉ phải có năng lực tiếng Hàn mà còn phải hiểu được ý nghĩa văn hóa xã hội ẩn chứa trong tiếng Hàn và có kỹ năng giao tiếp liên văn hóa để tương tác với người Hàn Quốc.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mục tiêu giảng dạy văn hóa thể hiện trong các học phần thực hành tiếng Hàn của chương trình đào tạo ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc

Kết quả nghiên cứu cho thấy mục tiêu đào tạo chuyên ngành tiếng Hàn ở các trường đại học tại Việt Nam thể hiện đặc trưng nhất quán ở 3 lĩnh vực: Thứ nhất, mục tiêu kỹ năng ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp tiếng Hàn thành thạo; Thứ hai, có kiến thức và hiểu về văn hóa Hàn Quốc bao gồm cả kinh tế, xã hội; Thứ ba, có trình độ chuyên môn và năng lực xã hội để đảm nhận các nhiệm vụ xã hội. Như vậy, mục tiêu về kiến thức văn hóa Hàn Quốc là một trong những mục tiêu cụ thể của chương trình đào tạo ngành tiếng Hàn của các trường. Tuy nhiên, trong từng học phần thực hành tiếng Nghe, Nói, Đọc, Viết thì không thể hiện hoặc không thể hiện rõ ràng. Đa số mục tiêu và nội dung của các học phần Nghe, Nói, Đọc, Viết đều tập trung vào vận dụng và phát triển kỹ năng ngôn ngữ như có khả năng giao tiếp diễn đạt ý tưởng qua văn bản Nói, Viết và kỹ năng Nghe, Đọc hiểu trôi chảy, lưu loát. Chương trình đào tạo ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc của các trường được phát triển với trọng tâm là kiến thức ngôn ngữ cơ bản và chức năng ngôn ngữ như từ vựng, ngữ pháp, ngữ âm. Các học phần thực hành tiếng chủ yếu chú trọng trau dồi vốn từ vựng, trau dồi kỹ năng viết và khả năng đàm thoại giao tiếp từ trình độ thấp đến cao. Tuy nhiên, kỹ năng giao tiếp này không có mục tiêu đạt năng lực giao tiếp liên văn hóa “khả năng người học phản ứng linh hoạt, ứng xử phù hợp với các tình huống giao tiếp”. Bên cạnh đó, các học phần văn hóa Hàn Quốc được phân kỳ giảng dạy có đôi chút khác biệt giữa các trường, thường tập trung vào học kỳ 4, 5, 6 và học kỳ 7. Việc phân loại học phần bắt buộc và học phần tự chọn đối với môn học văn hóa Hàn Quốc

giữa các trường cũng khác nhau, nhưng có điểm chung là học phần Văn học Hàn Quốc được chú trọng nhiều hơn trong các chương trình đào tạo. Thông thường học phần Văn học Hàn Quốc được phân bổ giảng dạy ở các học kỳ 6 và học kỳ 7 khi người học đã đạt trình độ thực hành tiếng nâng cao. Nghiên cứu cũng cho thấy các chương trình đào tạo tiếng Hàn hiện hành không có học phần Nhập môn văn hóa Hàn Quốc hoặc môn Tổng quan văn hóa Hàn Quốc. Điều này có thể khẳng định việc giảng dạy văn hóa Hàn Quốc vẫn chưa được chú trọng trong chương trình đào tạo Ngôn ngữ Hàn Quốc.

4.2. Nhận thức và nhu cầu của người học đối với việc giảng dạy văn hóa Hàn Quốc

Nghiên cứu tiến hành khảo sát trên 304 sinh viên từ năm 1 đến năm thứ 4 đang học ngành tiếng Hàn tại các trường Đại học ở 3 miền Việt Nam là: Trường ĐH Hạ Long (miền Bắc), trường ĐH Ngoại Ngữ, ĐH Đà Nẵng (miền Trung), trường ĐH Ngoại ngữ Huế, ĐH Huế (miền Trung), Trường ĐH Ngoại ngữ Tin học, Tp. HCM (miền Nam). Đây là các trường đào tạo cử nhân theo học tiếng Hàn với nhu cầu liên quan đến việc làm, học lên cao học hoặc trở thành giáo viên tiếng Hàn. Do đó, việc đào tạo tiếng Hàn tại các trường này trên hết nên xem xét đến nhu cầu việc làm của sinh viên, cũng như con đường phát triển sự nghiệp, học tập suốt đời mà sinh viên hướng đến. Nhằm phát triển nghề nghiệp của sinh viên tiếng Hàn thì việc chú trọng đến những nội dung liên quan đến xã hội Hàn Quốc hiện đại cũng như các giá trị, quan điểm, cách tư duy của người Hàn Quốc là rất cần thiết. Kết quả nghiên cứu cho thấy hầu hết các sinh viên có mức độ đồng thuận cao ở điểm văn hóa Hàn Quốc cần được giảng dạy có hệ thống trong chương trình đào tạo tiếng Hàn. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng đã khảo sát lượng kiến thức về văn hóa Hàn Quốc mà sinh viên mong muốn được học trong

chương trình đào tạo tiếng Hàn. Kết quả khảo sát có 299/304 câu trả lời, cho thấy khối lượng kiến thức về văn hóa Hàn Quốc mà sinh viên mong muốn được học trong chương trình đào tạo tiếng Hàn chiếm từ 15% đến trên 60%, trong đó mức mong muốn cao nhất là từ 15 ~30%, chỉ có 9,4% là mong muốn học kiến thức về văn hóa Hàn Quốc ít hơn 15% trong chương trình đào tạo. Đương nhiên là nếu xây dựng chương trình đào tạo có khối lượng kiến thức văn hóa Hàn Quốc chiếm 50% sẽ làm ảnh hưởng đến kiến thức kỹ năng thực hành tiếng Hàn. Tuy nhiên, nhu cầu này của sinh viên cũng đã phản ánh được thực tế về sự thiếu khối lượng kiến thức văn hóa Hàn Quốc trong chương trình đào tạo hiện nay.

Nghiên cứu này cũng phân loại các lĩnh vực văn hóa và tiến hành khảo sát nhu cầu của sinh viên về tính cần thiết của các nội dung văn hóa Hàn Quốc trong các lĩnh vực văn hóa đó. Cụ thể, khảo sát nhu cầu của sinh viên về các học phần văn hóa Hàn Quốc được đề xuất khảo sát trong nghiên cứu này liên quan đến văn hóa trong ngôn ngữ Hàn Quốc, văn hóa nghệ thuật, văn hóa đời thường, văn hóa tinh thần, di sản văn hóa và văn học. Trong đó, văn hóa ngôn ngữ bao gồm từ vựng, diễn đạt thành ngữ, tục ngữ, v.v. Văn hóa sinh hoạt gồm trang phục, phong tục, nghi lễ, đời sống giải trí, học tập, công việc, ẩm thực, sức khỏe, văn hóa cư trú và ngày lễ. Văn hóa truyền thông, thông tin bao gồm văn hóa xã hội, chính trị, kinh tế, giáo dục, địa lý, lịch sử và khoa học công nghệ. Văn hóa nghệ thuật bao gồm âm nhạc, phim ảnh, kịch Hàn Quốc. Văn hóa di sản bao gồm di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể. Văn học Hàn Quốc bao gồm văn học hiện đại và văn học cổ điển.

Kết quả khảo sát cho thấy nội dung văn hóa Hàn Quốc liên quan đến đời sống hàng ngày được người học năm 1 và năm 2 chọn có tỉ lệ tương đối cao. Trong đó là ở các lĩnh

vực trang phục, ẩm thực, phong tục theo mùa, lễ Tết, lễ nghi, phong tục tập quán.

Tiếp theo là nội dung văn hóa ở lĩnh vực giải trí nhận được sự quan tâm nhiều của người học năm 1. Kết quả phân tích nhu cầu học văn hóa Hàn Quốc ở các lĩnh vực thông tin, xã hội, chính trị, kinh tế, giáo dục, địa lý, lịch sử và khoa học công nghệ thì kết quả là người học không mấy quan tâm đến địa lý Hàn Quốc. Chủ yếu là người học năm 4 có lựa chọn muốn học môn địa lý Hàn Quốc, nhưng tỉ lệ không cao. Theo kết quả đánh giá trên, mức độ quan tâm của người học đối với lịch sử, giáo dục, xã hội, chính trị và kinh tế của Hàn Quốc là tương tự nhau và không có sự khác biệt đáng kể. Điều này có lẽ là do người học thường xuyên gặp phải những nội dung này, và họ cũng dễ dàng tiếp nhận và được tiếp cận thông qua đời sống hàng ngày, trên phim ảnh hoặc trên bản tin thời sự ngay cả trước khi họ bắt đầu nhập học tiếng Hàn tại trường Đại học. Như vậy, người học thể hiện mức độ quan tâm khác nhau đối với lĩnh vực liên quan đến văn hóa, và mức độ quan tâm về địa lý và khoa học công nghệ Hàn Quốc là thấp nhất. Kết quả phân tích nhận thức về văn hóa tinh thần của người Hàn Quốc cho thấy người học có nhu cầu được học về các giá trị tinh thần, tôn giáo, tư duy, cách nghĩ và cảm xúc của người Hàn rất cao. Phân tích nhu cầu học văn hóa nghệ thuật Hàn Quốc có thể thấy nhu cầu về âm nhạc, kịch, v.v cũng cho kết quả khá cao đối với người học năm 1, năm 2 và giảm dần đối với năm 3 và năm 4. Tuy nhiên, riêng về lĩnh vực phim ảnh thì nhận được kết quả quan tâm ở tất cả đối tượng người học từ năm 1 đến năm 4.

Phân tích nhu cầu được học, được biết về Di sản văn hóa Hàn Quốc bao gồm cả di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể, có được kết quả như sau: 112/304 người học trả lời quan tâm và 45/304 người học trả lời rất quan tâm, 120/304 người học

trả lời bình thường và 15/304 người học trả lời không quan tâm. Với kết quả này có thể nhận định, kiến thức về di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể nhận được sự quan tâm của người học, và được một số đông người học ưa thích.

Văn hóa hàm chứa trong ngôn ngữ phần lớn được chia thành bốn hạng mục như từ vựng văn hóa, cách diễn đạt thành ngữ. Kết quả khảo sát cho thấy nhu cầu học thành ngữ được người học dành sự quan tâm rất lớn, kể cả ở trình độ năm 1 hay năm 4.

Kết quả phân tích văn học hiện đại và văn học cổ điển cho thấy có xu hướng tăng mức độ hứng thú khi người học càng học lên cao. Tuy nhiên xét về khả năng và năng lực tiếng Hàn thì việc giảng dạy văn học cổ điển nên bắt đầu từ khi người học có năng lực tiệm cận cao cấp, và năng lực tiếng Hàn trung cấp sẽ phù hợp với việc giảng dạy văn học hiện đại.

Như vậy, kết quả khảo sát nhu cầu về nội dung giảng dạy văn hóa Hàn Quốc với đối tượng là người học chuyên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc cho thấy nhu cầu được học văn hóa đời sống thường ngày của người Hàn Quốc và văn học Hàn Quốc là cao nhất. Mức độ quan tâm của người học đối với lịch sử xã hội, chính trị, kinh tế, giáo dục của Hàn Quốc là tương tự nhau và không có sự khác biệt đáng kể giữa các đối tượng người học từ năm 1 đến năm 4. Ngoài ra, nhu cầu của người học về văn hóa tinh thần như các giá trị tư duy, cách nghĩ, tình cảm của người Hàn Quốc đều rất cao. Điều này cho thấy người học có thái độ tích cực đối với nền văn hóa tinh thần Hàn Quốc chứ không còn chỉ tập trung vào những hiện tượng văn hóa bề ngoài. Cùng với địa lý và khoa học công nghệ, Di sản văn hóa Hàn Quốc là lĩnh vực mà người học ít quan tâm nhất, đây có lẽ là xu hướng chung của giới trẻ ngày nay, ngay cả di sản văn hóa của quốc gia mình cũng không chú ý tìm hiểu.

4.3. Thực trạng dạy văn hóa Hàn Quốc tại các trường đại học

Kết quả khảo sát người học về tiết học văn hóa trong chương trình đào tạo, đối với câu hỏi ‘Có sử dụng tiếng Hàn trong các học phần văn hóa Hàn Quốc hay không?’ thì có 68,5% sinh viên trả lời là có, và 31,5% trả lời là không có. Số lượng người học trả lời có đa phần ở các trường các học phần văn hóa do giảng viên người Hàn Quốc đảm nhiệm. Và số trả lời không có là do tham gia lớp học liên quan đến văn hóa Hàn Quốc do giảng viên người Việt Nam đảm nhiệm. Kết quả khảo sát về tổ chức lớp học, thu được kết quả là Tổ chức lớp học theo phương pháp thuyết giảng (55,7%); Thuyết trình (30,6%); Tổ chức lớp học theo phương pháp thảo luận, hỏi đáp (9,2%); Đóng vai (1,1%), và tổ chức tiến hành lớp học theo phương pháp khác là (3,4%). Qua đó có thể thấy việc tổ chức lớp học lĩnh vực văn hóa Hàn Quốc được tiến hành chủ yếu qua phương pháp thuyết giảng, thuyết trình và thảo luận. Kết quả khảo sát về giáo trình hiện đang được sử dụng giảng dạy, có 42,3% người học trả lời có giáo trình và số còn lại trả lời không có giáo trình chính cho môn học liên quan đến văn hóa. Bên cạnh đó, người học còn cho biết chủ yếu học giáo trình photo, hoặc tài liệu học tập được photo theo tuần. Có những tài liệu, nội dung bài giảng là hình ảnh, trang web, video. Mức độ hài lòng của người học về tài liệu, giáo trình học tập và cách tổ chức lớp học chưa cao, số liệu thể hiện một nửa người học được khảo sát hài lòng và một nửa thể hiện không hài lòng. Lý do không hài lòng chủ yếu tập trung ở lý do là không hứng thú, nội dung tài liệu quá khó so với trình độ học tập, và cách thức tổ chức lớp học thụ động, không được trải nghiệm thực tế, không thực hiện song song vừa dạy văn hóa Hàn Quốc vừa được thực hành kỹ năng tiếng Hàn.

5. Kết luận và kiến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy người học trước khi bắt đầu học tiếng Hàn, đã có nhiều trải nghiệm về văn hóa Hàn Quốc thông qua ẩm thực Hàn Quốc, phim ảnh, âm nhạc, chủ yếu là trên ti vi hoặc internet. Tuy nhiên, trong hầu hết các trường hợp, việc học văn hóa Hàn Quốc toàn diện bắt đầu sau khi nhập học vào khoa tiếng Hàn trường Đại học.

Trong giai đoạn học kì 1 và học kì 2 của chương trình đào tạo, để khơi dậy sự hứng thú của người học, thì nội dung văn hóa phù hợp cần lựa chọn giảng dạy chính là nội dung văn hóa liên quan đến cuộc sống hàng ngày của người Hàn Quốc. Cụ thể, nội dung văn hóa mà người học lần đầu tiếp xúc với văn hóa Hàn Quốc có thể bắt đầu chủ yếu từ cuộc sống đời thường, bao gồm văn hóa biểu đạt trong ngôn ngữ Hàn Quốc và văn hóa ẩm thực Hàn Quốc. Nội dung văn hóa biểu đạt ngôn ngữ bao gồm đặc điểm từ vựng, cách thức chào hỏi kính ngữ, lối nói khiêm tốn, nguồn gốc và đặc điểm của chữ Hàn (Hangeul), đặc điểm âm vị, cấu tạo ngữ pháp.

Đến học kì 3 và học kì 4 của chương trình đào tạo, ngoài việc tăng độ khó của nội dung được giảng dạy ở hai học kì trước đó, thì phạm vi nội dung văn hóa cần mở rộng hơn, bao gồm âm nhạc, phim ảnh, trang phục ẩm thực, hoạt động giải trí, thời tiết của Hàn Quốc. Đặc điểm từ vựng, biểu đạt ngôn ngữ, cấu tạo ngữ pháp được dạy ở năm học đầu tiên lồng ghép với nội dung giảng dạy văn hóa mở rộng trong lĩnh vực đời sống và nghệ thuật sẽ giúp người học năm thứ 2 dễ dàng biết cách vận dụng từ vựng, đặc điểm ngữ pháp đã học vào trong các tình huống thực tế. Bằng cách này, ở 4 học kì đầu tiên của chương trình đào tạo tiếng Hàn, có thể tập trung vào giảng dạy văn hóa không chỉ liên quan đến kỹ năng vận dụng ngôn ngữ mà còn liên quan đến cách biểu đạt hàm chứa yếu tố văn hóa Hàn Quốc.

Điều này ảnh hưởng tích cực và trực tiếp đến kỹ năng giao tiếp liên văn hóa của người học tiếng Hàn.

Khi người học đạt đến năng lực tiếng Hàn trung cấp ở học kì 5, khả năng tiếng Hàn của người học tăng lên đáng kể, nội dung văn hóa Hàn Quốc chỉ gói gọn trong phạm vi sinh hoạt đời thường, từ vựng, ngữ pháp sẽ không thể đáp ứng được nhu cầu của người học. Theo đó, nội dung văn hóa cần được giảng dạy ở học kì này tập trung vào văn hóa truyền thống của Hàn Quốc như tập quán phong tục, lễ nghi, đặc điểm thành ngữ, tục ngữ nhằm giúp cho người học ở học kì đầu tiên của năm thứ 3 có thể hiểu sâu hơn về văn hóa tinh thần của người Hàn Quốc. Bên cạnh đó, theo kết quả khảo sát thì nhu cầu học văn học Hàn Quốc khá cao trải đều từ đối tượng người học năm 1 đến năm 4, cho thấy người học tiếng Hàn rất yêu thích nội dung liên quan đến văn học Hàn Quốc. Vì thế, có thể xây dựng nội dung văn học ở cấp độ tương đối dễ cho người học ở giai đoạn này. Cần phải lựa chọn nội dung văn học là những truyện dân gian dễ hiểu, ngắn gọn, truyền tải nội dung đạo đức, giáo dục phù hợp cho người học. Thông qua tác phẩm văn học - là những văn bản không chỉ thể hiện ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc mà còn chứa đựng những giá trị và lối suy nghĩ, tư duy của người Hàn Quốc, cho phép người học tìm hiểu văn hóa Hàn Quốc một cách gián tiếp. Tóm lại, ở giai đoạn này các nội dung văn hóa được học ở các học kì trước vẫn được bảo lưu, nâng từ độ dễ lên khó, nội dung bao quát hơn nhằm đáp ứng nhu cầu của người học vừa phù hợp với trình độ của người.

Năng lực thực hành tiếng của người học ngày càng tỉ lệ thuận với việc mở rộng phạm vi nội dung giảng dạy văn hóa Hàn Quốc, và chương trình đào tạo cần phải tạo cơ hội cho người học tiếp xúc, thu nhận nhiều kiến thức về văn hóa hơn nữa. Ở giai

đoạn học tập này, các nội dung văn hóa liên quan đến đời sống ngôn ngữ như từ thông dụng tiếng Hàn, thuật ngữ, từ vựng có yếu tố cảm kỳ trong tiếng Hàn, từ tượng thanh, từ tượng hình, v.v sẽ phù hợp với người học có năng lực trung cấp tiếng Hàn. Bên cạnh đó, các nội dung văn hóa về văn hóa cư trú, lễ nghi, lễ Tết, đời sống công cộng, văn học Hàn Quốc vẫn được tiếp tục giảng dạy nhằm thể hiện tính liên tục về nội dung của chương trình đào tạo.

Kết quả khảo sát người học ở chương trình trên, cho thấy người học năm thứ 3 thể hiện sự quan tâm nhiều đến vấn đề thời sự và chính trị. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất ở giai đoạn học kì 6 của chương trình đào tạo, cần xây dựng các học phần văn hóa Hàn Quốc liên quan đến chính trị, kinh tế, xã hội và địa lý Hàn Quốc. Bên cạnh đó, nội dung của các học phần này cần lựa chọn các văn bản liên quan đến khía cạnh nghệ thuật, văn học truyền thống và văn học hiện đại của Hàn Quốc nhằm giúp người học hiểu được thời đại và sự đa dạng của văn hóa, trải nghiệm nền văn hóa Hàn Quốc từ thời kỳ cổ đại, trung đại đến hiện đại. Ngoài ra, các giá trị liên quan đến cuộc sống cũng như những nội dung liên quan đến việc chuẩn bị sau khi tốt nghiệp của người học cũng được xem xét để bổ sung vào nội dung giảng dạy của chương trình đào tạo.

Đến học kì 7 của chương trình đào tạo, theo kết quả khảo sát ở trên, người học năm 4 vẫn còn quan tâm nhiều đến việc được học văn học Hàn Quốc, lịch sử, khoa học công nghệ. Người học cũng quan tâm đến di sản văn hóa Hàn Quốc, nhưng không nhiều. Khác với các du học sinh được trải nghiệm trực tiếp văn hóa Hàn Quốc tại Hàn Quốc, được tiếp xúc trực tiếp với người Hàn, có kinh nghiệm sống tại Hàn Quốc thì người học Việt Nam không thể có các trải nghiệm này. Do đó, ở học kì 7, khi năng lực tiếng Hàn của người học tiệm cận trình độ cao

cấp thì cần xây dựng nội dung văn hóa Hàn Quốc có yếu tố so sánh, đối chiếu với văn hóa Việt Nam. Chủ đề nghiên cứu này đề xuất là so sánh đối chiếu các yếu tố văn hóa của hai nước, và so sánh đối chiếu các yếu tố văn hóa chứa đựng trong hai ngôn ngữ Hàn và ngôn ngữ Việt. Nội dung văn hóa được phân loại theo cách này có thể được học thông qua quá trình nghiên cứu mối liên hệ giữa văn hóa và ngôn ngữ. Chỉ khi đó, sinh viên chuyên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc mới có thể cải thiện kỹ năng giao tiếp đa văn hóa thông qua tìm hiểu về văn hóa Hàn Quốc và nắm bắt kiến thức sâu rộng về kinh tế, chính trị, lịch sử Hàn Quốc cũng như lối suy nghĩ và giá trị của người Hàn Quốc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

* Trong nước

- 1) Hoàng Phê (2003), *Từ điển tiếng Việt*, **Viện ngôn ngữ học**, NXB Đà Nẵng.
- 2) Lương Văn Kế (2007), *Thế giới đa chiều*, NXB Thế giới.
- 3) Nguyễn Thị Thúy Lan (2020), *Từ tầm quan trọng của Năng lực giao tiếp liên văn hóa đến việc xác định lại mục tiêu cho người học tiếng Anh ở Việt Nam*, Tạp chí Khoa học trường ĐHSP Tp. HCM, Tập 17, Số 8 (2020):1521-1528.

* Ngoài nước

- 1) Byram, M.(1997), *Teaching and assessing intercultural communicative competence*, Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- 2) Jaewon Bae (2014), *Giảng dạy văn hóa Hàn Quốc trong giáo dục tiếng Hàn*, NXB Hyeon. (배재원 (2014), 『한국어 교육에서의 한국문화 교육』, 혜안)
- 3) Jo Wi-su và Yoon Ju-won (2019), *Nghiên cứu giảng dạy văn hóa nhằm nâng cao năng lực giao tiếp của người học tiếng Hàn và tiếng Ả rập*, **Giao lưu văn hóa và giảng dạy văn hoá**, Hội thảo giao lưu văn hóa quốc tế Hàn Quốc.
(조위수, 윤주원(2019), 『아랍어.한국어 학습자의 문화 간 의사소통능력 신장을 위한 문화 교육 내용 연구』, 『문화교류와 다문화교육』 8(3), 한국국제문화교류학회, 205~229.)

- 4) Kim Jin-seok (2015), *Giảng dạy đa văn hóa và Năng lực giao tiếp*, NXB Văn hóa Hàn Quốc.

(김진석(2015), 『문화 간 의사소통능력과 다문화 교육』, 한국문화사.)

- 5) Macionis, J.John (2003), *Xã hội học*, NXB Thống kê.
- 6) Park Young-soon (2006), *Văn hóa luận*, NXB Hanlim.

* Trang web

Từ điển tiếng Hàn tiêu chuẩn:

<https://stdict.korean.go.kr/main/main.do>

Abstract

The purpose of this article is to determine the goals and content of teaching Korean cultural content to improve intercultural communication skills of students studying Korean at universities in Vietnam.

This article uses a combination of qualitative and quantitative methods to explore Korean language training programs being taught in Vietnam, and the relationship between the modules taught in the program and Korean cultural content. Thereby, the article explores the current status of training programs and textbooks for subjects related to Korean culture at some Korean language Departments at universities.

The result of the research is to identify remaining problems in teaching Korean culture in Korean language training programs, and examine learners' awareness and needs about the cultural modules. On that basis, the article proposes a strategy for teaching Korean culture in the Korean language training program. The effectiveness of the study will serve as a document for research on teaching Korean culture in Korean language training programs in Vietnam.

Keywords: Strategies, culture education, Korean language, Korean culture.

TÌM HIỂU VỀ CÁC THÀNH PHẦN CÂU TRONG TIẾNG HÀN

Lưu Tuấn Anh*

Tóm tắt

Cho đến nay, trong quá trình học tập cũng như nghiên cứu về các thành phần câu của một ngoại ngữ, thông thường chúng ta hay tìm hiểu xem thứ tiếng đó có những thành phần câu gì?, nằm ở vị trí nào trong cấu trúc cú pháp?, có những đặc điểm gì khác so với tiếng mẹ đẻ, cách thức nhận diện, xác định và vạch ra các đường ranh giới giữa chúng... Bài viết này muốn giới thiệu về các loại thành phần câu cơ bản của tiếng Hàn và đặc điểm hoạt động cũng như vị trí của chúng trong các cấu trúc cú pháp. Hy vọng qua bài viết sẽ cung cấp cho bạn đọc một cái nhìn hệ thống về các thành phần câu của tiếng Hàn, giúp cho việc học tập và nghiên cứu tiếng Hàn ở Việt Nam tiến triển tốt hơn.¹

Từ khóa: thành phần câu, thành phần chính của câu, thành phần phụ của câu, trật tự của các thành phần câu

1. Đặt vấn đề

Hoạt động nghiên cứu và giáo dục ngôn ngữ Hàn, đặc biệt là cú pháp của Hàn Quốc cũng trải qua nhiều giai đoạn và chịu ảnh hưởng của các khuynh hướng nghiên cứu ngôn ngữ học trên thế giới. Ban đầu là ngữ pháp truyền thống châu Âu, rồi sau đó là chủ nghĩa cấu trúc với cái mốc quan trọng của việc xác lập nên các đơn vị ngôn ngữ trong tiếng Hàn như âm vị, hình vị, từ, câu cũng như việc phân tích các đơn vị này thông qua trật tự và mối quan hệ của chúng. Trong một thời gian dài, chủ nghĩa cấu trúc đã có ảnh hưởng khá lớn đến việc giáo dục ngữ pháp ở Hàn Quốc và tiếp theo đó phải kể đến ngữ pháp cải biến tạo sinh. Ngữ pháp cải biến tạo sinh đặc biệt có nhiều ảnh hưởng đến cú pháp học, đến cấu trúc câu và phạm trù cách của tiếng Hàn. Giai đoạn gần đây - sau ngữ pháp cải biến tạo sinh, mối quan tâm, con đường nghiên cứu và giáo dục ngôn ngữ của người Hàn Quốc dường như được mở rộng hơn với một loạt sự phát triển của các phân ngành như ngôn ngữ học xã hội, ngôn ngữ học tri nhận, ngữ pháp chức năng, ngôn ngữ học văn bản, phân tích diễn ngôn, lý thuyết hành vi ngôn ngữ v.v... Có thể thấy, việc bùng nổ nhiều khuynh hướng nghiên cứu ngôn ngữ và không có khuynh hướng nào chủ đạo trong giai đoạn hiện nay là có mối liên quan đến sự phát triển của ngôn ngữ học ứng dụng. Các ngành của ngôn ngữ học ứng dụng như ngôn ngữ học điện toán, ngôn ngữ học khối liệu, ngôn ngữ học tâm lý, văn hóa ngôn ngữ, giáo dục ngôn ngữ... đang phát triển không ngừng và còn hứa hẹn tiếp tục tiến xa hơn nữa.

* Tiến sĩ; Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG Hà Nội; Email: ltanh@vnu.edu.vn

¹ Bài viết được biên soạn, chỉnh sửa, sử dụng một số nội dung của chính tác giả viết trong cuốn “Các ngôn ngữ phương Đông”, phần Tiếng Hàn, Mai Ngọc Chừ (chủ biên), NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2001.

Với sự phát triển hiện nay của ngôn ngữ học ở Hàn Quốc, có thể thấy ngành khoa học này đang mang đậm tính chất liên thông đa ngành, dần mất đi ranh giới ẩn giữa ngôn ngữ học và các ngành khác có liên quan. Song, cũng có thể hiểu theo chiều ngược lại là ngôn ngữ học đang ngày càng được phổ biến, các kiến thức của nó đang dần lan tỏa, được quan tâm chú ý và đưa vào hội nhập trong các ngành hay lĩnh vực khác.

Như đã trình bày, việc xác định các cấu trúc cú pháp và phân tích các đơn vị cấu thành của nó xuất hiện cùng với chủ nghĩa cấu trúc và đã có ảnh hưởng nhiều đến giáo dục ngữ pháp ở Hàn Quốc, xuất hiện nhiều trong các tài liệu giảng dạy ngữ pháp nhà trường. Mặc dù trong giai đoạn hiện nay có nhiều quan điểm mới cho rằng nó quá chú trọng vào hình thức nhưng chúng ta đều biết ngôn ngữ có đến phân nửa phần là hình thức và vì thế không thể phủ định các giá trị về hình thức của ngôn ngữ.² Hơn nữa, để xét các mối quan hệ ngữ pháp dù là theo hướng nghiên cứu nào thì cũng phải đưa chúng vào trong phạm vi câu với những thành phần câu xác định về đặc điểm hình thái và chức năng... Trên quan điểm đó, bài viết muốn giới thiệu về các thành phần câu tiếng Hàn như những bộ phận về hình thức để làm nền tảng giúp cho việc khai thác những hướng nghiên cứu mới mang tính liên thông sau này. Việc bóc tách, phân tích về mặt thị giác, thính giác các thành phần chức năng cú pháp trong câu sẽ cho ta thấy đặc điểm của các loại thành phần này, những đơn vị có thể tham gia cấu thành, mối quan hệ giữa các thành phần với nhau và quan hệ với cấu trúc tổng thể.

² Tham khảo từ 구본관, 문법 연구의 변화와 문법 교육의 변화 – 탈문법학 시대의 문법 교육의 새로운 지향, 국어교육연구, 제37집, 197-254쪽, 2016 (Koo Bon-kwan, “Những thay đổi trong nghiên cứu ngữ pháp và giáo dục ngữ pháp – Định hướng mới trong giáo dục ngữ pháp”, Tạp chí Nghiên cứu giáo dục quốc ngữ, số 37, tr.197-254)

2. Cơ sở lí thuyết và phương pháp nghiên cứu

Trong ngôn ngữ học, với phương pháp cấu trúc, bất cứ bộ phận nào trong nó cũng có quan hệ với các bộ phận khác và với toàn bộ chỉnh thể của cấu trúc. Chính tất cả những mối quan hệ ấy làm nên toàn bộ hình thức và nội dung của cấu trúc.³ Theo đó, trong bài viết này, để tìm hiểu cái chỉnh thể của cấu trúc câu tiếng Hàn, chúng tôi thực hiện giới thiệu về các cá thể bộ phận - các loại thành phần câu.

Bài viết đã thực hiện biên tập lại, sử dụng nội dung từ các công trình nghiên cứu trước đây của nhà ngôn ngữ học Hàn Quốc để đề cập đến các loại thành phần câu tiếng Hàn, đặc điểm và trật tự trong cấu trúc cú pháp của chúng.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khái quát về các thành phần câu trong tiếng Hàn

Thành phần câu cũng là phạm trù ngữ pháp, là sự thống nhất giữa ý nghĩa ngữ pháp và hình thức ngữ pháp. Phạm trù và những mối quan hệ của thành phần câu đã được ngữ pháp khái quát và được biểu hiện thông qua các hình thức của ngôn ngữ. Đặc biệt trong những ngôn ngữ có sự biến đổi về hình thái như tiếng Hàn - ngôn ngữ chấp dính, tiêu chí về hình thái của các thành phần câu lại càng được thể hiện rõ ràng. Nói cách khác, việc xác định thành phần câu tiếng Hàn có thể trông vào ý nghĩa phạm trù và hình thái ngữ pháp của nó.

Có thể thấy, trường hợp tiếng Hàn đã đúng với nhận định trình bày trong “Đại cương ngôn ngữ học” (2001)⁴ khi đề cập đến trường hợp của các ngôn ngữ có biến hóa về hình thái: “Hình thái ngữ pháp của

³ Hồ Lê, Quy luật ngôn ngữ, Quyển 1: “Tính quy luật của bộ máy ngôn ngữ”, NXB Khoa học Xã hội, 1995, tr.308.

⁴ Đỗ Hữu Châu, Bùi Minh Toán, “Đại cương ngôn ngữ học” tập một, NXB Giáo dục, 2001, tr.54-55.

các đơn vị⁵ đảm nhiệm chức năng thành phần câu được biểu lộ khá rõ ràng, khá nhất quán”.

Thành phần câu (Sentence component) là các bộ phận hoạt động chức năng trong câu, biểu thị các quan hệ cú pháp nhất định hình thành nên câu. Các thành phần câu trong tiếng Hàn gồm những hình thái có thể sử dụng độc lập (về hình thức, thường được cắt ra thành các ngữ đoạn 어절). Chính vì vậy, các đơn vị như tiểu từ (hay còn gọi là trợ từ) hoặc bổ trợ vị từ (như phụ động từ, phụ tính từ), mặc dù được coi là đơn vị từ nhưng do vốn không có hình thái độc lập nên tự chúng không thể làm thành phần câu mà phải kết hợp cùng với các đơn vị ngôn ngữ khác. Đặc trưng về hình thái và trật tự của các quan hệ cú pháp trong cấu trúc, đã đem lại một số điểm khác biệt của thành phần câu tiếng Hàn so với các ngôn ngữ khác. Dưới đây, chúng tôi sẽ giới thiệu, mô tả các loại thành phần câu chủ yếu trong tiếng Hàn và trật tự trong câu của chúng.

Trước, hết, cũng như các ngôn ngữ khác, về cơ bản, thành phần câu tiếng Hàn được chia ra thành hai loại lớn là thành phần chính và thành phần phụ như sau.

3.1.1. Thành phần chính của câu (문장 주성분):

Thành phần chính của câu là những thành phần bắt buộc phải xuất hiện trong câu, sự vắng mặt của chúng (nếu không được đặt trong một ngữ cảnh nhất định) sẽ làm cho câu mất đi ý nghĩa hoặc trở thành câu khó hiểu. Trong tiếng Hàn thành phần chính của câu gồm có: chủ ngữ, vị ngữ, bổ ngữ và bổ túc ngữ (ngữ bổ sung)⁶.

⁵ Ở đây chúng tôi đã thay cách dùng “các từ” thành “các đơn vị” cho đúng với trường hợp của tiếng Hàn hơn.

⁶ Trong tiếng Hàn, khác với một số ngôn ngữ, có sự phân biệt rõ ràng giữa hai thành phần bổ ngữ (목적어: object) và bổ túc ngữ (보어: Complement) căn cứ theo tính chất của loại vị ngữ mà chúng bổ sung.

a) Chủ ngữ (주어):

Là một trong hai thành phần chính quan trọng của câu, biểu thị đối tượng mà hành động, tính chất, trạng thái của nó được xác định, mô tả bởi vị ngữ. Trong tiếng Hàn, chủ ngữ nằm ở vị trí “무엇이” (cái gì) hoặc “누가” (ai) của các cấu trúc khung câu: “무엇이 어쩌한다 (cái gì làm gì), 무엇이 어떠하다 (cái gì thế nào), 무엇이 무엇이다 (cái gì là cái gì)” biểu thị chủ thể cho các vị ngữ “어쩌한다 (làm gì), 어떠하다 (thế nào), 무엇이다 (là gì)”. Thường thì chủ ngữ trong tiếng Hàn do các thể từ 체언 (thể từ, gồm: danh từ, đại từ, số từ) đảm nhận và cũng có thể do các cấu trúc lớn hơn như ngữ, mệnh đề có vai trò chức năng như một thể từ đảm nhận. Đằng sau các chủ ngữ này thường xuất hiện các tiểu từ chủ cách (주격조사, như những dấu hiệu về thành phần chủ ngữ, về quan hệ của chủ ngữ với các đơn vị cú pháp khác).

Ví dụ:

Danh từ làm chủ ngữ:

물이 증발해서 구름으로 변합니다.
(Nước bay hơi biến thành mây)

Đại từ làm chủ ngữ:

내가 이 가방을 들어 줄게.
(Tôi mang cái cặp này cho)

Số từ làm chủ ngữ:

셋이 셋보다 많다. (Bốn nhiều hơn ba)

Danh ngữ làm chủ ngữ:

저 두 사람이 어제도 우리를 도와 주었다.
(Hai người kia hôm qua cũng đã giúp chúng tôi)

Trạng ngữ làm chủ ngữ:

여기서부터가 서울입니다.
(Bắt đầu từ đây là Seoul)

Danh ngữ mệnh đề làm chủ ngữ:

우리 편이 승리했음이 분명하다.
(Việc phe chúng ta chiến thắng là rõ ràng rồi)
Một câu làm chủ ngữ trong một cấu trúc câu phức mở rộng thành phần:

이제부터 무엇을 할 것인가가 문제입니다.

(Bây giờ chúng ta sẽ phải làm gì mới là vấn đề.)

Chấp dính ngay sau các thành phần chủ ngữ là tiểu từ chỉ cách, việc sử dụng các tiểu từ chỉ cách được lựa chọn căn cứ theo tính chất về hình thái của đơn vị làm chủ ngữ. Tiểu từ “-이/가” được kết hợp theo lựa chọn sử dụng “-가” khi chủ ngữ kết thúc bằng một phụ âm và “-이” khi chủ ngữ có âm tận cùng là nguyên âm. Ngoài ra, còn có tiểu từ “-께서” sử dụng thay thế cho “-이/가” trong trường hợp muốn đề cao đối tượng xuất hiện ở chủ ngữ của câu và “-에서” dùng khi chủ ngữ là danh từ biểu thị cho cả một tổ chức hay một đoàn thể. Về nguyên tắc, “-에서” chỉ kết hợp với những chủ ngữ thuộc loại danh từ vô tính (không chỉ người, động vật).

Ví dụ:

할아버지께서 지금 편찮으시다.

(Ông bây giờ đang mệt)

우리 회사에서 새로운 모형의 자동차를 개발하였다.
(Công ty chúng tôi vừa phát minh ra xe ô tô kiểu dáng mới)

Khi quan hệ chủ vị của thành phần câu đã rõ ràng, tiểu từ chủ cách sau chủ ngữ có thể được lược bỏ. Thường thì hiện tượng này hay xuất hiện trong hội thoại, khẩu ngữ hằng ngày.

너 어디 가니? (Cậu đi đâu)

어머니 오셨다. (Mẹ đã về)

Ngoài ra, trong tiếng Hàn, bên cạnh các tiểu từ chỉ cách còn có một loại tiểu từ luôn đi kèm và bổ sung nghĩa cho thể từ (hoặc danh ngữ, danh ngữ mệnh đề) và loại tiểu từ đặc biệt này cũng rất hay xuất hiện sau chủ ngữ, thay thế vào vị trí của tiểu từ chủ cách. Đó là các tiểu từ như “는 (đối chiếu), 도 (cũng), 만 (chỉ)”...

Đối với thành phần chủ ngữ trong tiếng Hàn, có thể thấy nổi bật lên một số đặc điểm như sau:

Trong một số trường hợp, chủ ngữ của câu cũng có thể đồng thời là chủ thể của hành động, nếu chủ thể này là đối tượng cần phải kính trọng thì ở vị trí vị ngữ cũng phải

có vị ngữ tương ứng thể hiện cho sự kính trọng đó. Thường thì người ta gắn “(으)시” vào sau động từ biểu thị hành động của chủ thể để biểu thị sự kính trọng.

Để tránh trường hợp phải sử dụng từ lặp lại giống với chủ ngữ, đại từ phản thân “자기” (mình) được sử dụng thay thế để biểu thị.

Ví dụ:

그녀는 자기의 옷은 자기가 만든다.

(Cô gái đó tự may áo của mình)

Ở đây, “자기” trong “자기의 옷” đã được sử dụng thay thế cho ý: “그녀의 옷” (áo của cô gái đó).

Với tiếng Hàn, thông thường thì chủ ngữ xuất hiện ở vị trí đầu câu. Tuy nhiên, để có những biểu hiện linh hoạt trong phát ngôn, vị trí này đôi khi cũng có thể bị thay đổi. Đây một phần cũng là vì tiếng Hàn đã sẵn có hệ thống các tiểu từ chỉ cách như những dấu hiệu chỉ ra rõ ràng các thành phần của câu.

하나 둘씩 떨어진다, 나뭇잎이. (Một hai chiếc một rơi xuống, những chiếc lá cây)

Tuy nhiên, nếu tiểu từ chủ cách bị lược bỏ sau chủ ngữ, thì lúc này, chủ ngữ sẽ phải trở về với đúng vị trí đầu câu của mình.

Chủ ngữ, như trên đã nói là thành phần chính, cần thiết phải xuất hiện trong câu. Tuy nhiên, trường hợp câu xuất hiện trong một ngữ cảnh mà chủ ngữ đã được ngầm xác định rõ ràng, khả năng rút gọn chủ ngữ đó cũng thường xuyên xảy ra. Việc lược bỏ chủ ngữ trong câu thường thấy ở những trường hợp câu trả lời cho câu hỏi.

Ví dụ:

수미는 방을 먼저 치웠다, 그리고 공부를
시작했다.

(Sumi dọn phòng trước và bắt đầu học)

Hoặc

Hỏi: 그 영화가 재미있어요?

(Phim đó có hay không)

Trả lời: 예, 아주 재미있어요. (Vâng, rất hay)

Trường hợp, câu được phát ngôn độc lập, không nằm trong một mạch hội thoại nào cả, việc rút bỏ chủ ngữ là rất hạn chế, ngoại trừ các trường hợp đối với câu mệnh lệnh và câu có vị ngữ là tính từ chỉ sự cảm nhận như: 슬프다 (buồn), 기쁘다 (vui), 춥다 (lạnh)... Bởi lẽ chủ ngữ của câu mệnh lệnh luôn được chỉ định là đối tượng người nghe, còn các vị ngữ là tính từ biểu thị cảm nhận thì cũng luôn luôn chỉ vào trạng thái tâm lý, tình cảm - những thứ được lý giải rằng ngoài người nói, ngoài ngôi thứ nhất ra không ai có thể biết được về tâm lý và tình cảm đấy.

b) Vị ngữ (서술어):

Vị ngữ trong tiếng Hàn xuất hiện ở các vị trí “어쩌한다 (làm gì), 어떠하다 (thế nào), 무엇이다 (là gì)” trong cấu trúc khung cơ bản của câu, là thành phần miêu tả tính chất, trạng thái và hành động của chủ ngữ. Tham gia vào cấu tạo nên thành phần vị ngữ trong câu tiếng Hàn gồm có các từ loại động từ, tính từ và danh từ kết hợp với từ “이다” (tương đương với hệ từ “là” trong tiếng Việt) hoặc là các đơn vị lớn hơn (ngữ, mệnh đề) có vai trò chức năng như chúng. Vị ngữ của câu tiếng Hàn có một số đặc điểm về cấu tạo, hình thái và hoạt động như sau.

Trước hết, như đã trình bày, chúng có thể gồm một từ, song cũng có thể do một ngữ thậm chí mệnh đề (hay một câu đơn khác) đảm nhận. Ví dụ:

Vị ngữ do một cụm chủ vị đảm nhận:

고양이는 눈이 밝다. (Con mèo mắt sáng)

Khái niệm vị ngữ ở đây bao hàm vị ngữ chính trong câu và cả những vị ngữ của mệnh đề tham gia cấu tạo nên câu. Do đó, bên cạnh việc kết hợp với những đuôi từ biểu thị sự kết thúc của một câu, vị ngữ tiếng Hàn còn có thể chấp dính linh hoạt với các loại đuôi từ khác (어미, word ending) để biểu thị vai trò vị ngữ của mình trong các định ngữ mệnh đề, danh ngữ mệnh đề, hay kết hợp với các đuôi từ liên kết (연결어미) trong một cấu trúc câu ghép.

Ví dụ:

Vị ngữ của một định ngữ mệnh đề:

내가 읽던 책이 없어졌다.

(Quyển sách tôi từng đọc đã bị mất rồi)

Vị ngữ của một danh ngữ mệnh đề:

우리는 형이 오기를 기다린다.

(Chúng tôi đang chờ anh đến)

Vị ngữ của một vế trong câu ghép:

비가 왔으니까 길이 미끄럽습니다.

(Vì trời mưa nên đường trơn)

Nhiều nhà ngôn ngữ học Hàn Quốc nhấn mạnh vào tầm quan trọng của vị ngữ trong câu tiếng Hàn bởi chúng nằm ở cuối câu, biến đổi hình thái trong hoạt động hành chức, chi phối tới các thành phần khác của câu và là bộ phận trung tâm ngữ pháp, tập trung nhiều phụ tố (đuôi từ) kết hợp để biểu thị ý nghĩa ngữ pháp chung cho cả câu v.v... Ở điểm này có những ảnh hưởng theo quan điểm của ngữ pháp chức năng với cấu trúc vị từ - tham thể (논항구조), coi vị từ là thành phần có thể quy chiếu ra các thành phần khác trong câu, phản ánh nghĩa biểu hiện của câu.

Căn cứ theo đặc điểm, tính chất của vị ngữ hay cụ thể hơn là vị từ làm vị ngữ trong câu, chúng ta cũng sẽ xác định được các thành phần khác xoay quanh nó và mối quan hệ của chúng như sau.

Cũng giống như các ngôn ngữ khác, khi vị ngữ được tạo nên bởi nội động từ thì câu chỉ cần xác lập đủ hai thành phần là chủ ngữ và vị ngữ, còn khi vị ngữ do một ngoại động từ đảm nhận thì câu đòi hỏi phải có thêm thành phần bổ ngữ. Điểm đặc biệt của tiếng Hàn là sau tất cả các thành phần này đều có các tiểu từ chỉ cách, kết hợp như những dấu hiệu biểu thị thành phần câu của chúng, xác định nên cấu trúc câu về mặt hình thái. Tất nhiên, căn cứ theo ý nghĩa từ vựng của vị từ làm vị ngữ, ở một số câu, ngoài thành phần chủ ngữ và bổ ngữ, có thể cũng sẽ đòi hỏi một số thành phần khác buộc phải xuất hiện. Chẳng hạn, vị ngữ có

các vị từ như: “변하다 (biến đổi), 되다 (trở thành), 속다 (lừa), 주다 (cho), 놓다 (đặt), 같다 (giống), 아니다 (không phải là)...” trong các câu dưới đây sẽ yêu cầu thêm những thành phần khác:

구름이 비로 변한다. (Mây biến thành mưa)

물이 얼음이 되었다. (Nước trở thành đá)

어른이 아이에게 속는다.

(Người lớn bị trẻ con lừa)

형이 동생에게 장난감을 주었다.

(Anh cho em đồ chơi)

아이가 편지를 우체통에 넣는다.

(Đứa bé bỏ thư vào hòm thư)

이것은 10년 전에 들었던 이야기와 같다.

(Việc đó nghe như chuyện đã từng nghe 10 năm trước đây)

Về trật tự trong câu, thông thường vị ngữ tiếng Hàn có vị trí ở cuối câu, tuy nhiên ở một số tình huống, trong bối cảnh giao tiếp, để nhấn mạnh vào ý nghĩa của vị ngữ, nó cũng có thể được đảo lên vị trí đầu câu. Đồng thời, mặc dù là thành phần chính, bắt buộc phải xuất hiện trong câu, nhưng đôi khi vị ngữ tiếng Hàn cũng được lược bỏ. Đó là những trường hợp câu có nhiều vế và vị ngữ được lặp lại nhiều lần, hoặc trường hợp vị ngữ đã được xác định rõ ràng trong mạch hội thoại. Ví dụ:

귀숙이는 서울, 수미는 부산에 살았다.

(Kwi-suk ở Seoul, Su-mi sống ở Pu san)

Hay

Hỏi: 내 가방이 어디 있어? (Cặp của tôi ở đâu)

Trả lời: 책상 위에 (Trên bàn)

* Vị từ và vị từ bổ trợ (보조용언):

Ở vị ngữ trong tiếng Hàn, đặc biệt thường xuyên có sự kết hợp các vị từ (động từ, tính từ) với các vị từ bổ trợ (보조용언) có tính chất như những phụ động từ, phụ tính từ. Vị từ bổ trợ tiếng Hàn hình thành theo một hệ thống rất đa dạng, được chia thành động từ bổ trợ (như phụ động từ) và tính từ bổ trợ (như phụ tính từ). Các vị từ bổ trợ này được kết hợp trực tiếp vào vị từ chính,

để bổ sung thêm những nét nghĩa phụ cho vị từ đó và tăng cường thêm chức năng miêu tả của vị ngữ.

Vị từ bổ trợ có nhiều loại. Căn cứ theo ý nghĩa bổ trợ cho vị từ có thể liệt kê ra một số loại tiêu biểu sau:

- Biểu thị sự tiến hành của hành động:

-아/어 가다; -아/어 오다; -고 있다; -고 계시다;

- Biểu thị sự kết thúc của hoạt động:

-고 나다; -아/어 내다; -아/어 버리다; -고 말다;

- Biểu thị tính chất phụng sự, trợ giúp của hành động: -아/어 주다; -아/어 드리다;

- Biểu thị sự thử nghiệm: -아/어 보다;

- Biểu thị ý nghĩa bảo lưu kết quả hành động: -아/어 두다; -아/어 놓다; -아/어 가지다;

- Biểu thị ý nghĩa gây khiến, sai khiến:

-게 하다; -게 만들다;

- Biểu thị ý nghĩa bị động:

-아/어 지다; -게 되다;

- Biểu thị ý nghĩa phủ định:

-(지) 아니하다(않다); -(지) 말다; -지 못하다;

- Biểu thị mức độ mạnh mẽ, nhiều hay thái quá của hành động: -아/어 대다;

- Biểu thị ý nghĩa bắt buộc: -아/어야 하다;

- Biểu thị ý nghĩa chấp nhận, công nhận về hành động: (-기는) 하다.

- Biểu thị ý đồ: -(으)려고 하다;

- Biểu thị hoạt động được thực hiện với mục đích cố gắng đạt được một trạng thái mới, một kết quả mới: -도록 하다;

- Biểu thị động tác lặp đi lặp lại nhiều lần trong quá khứ: -곤 하다;

- Biểu thị hy vọng, mong muốn: -고 싶다;

- Biểu thị phán đoán có căn cứ:

-ㄴ/가 는가/나) 보다;

- Biểu thị trạng thái: -아/어 있다, -아/어 계시다

Các vị từ bổ trợ sau khi kết hợp với vị từ, sẽ tiếp tục được chấp dính với các đuôi từ liên kết hay đuôi từ kết thúc câu để hình thành nên một vị ngữ trọn vẹn cho mệnh đề, vế câu hay câu. Ví dụ:

그 학생은 집에 가 버렸습니다.

(Học sinh đó đã về nhà mất rồi.)

{vị từ: 가다(đi); bổ trợ vị từ: 아 버리다(mất rồi); đuôi quá khứ: 았, đuôi kết thúc câu: 습니다}

그 사람은 밖에서 기다리고 있었으나 문이 안 열렸다.

(Người đó đã tiếp tục chờ ở ngoài nhưng cửa không mở.)

{vị từ: 기다리다(chờ); bổ trợ vị từ: -고 있다 (đang tiếp tục); đuôi quá khứ: -았-, đuôi kết thúc câu: -으나(nhưng)}

Ở các ví dụ trên, ta có thể thấy hàng loạt các đuôi từ ngữ pháp được gắn vào sau vị từ bổ trợ, cấu tạo nên vị ngữ như một bộ phận trung tâm ngữ pháp của câu, thể hiện các ý nghĩa định dạng loại câu theo mục đích phát ngôn, ý nghĩa quan hệ giữa các vế câu, ý nghĩa thời thể và thậm chí là ý nghĩa kính ngữ...

c) Bổ ngữ (목적어):

Bổ ngữ cũng được sắp vào các thành phần chính của câu. Bổ ngữ xuất hiện để biểu thị đối tượng mà hành động của vị ngữ là ngoại động từ tác động tới. Bổ ngữ trong tiếng Hàn cũng giống như chủ ngữ được hình thành bởi các thể từ hay các cấu trúc ngữ, mệnh đề có chức năng tương đương thể từ đảm nhận. Bổ ngữ luôn chấp dính về phía sau với các tiểu từ bổ cách "-을/를", về mặt hình thái, là yếu tố xác định, cho biết đâu là thành phần bổ ngữ của câu.

Ví dụ:

Danh ngữ mệnh đề làm bổ ngữ:

내가 너희들에게 어떻게 해 주기를 원하는가?

(Các cháu muốn ta làm cho các cháu như thế nào?)

Một câu làm bổ ngữ:

우리는 인류를 위해 봉사할 수 있는 일이

무엇인가를 생각해 보기로 했다.

(Chúng tôi đã thử nghĩ tới việc mà chúng tôi có thể làm được cho nhân loại là việc gì)

Một câu làm bổ ngữ trong một cấu trúc câu phức mở rộng thành phần:

나도 그가 왜 웃는지를 모르겠다.

(Tôi cũng không biết tại sao nó cười)

Việc sử dụng các tiểu từ bổ cách sau bổ ngữ là hợp lệ, tuy nhiên trường hợp thành phần bổ ngữ đã rõ ràng, đặc biệt là trong khẩu ngữ, tiểu từ bổ cách có khả năng được lược bỏ. Ví dụ:

책 좀 빌려 줘. (Cho mượn sách một chút)

나 오늘 그 사람 좀 만나야겠다. (Có lẽ hôm nay tôi phải gặp người đó một chút thôi)

Cũng như tiểu từ chủ cách, tiểu từ bổ cách sau bổ ngữ có thể được thay thế bằng các tiểu từ đặc biệt hoặc cùng xuất hiện một loạt với các tiểu từ đặc biệt như: “-은/는(đối chiếu, nhấn mạnh), -도(cũng)”...

Vị trí chính của bổ ngữ là đứng trước vị ngữ (có vị từ là ngoại động từ), giữa bổ ngữ và vị ngữ cũng có thể xuất hiện thêm các phó từ bổ nghĩa cho vị ngữ. Ví dụ:

그 학생이 그림을 잘 그린다.

(Học sinh đó vẽ tranh giỏi)

Đôi khi vị trí của bổ ngữ cũng có thể đảo để nhấn mạnh. Ví dụ:

A: 먹었어? 밥을? (Ăn chưa? Com ấy?)

B: 응, 난 먹었지. (Ừ, tôi ăn rồi.)

Việc đảo vị trí có thể thực hiện là nhờ vào các tiểu từ cách đã giúp chúng ta nhận diện được thành phần câu dù trật tự của chúng đã sai lệch.

Ví dụ trên cũng cho thấy, về nguyên tắc, bổ ngữ là thành phần chính, song cũng có trường hợp có thể được lược bỏ. Đó là khi người nói và người nghe đều đã chắc chắn xác định được đâu là bổ ngữ của câu.

d) *Bổ túc ngữ* (보어, complement; ngữ bổ sung)

Ngữ bổ sung cũng là thành phần thiết yếu bắt buộc phải có mặt trong câu, khi vị ngữ của câu được cấu thành bởi các từ như: “되다(trở thành), 아니다(không phải là)”. Các ngữ bổ sung này do vậy chủ yếu được hình thành từ các thể từ hay các cấu trúc có chức năng như thể từ chấp dính với tiểu từ mà chúng tôi tạm gọi là “tiểu từ bổ khuyết” (Completive particle) “-이/가”.

Ví dụ:

우리 형이 의사가 되었다.

(Anh của tôi đã trở thành bác sĩ)

저것은 책이 아니오.

(Kia không phải là quyển sách)

Có thể thấy trong các ví dụ trên, bổ túc ngữ xuất hiện ở vị trí trước các vị từ trở thành bộ phận nội dung thuyết minh, mô tả cho đối tượng được nêu ra ở chủ ngữ. Vì lẽ đó, cũng có ý kiến cho rằng nên gộp chúng vào, coi chúng như một bộ phận của vị ngữ. Tuy nhiên, về mặt hình thái, sau chúng có sự kết hợp của các tiểu từ (tiểu từ bổ khuyết) xác lập chúng như những thành phần câu riêng, đồng thời, trên thực tế cũng cần phân tách rạch ròi chúng ra thành đơn vị riêng để tiện mô tả cấu trúc cú pháp.

3.1.2. Thành phần phụ của câu

(문장 부속성분):

a) Định ngữ (관형어):

Thể từ có vai trò chủ yếu là làm chủ ngữ và bổ ngữ trong câu. Định ngữ là thành phần câu được đặt trước các thể từ và bổ nghĩa cho các thể từ đó. Trong cấu trúc kết hợp để tạo nên danh ngữ hay danh ngữ mệnh đề, thể từ là thành phần trung tâm còn định ngữ là thành phần phụ, xuất hiện kèm theo thể từ để bổ nghĩa, mô tả, giải thích, hạn định về mặt ý nghĩa cho thể từ đó. Vì vậy, về cơ bản, định ngữ không phải là thành phần bắt buộc trong cấu trúc cú pháp như các thành phần nòng cốt của câu. Tuy nhiên, đối với trường hợp thành phần nòng cốt của cấu trúc là một danh từ phụ thuộc, thì sự có mặt của định ngữ lại là thiết yếu. Ví dụ:

큰 것보다 작은 것이 더 아름답다.

(Cái nhỏ đẹp hơn cái lớn)

Trong tiếng Hàn, các đơn vị có khả năng cấu tạo nên định ngữ có thể là định từ, động từ, tính từ, hoặc các ngữ hay mệnh đề... và tất nhiên chúng phải được thông qua quá trình “định ngữ hoá” về mặt hình

thái. Nói cách khác, trừ định từ ra, các đơn vị như động từ, tính từ hoặc các ngữ, mệnh đề v.v.. khi đảm nhận vai trò làm thành phần định ngữ trong cấu trúc cú pháp phải được chấp dính các *đuôi từ biểu thị định ngữ* vào sau. Đối với trường hợp định ngữ là những danh từ, hoặc danh ngữ thì sẽ phải kết hợp với tiểu từ chỉ sở hữu “의”(của).

새 옷은 두고 헌 옷을 입는다.

(Bỏ áo mới lại và mặc áo cũ)

재미있는 책을 읽었다. (Đọc quyển sách hay)

지금 하는 일이 무엇이에요?

(Công việc đang làm bây giờ là gì?)

친구인 의사가 나를 도와 주었다.

(Người bạn là bác sĩ đã giúp đỡ cho tôi)

그가 어제 귀국한 사실을 모르세요?

(Bạn chưa biết việc người đó hôm qua đã về nước rồi à?)

아까 고향 친구를 우연히 만났다.

(Ban nãy ngẫu nhiên đã gặp được người bạn cùng quê)

자라나는 어린이들은 나라의 보배다.

(Trẻ em trưởng thành là bảo bối của đất nước)

Đuôi từ chuyển loại (전성어미) được chấp dính vào sau vị từ để đem lại tư cách định ngữ cho vị từ hay cho ngữ, mệnh đề mà vị từ đó làm vị ngữ, gồm có các đuôi: “-는; -(으)ㄴ; -(으)ㄹ; -던”. Các đuôi từ này được lựa chọn kết hợp căn cứ theo từ loại của vị từ và chia theo thời thể tùy vào phát ngôn.

Một đặc trưng của định ngữ là chúng không thể tồn tại độc lập trong câu, bắt buộc đằng sau chúng phải luôn có các thể từ - nòng cốt để chúng bổ nghĩa. Đây chính là điểm khác biệt của định ngữ khi so sánh với trạng ngữ. Trạng ngữ có thể tách ra, đứng độc lập một mình hoặc thay đổi vị trí như:

Ví dụ:

지금 곧 출발해라. 빨리

(Bây giờ xuất phát ngay đi, nhanh lên)

Trong khi đó, định ngữ không thể đảo vị trí hoặc đứng độc lập như trường hợp câu sai dưới đây:

Hỏi :그가 어떤 모자를 썼던가?]

(Người đó đội mũ gì?)

*Trả lời: 빨간 (Đỏ) (*câu sai)

Một đặc điểm khác là khi có nhiều định ngữ cùng được sử dụng để bổ nghĩa cho một thể từ, thì các định ngữ này sẽ phải sắp xếp theo một trật tự nhất định tùy theo từng loại của định ngữ. Đây là một đặc điểm tiêu biểu có thể thấy ở ngôn ngữ chấp dính - tất cả đều phải được nối, dính theo một trật tự nhất định. 저 두 벽돌 집 사이로 길이 있지?

(Có đường đi giữa hai cái nhà gạch mới kia chứ?)

Đôi khi ngay trong nội bộ cấu trúc định ngữ cũng có thể chứa một định ngữ khác.

저 아이가 이 책 속의 주인공을 닮으려는가 봐.
(Đứa bé kia có vẻ giống với nhân vật chính trong quyển sách này.)

b) *Trạng ngữ (부사어)*:

Cũng như định ngữ, trạng ngữ trong tiếng Hàn thuộc vào thành phần phụ của câu, thường đứng trước vị ngữ và bổ nghĩa cho vị ngữ đó. Thành phần trạng ngữ có thể được tạo nên bởi các đơn vị như từ hay ngữ, thậm chí là mệnh đề, câu. Ở trạng ngữ, trừ trường hợp do trạng từ đảm nhận ra, các từ loại khác hoặc các đơn vị lớn hơn như ngữ, mệnh đề, câu... khi làm trạng ngữ đều phải thông qua quá trình chuyển đổi về mặt hình thái nhờ kết hợp với tiểu từ hay đuôi từ.

Trạng ngữ được cấu tạo nên bởi danh từ, danh ngữ kết hợp với các tiểu từ trạng cách (tiểu từ chỉ ra thành phần mà nó kết hợp là trạng ngữ trong câu, thường là các tiểu từ chỉ nguyên nhân, địa điểm, dụng cụ, phương tiện, tư cách...). Ví dụ:

Trạng ngữ do trạng từ đảm nhận:

날씨가 매우 덥다. (Trời rất nóng)

Trạng ngữ do danh từ, danh ngữ đảm nhận:

아이들이 마당에서 논다. (Bọn trẻ chơi ở sân)

오후 두 시에 만납시다.

(Hãy gặp nhau lúc 2 giờ chiều)

자전거로 학교에 갑니다.

(Đến trường bằng xe đạp)

벽돌로 집을 지었다... (Xây nhà từ gạch)

Đôi khi trạng ngữ được tạo nên qua việc kết hợp của danh từ phụ thuộc với định ngữ.

나는 박선생에게 충고할 만큼 친하지 않다. (Tôi không thân tới mức có thể khuyên ông Pak.)
하고 싶은 대로 다 해 보았다. (Đã làm hết như những gì muốn làm.)

Phổ biến nhất của hình thức trạng ngữ tiếng Hàn là cấu trúc kết hợp các tính từ, hoặc tính ngữ với đuôi từ “-게”.

Ví dụ:

이상하게 오늘 운수가 좋다.

(Hôm nay vận may một cách kỳ lạ)

그가 불행하게 사고를 당했다.

(Người đó không may đã bị nạn)

Đặc biệt xuất hiện một số vị từ được chấp dính với phụ tố phái sinh, chuyển loại thành trạng từ, song chúng lại có thể đi kèm với các chủ ngữ, bổ ngữ khác, làm chức năng vị ngữ nhỏ trong một trạng ngữ mệnh đề của câu phức mở rộng thành phần.

나뭇잎이 소리도 없이 떨어진다.

(Lá cây rơi không một tiếng động.)

Trạng ngữ tiếng Hàn cũng như trạng từ được chia thành 2 loại, trạng ngữ bổ nghĩa cho thành phần câu và trạng ngữ bổ nghĩa cho toàn thể câu. Trạng ngữ thành phần câu có chức năng chính là bổ nghĩa cho vị ngữ, ngoài ra còn có thể bổ nghĩa cho định ngữ hay các trạng ngữ khác, thậm chí có thể bổ nghĩa cho cả thể từ.

Ví dụ:

Trạng ngữ của toàn câu:

과연 그는 예언대로 실패했다.

(Quả nhiên người đó đã thất bại theo như lời dự đoán)

Trạng ngữ của tính từ:

저 분이 아주 착한 사람이에요.

(Người kia là người rất hiền lành)

Trạng ngữ của động từ:

그는 열심히 일한다.

(Người đó làm việc chăm chỉ)

Trạng ngữ của một trạng từ khác:

더 빨리 걸읍시다. (Hãy bước nhanh hơn lên)

Trạng ngữ của một định ngữ:

아주 새 옷을 더럽혔구나.

(Đã làm bẩn một cái áo rất mới)

Trạng ngữ của một thể từ:

옛날에 아주 부자였다.

(Ngày xưa là người giàu lắm)

Trường hợp xuất hiện cùng lúc hai hay nhiều trạng ngữ, sẽ có hai khả năng, trạng ngữ trước bổ nghĩa cho trạng ngữ sau hoặc cả hai trạng ngữ cùng bổ nghĩa cho một vị ngữ.

Vị trí của trạng ngữ trong câu, về cơ bản giống như định ngữ, nằm ở trước các vị ngữ được bổ nghĩa. Song, trong quá trình biểu hiện, để phát huy hiệu quả của phát ngôn, nó có thể được thay đổi một cách tự do, đặc biệt là ở trường hợp các trạng ngữ bổ nghĩa cho cả câu. Mặc dù vậy, cần lưu ý rằng các trạng từ biểu thị phủ định như “아니(안), 못” (không, không thể) hay các trạng từ như “잘, 좀” (được, tốt; một chút) thì không có khả năng thay đổi vị trí này. Đồng thời, trạng ngữ khi giới hạn, hạn định về ý nghĩa cho thể từ, định từ hay bổ nghĩa cho các trạng từ khác cũng không thể thay đổi vị trí.

Điểm khác giữa trạng ngữ với định ngữ là tùy theo hoàn cảnh, khi đã rõ được mạch hội thoại, trạng ngữ cũng có thể sử dụng độc lập. Trường hợp này có thể hiểu là các thành phần chính khác trong câu đã được rút gọn.

Ví dụ:

Hỏi: 비가 많이 왔지요?

(Mưa nhiều lắm phải không)

Trả lời: 아니, 조금 (Không, một chút thôi)

Tùy theo tính chất của vị từ làm định ngữ trong câu, một số trạng ngữ được tạo ra từ thể từ kết hợp với các tiểu từ trạng cách chỉ thời gian, địa điểm, công cụ, phương tiện... là những thành phần thiết yếu, bắt buộc phải xuất hiện trong câu.

Ví dụ:

나는 수미를 동생으로 삼았다.

(Tôi coi Sumi là em)

이 책을 책상 위에 놓아라.

(Hãy đặt quyển sách này lên bàn)

Tóm lại, có thể thấy thành phần câu trong tiếng Hàn có thể được cấu tạo một cách đa dạng bởi từ, ngữ, mệnh đề, câu... mối quan hệ giữa chúng trong các cấu trúc cú pháp được thể hiện một cách rõ ràng và bị chi phối về mặt hình thái. Ở đây có đóng góp vai trò không nhỏ của các tiểu từ chỉ cách và các đuôi từ chuyển loại - những dấu hiệu biểu thị ý nghĩa thành phần câu của tiếng Hàn. “Trung tâm ngữ pháp” của cấu trúc câu nằm ở thành phần vị ngữ ở cuối câu - thường do các động từ và tính từ đảm nhiệm. Động từ và tính từ, vì thế là từ loại biến đổi hình thái trong hành chức, đằng sau chúng là tập hợp một loạt các đuôi từ chấp dính, mỗi đuôi từ biểu thị một ý nghĩa ngữ pháp.

3.2. Trật tự của các thành phần cấu tạo câu và ngữ

Tiếng Hàn là ngôn ngữ có loại hình cấu trúc SOV - bổ ngữ luôn đi trước vị từ làm vị ngữ, đặc trưng thường thấy ở một số ngôn ngữ chấp dính. Trong tiếng Hàn, trật tự tiêu biểu của hầu hết các cấu trúc cú pháp trên một trục tuyến tính là “Phụ - Chính”. Nói cách khác, trong quan hệ của các thành phần cấu tạo nên ngữ hay câu, yếu tố bổ nghĩa luôn được sắp xếp đứng trước yếu tố được bổ nghĩa. Do đó, khi đối chiếu về trật tự từ của cấu trúc cú pháp ở các cấp độ đều có nhiều điểm khác so với các ngôn ngữ khác. Chẳng hạn trạng từ đi trước động từ hay tính từ, định từ đi trước danh từ, động từ chính đi trước các phụ động từ (động từ bổ trợ) là điều thường gặp.

Mặt khác, tiếng Hàn có một hệ thống tiểu từ chỉ cách đa dạng, hình thành nên những dấu hiệu thành phần câu biểu hiện ở hình thái. Và nhờ vậy, một khi các thành phần cấu tạo đã được xác định rõ ràng thì trật tự của chúng cũng có thể thay đổi linh hoạt, không bị gò bó một cách quá nghiêm ngặt.

Ví dụ:

형이 밥을 먹는다.

(Anh+com+ăn=Anh ăn cơm)

밥을 형이 먹는다.

(Com+anh+ăn=Anh ăn cơm)

Sở dĩ việc đảo vị trí thành phần như trên không hề làm mất đi, hay thay đổi ý nghĩa của câu là nhờ vào sự có mặt của các tiểu từ chỉ cách (chủ cách: 이, bổ cách: 을). Các tiểu từ này đã chỉ ra các thành phần câu và mối quan hệ ngữ pháp giữa chúng.

Tuy nhiên, cũng cần phải chú ý rằng tiểu từ chỉ cách trong tiếng Hàn không mang một ý nghĩa từ vựng cụ thể nào, không có khả năng hoạt động độc lập nhưng lại có tính phân ly cao, đôi khi có thể lược bỏ trong câu. Trong trường hợp này, quan hệ ngữ pháp của các thành phần cấu tạo không còn được biểu hiện nhờ tiểu từ nữa, và vì thế chúng phải nằm ở những vị trí theo đúng trật tự được quy định.

3.2.1. Trật tự các thành phần trong câu

Trật tự thành phần của các danh từ, danh ngữ hay danh ngữ mệnh đề ở trong câu được xác lập nên dựa vào vai trò và chức năng thể hiện của chúng (phổ biến là khung: NP-NP-VP). Trong tiếng Hàn, thường thì thành phần nào mang ý nghĩa biểu hiện trọng tâm - chủ đề của phát ngôn sẽ được đặt ở vị trí đầu câu.

Ví dụ “Anh cho em quyển sách” sẽ có các trường hợp sau:

형은 동생에게 책을 주었다.

(trọng tâm của phát ngôn: “anh”)

동생에게는 형이 책을 주었다.

(trọng tâm của phát ngôn: cho “em”)

책은 형이 동생에게 주었다.

(trọng tâm của phát ngôn: “quyển sách”)

Khi hai danh từ hay danh ngữ sắp xếp cạnh nhau, có quan hệ bao hàm về mặt ý nghĩa (chủ sở hữu-vật sở hữu; tổng thể-bộ phận...), bộ phận nào có phạm vi ý nghĩa lớn hơn, bao hàm bộ phận kia sẽ được đặt ở phía trước.

Ví dụ:

빵은 맛이 좋다. (Bánh vị ngon)

Ở đây, vị (맛) được bao hàm là một thuộc tính của bánh (빵).

Theo đó, các cụm danh từ chỉ thời gian hay không gian trong tiếng Hàn cũng thường được sắp xếp theo thứ tự từ lớn đến nhỏ.

Ví dụ:

-년 -월 -일 (năm-tháng-ngày)

hay -시 -구 -번지 (thành phố-quận-số nhà)...

Như đã đề cập, danh từ hay danh ngữ trong câu tiếng Hàn, so với các thứ tiếng khác có vị trí tự do hơn, khá linh hoạt trong việc thay đổi. Song, khả năng này chỉ hạn chế trong phạm vi của một câu đơn hay một mệnh đề, nói cách khác việc đảo vị trí thành phần không được vượt xa ra khỏi ranh giới của mệnh đề làm thành phần câu.

Trật tự của các thành phần bổ nghĩa và các thành phần được bổ nghĩa trong câu như định ngữ - danh từ, trạng ngữ - động từ (hoặc tính từ) cũng rất khó xảy ra việc đảo vị trí, nếu như không muốn nói là chúng đã được sắp xếp theo một trật tự cố định. Chẳng hạn rất khó có thể đảo vị trí thành phần của các cấu trúc sau:

Định ngữ-danh từ:

예쁜 여자 (cô gái đẹp)

Trạng ngữ-động từ:

한국말을 잘 한다 (nói tiếng Hàn giỏi)

Trạng ngữ - tính từ:

아주 예쁘다 (rất đẹp)

Định ngữ chỉ sở hữu-danh từ:

선생님의 책 (sách của thầy giáo)

Chủ ngữ-ngữ bổ sung:

형이 의사가 되었다. (anh đã trở thành bác sĩ)

Trật tự của các thành phần cấu trúc câu tiếng Hàn còn có một số đặc điểm khác phải kể đến như: vị ngữ luôn có vị trí mặc định nằm ở cuối câu, nhất là dưới dạng văn viết.

Ví dụ:

하늘이 매우 맑고 푸르다.

(Trời rất trong và xanh)

Ngoài ra, việc tách ra hay chèn một thành phần khác vào giữa các cấu trúc biểu thị sở hữu, liên kết cũng rất hạn chế.

Ví dụ không thể nói:

*친구의 수미가 애인을 사랑한다.

(Su-mi yêu người yêu của bạn)

*장미와 수미가 백합을 좋아한다.

(Su-mi thích hoa hồng và hoa bách hợp)

Mà phải nói:

수미가 친구의 애인을 사랑한다.

(Su-mi yêu người yêu của bạn)

수미가 장미와 백합을 좋아한다.

(Su-mi thích hoa hồng và hoa bách hợp)

Đối với các trạng từ bổ nghĩa cho cả câu văn thì có thể di chuyển vị trí của chúng một cách tự do hơn, song với các trạng từ bổ nghĩa cho thành phần câu thì không thể tách ra quá xa thành phần mà chúng bổ nghĩa.

Chẳng hạn ví dụ “Su mi vẽ tranh giỏi” không thể nói là:

(*) 잘 수미가 그림을 그린다. hay 수미가 잘 그림을 그린다

mà phải nói:

수미가 그림을 잘 그린다 (Su mi vẽ tranh giỏi)

3.2.2 Trật tự thành phần trong ngữ

a) Danh ngữ (명사구):

Cũng như trong tiếng Việt, danh ngữ tiếng Hàn là một cụm từ, trong đó có danh từ làm nòng cốt.⁷ Cấu trúc của danh ngữ tiếng Hàn chủ yếu gồm một danh từ làm nòng cốt ở vị trí phía sau cùng, kết hợp với một định ngữ bổ nghĩa cho nó ở phía trước theo kiểu: “Định ngữ + danh từ = danh ngữ”. Do đó, có thể nói, ranh giới đánh dấu sự kết thúc của một danh ngữ chính là danh từ nòng cốt. Ví dụ:

우리 식구가 그 수박을 먹고 있다.

(Gia đình tôi đang ăn quả dưa hấu đó)

Cũng cần chú ý phân biệt danh ngữ (명사구) với danh ngữ mệnh đề (명사절), hai

đơn vị ngữ pháp này, trong tiếng Hàn, có phương thức cấu tạo giống nhau (định ngữ+danh từ), nhưng khác nhau về cấp độ ngữ pháp. Danh ngữ không giống như danh ngữ mệnh đề ở chỗ nó không phải là một kết cấu chủ vị.

Chức năng ngữ pháp của danh ngữ trong câu luôn đồng nhất với chức năng ngữ pháp của danh từ nòng cốt. Các tiểu từ cách (chủ cách, bổ cách, trạng cách) được kết hợp sau danh từ nòng cốt, biểu hiện chức năng thành phần câu cho cả danh ngữ. Chức năng chủ yếu của danh ngữ vẫn là chức năng làm chủ ngữ, bổ ngữ của câu, song bên cạnh đó chúng cũng có thể kết hợp với các tiểu từ khác biểu thị chức năng làm định ngữ hay trạng ngữ.

Ví dụ:

Danh ngữ làm chủ ngữ:

저 분이 우리 학교 선생님이시다.

(Người kia là thầy giáo trường tôi)

Danh ngữ làm bổ ngữ:

우리 아이가 옛 노래를 부른다.

(Con tôi hát bài hát cũ)

Danh ngữ làm định ngữ:

우리는 그 사람의 시를 좋아했다.

(Chúng tôi đã thích thơ của người đó)

Danh ngữ làm trạng ngữ:

그이는 새로 산 집에서 자고 있다.

(Người đó đang ngủ ở căn nhà mới mua)

Về mặt cấu tạo, có nhiều phương pháp để kết hợp định ngữ với danh từ để tạo nên danh ngữ trong tiếng Hàn. Chẳng hạn như:

- Chắp dính đuôi chuyển loại định ngữ vào sau động từ hay tính từ:

Ví dụ: 좋은 친구 (bạn tốt), 사운 사과

(táo đã mua về)

- Chắp dính tiểu từ chỉ sở hữu “의”(của) sau danh từ (hay danh ngữ khác):

Ví dụ: 회사의 동료 (đồng nghiệp của công ty)

- Sử dụng trực tiếp các định từ kết hợp trước danh từ:

Ví dụ: 이 현 집 (nhà cũ này)

⁷ Tuy được gọi là danh ngữ nhưng thành phần nòng cốt có thể là bao gồm cả số từ hay đại từ. Những từ loại này trong tiếng Hàn được ghép chung thành một loại là thể từ.

Trong danh ngữ, khi định ngữ kết hợp với danh từ gồm nhiều định từ, các định từ này được sắp xếp theo trật tự: định từ mang ý nghĩa chỉ định + định từ mang ý nghĩa chỉ số lượng + định từ mang ý nghĩa chỉ tính chất, trạng thái.

Ví dụ:

이 새 집 (nhà mới này)

저 모든 고양이 (tất cả con mèo kia)

이 두 그루의 장미나무 (hai cây hoa hồng này)

저 모든 헌 집 (tất cả nhà cũ kia)

Trong tiếng Hàn, không có phạm trù số để chia như: số nhiều, số ít, số đếm được, số không đếm được v.v... Tuy nhiên, để nhấn mạnh về số lượng nhiều có thể sử dụng hậu tố -들(những). Trong cấu trúc danh ngữ, khi xuất hiện, hậu tố -들(những) luôn được chấp dính trực tiếp vào ngay sau danh từ nòng cốt.

Ví dụ:

저 모든 사람들 (tất cả những người kia)

b) Động ngữ (동사구)

Động ngữ là một ngữ mà ở đó có động từ làm thành phần trung tâm. Trong tiếng Hàn, khi nói đến động ngữ, người ta thường nghĩ đến những trường hợp sau:

- Như đã trình bày ở phần vị từ bổ trợ, đầu tiên phải kể đến trường hợp động từ kết hợp với các động từ bổ trợ (phụ động từ). Các động từ bổ trợ này thường kết hợp ở phía sau động từ chính theo những hình thái nhất định và bổ sung thêm sắc thái ý nghĩa cho động từ chính. Về vị trí sắp xếp của chúng ở phía sau một động từ làm nòng cốt trong động ngữ có thể xem qua ví dụ sau:

할머니께서 집으로 가 버리시었군요.

(Có lẽ bà đã đi về nhà mất rồi.)

가-: thân từ của động từ chính: 가다(đi)

-(아)버리 : vị từ bổ trợ (biểu thị ý nghĩa hoàn thành, hoàn tất của hành động): (아/어)버리다

-시- : đuôi từ hàng trước

(biểu thị kính trọng chủ thể của hành động)

-았- : đuôi từ hàng trước

(biểu thị ý nghĩa thời quá khứ: đã)

-겠- : đuôi từ hàng trước

(biểu thị ý nghĩa phán đoán: có lẽ)

-군- : đuôi từ biểu thị cảm thán

(định dạng nên câu cảm thán)

-요 : đuôi từ kết thúc câu

(biểu thị kính trọng với đối tượng người nghe)

- Trường hợp động từ nòng cốt là một ngoại động từ trong cấu trúc động ngữ gồm có: bổ ngữ + động từ.

Ví dụ:

그 친구가 술을 마셔요.

(Người bạn đó uống rượu)

Về mặt nguyên tắc, bổ ngữ luôn phải đứng trước động từ (ngoại động từ)

- Trường hợp động từ nòng cốt kết hợp với trạng ngữ. Trạng ngữ kết hợp với động từ để hình thành nên động ngữ có thể gồm một từ (trạng từ, danh từ, tính từ, động từ) hoặc một ngữ (nhiều trạng từ, danh ngữ, động ngữ, tính ngữ).

Trạng từ kết hợp với động từ:

잘 몰라요. (Không biết rõ)

Danh ngữ kết hợp với các tiểu từ trạng cách:

그 학생도 우리와 같은 학교에서 공부합니다.

(Học sinh đó cũng học ở cùng trường với chúng tôi)

Tính từ hay tính ngữ kết hợp với đuôi chuyển loại trạng ngữ “게”:

꽃이 아름답게 핍니다 (Hoa nở đẹp)

글씨가 아주 예쁘게 쓰여집니다.

(Chữ được viết rất đẹp)

Động từ hay động ngữ kết hợp với các đuôi chuyển loại trạng ngữ “도록, 게...”:

죽도록 사랑한다. (Yêu đến chết)

바로 이해할 수 있게 설명해 주세요. (Xin hãy giải thích để tôi có thể hiểu ngay được)

Trạng ngữ luôn có vị trí đứng trước động từ. Trừ các trạng từ loại “잘 (được, rõ, tốt), 좀 (hơi, một chút)” hay các trạng từ phủ định “안 (không), 못 (không thể)” phải xuất

hiện trực tiếp ngay trước động từ được bổ nghĩa, các trạng ngữ khác có thể di chuyển vị trí trong câu để đạt được hiệu quả khác nhau của phát ngôn.

Khi một động ngữ xuất hiện với trạng ngữ gồm nhiều trạng từ cùng bổ nghĩa cho một động từ nòng cốt, vị trí của các trạng từ này sẽ được sắp xếp theo thứ tự như sau: Trạng từ chỉ định + Trạng từ chỉ tính chất trạng thái + Trạng từ phủ định (nếu có).

Ví dụ:

저리 잘 안 먹는 아이는 처음 본다.

(Lần đầu tôi thấy đứa bé không ăn uống được như vậy)

Trong ví dụ trên, 저리 (như vậy) là trạng từ chỉ định, 잘 (được, tốt) là trạng từ chỉ tính chất, trạng thái, 안 (không) là trạng từ phủ định bổ nghĩa cho động từ nòng cốt 먹다 (ăn).

c) Tính ngữ (형용사구)

Cũng như động ngữ, tính ngữ được hình thành dựa trên cơ sở một cụm từ, trong đó có tính từ làm trung tâm, nòng cốt. Tính ngữ có cấu trúc được cấu tạo nên bởi tính từ kết hợp với các vị từ bổ trợ, hoặc tính từ kết hợp với trạng ngữ. Khác với trường hợp động ngữ, ở tính ngữ không có sự kết hợp giữa tính từ với bổ ngữ. Ví dụ:

- Tính ngữ được hình thành bởi tính từ nòng cốt kết hợp với các vị từ bổ trợ ở phía sau:

사람은 마음이 착해야 합니다.

(Con người tâm lòng phải hiền lành)

밖의 날씨가 추운가 봐요.

(Thời tiết bên ngoài có vẻ lạnh)

- Tính ngữ được hình thành bởi tính từ nòng cốt kết hợp với trạng ngữ từ:

그 여자는 매우 예뻐요. (Cô gái đó quá đẹp)

- Tính ngữ được hình thành bởi tính từ nòng cốt kết hợp với trạng ngữ gồm danh từ hay danh ngữ kết hợp với tiểu từ biểu hiện trạng cách:

이 약은 몸에 좋다. (Thuốc này tốt cho cơ thể)

사람들이 학교 운동장에 많다.

(Người nhiều ở sân vận động của trường)

Có thể thấy một đặc nổi bật trong trật tự của các thành phần cấu tạo câu, cấu tạo ngữ trong tiếng Hàn là theo “Phụ - Chính”. Các thành phần phụ bổ nghĩa xuất hiện ở phía trước, các thành phần nòng cốt nằm ở phía sau. Ngược lại với tiếng Việt, các yếu tố bổ trợ cho động từ, tính từ (phụ động từ, phụ tính từ) như “muốn, định, có thể...” được gắn sau động từ, tính từ chính của cấu trúc. Các hình vị ngữ pháp như tiểu từ, đuôi từ hình thành theo hệ thống. Tiểu từ “đính” vào sau danh từ hay cụm danh từ, còn đuôi từ “đính” vào sau động từ, cụm động từ, tính từ, cụm tính từ. Chúng biểu thị ý nghĩa ngữ pháp của mỗi thành phần trong cấu trúc cú pháp, vừa biểu thị mối quan hệ giữa các thành phần này với nhau và đồng thời chúng trở thành những dấu hiệu về hình thái, vạch ra đường ranh giới rõ ràng, chỉ ra chủng loại các thành phần cú pháp trong mỗi cấu trúc.

4. Kết luận

Bài viết đã giới thiệu khái quát về các thành phần câu chủ yếu trong tiếng Hàn, đặc điểm về cấu tạo, hình thái và hoạt động của chúng. Thành phần chính và thành phần phụ trong câu tiếng Hàn cho thấy chúng được cấu tạo một cách đa dạng từ các đơn vị như từ, ngữ, mệnh đề, thậm chí là câu... Ở đây, mối quan hệ giữa các thành phần trong cấu trúc cú pháp tiếng Hàn được thể hiện một cách rõ ràng và bị chi phối chặt chẽ về mặt hình thái. Ngoài ra, bài viết cũng tìm hiểu, mô tả đặc điểm về trật tự của các thành phần trong cấu trúc câu và cấu trúc ngữ, chủ yếu là danh ngữ, động ngữ và tính ngữ của tiếng Hàn. Kết luận chung có thể rút ra cho trật tự từ của tiếng Hàn là mối quan hệ giữa các thành tố cấu tạo cú pháp đều được sắp xếp theo chiều “Phụ - Chính”. Điều này xảy ra trong hầu hết các loại cấu trúc cú pháp ở tất cả các bậc như từ, cụm từ, câu. Trong cấu

trúc cú pháp, tiêu từ, đuôi từ được chấp dính sau danh từ, động từ, tính từ và đóng vai trò quan trọng đối với hình thái của cấu trúc. Chúng biểu thị ý nghĩa ngữ pháp của mỗi thành phần trong cấu trúc cú pháp, biểu thị mối quan hệ giữa các thành phần này với nhau, và trở thành những dấu hiệu về hình thái, chỉ ra chủng loại các thành phần cú pháp trong mỗi cấu trúc. Hy vọng, bài viết này sẽ cung cấp được kiến thức căn bản, khái quát chung về thành phần câu trong tiếng Hàn, trở thành tài liệu tham khảo cho những nghiên cứu tiếp theo chuyên sâu hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt:

- 1) Đỗ Hữu Châu, Bùi Minh Toán, “Đại cương ngôn ngữ học” tập một, NXB Giáo dục, 2001
- 2) Mai Ngọc Chừ (chủ biên), “Các ngôn ngữ phương Đông”, phần Tiếng Hàn, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2001
- 3) Hồ Lê, Quy luật ngôn ngữ, Quyển 1: “Tính quy luật của bộ máy ngôn ngữ”, NXB Khoa học Xã hội, 1995, tr.308.

Tiếng Hàn:

- 4) 구본관, 문법 연구의 변화와 문법 교육의 변화 - 탈문법학 시대의 문법 교육의 새로운 지향, 국어교육연구, 제37집, 2016 (Koo Bon-kwan, “Những thay đổi trong nghiên cứu ngữ pháp và giáo dục ngữ pháp - Định hướng mới trong giáo dục ngữ pháp”, Tạp chí Nghiên cứu giáo dục quốc ngữ, số 37)
- 5) 이익섭, 이상억, 채완, “한국의 언어”, 신구문화사, 서울, 1997 (Lee Ik-seop, Lee Sang-eok, Chae wan, “Ngôn ngữ của Hàn Quốc”, NXB Văn hóa Shingu, Seoul, 1997)

Abstract:

A STUDY ON COMPONENTS IN SENTENCE STRUCTURE IN KOREAN LANGUAGE

PhD. Luu Tuan Anh

University of Social Sciences and

Humanities, Hanoi National University

The article uses some content compiled by the author himself in "Oriental languages", Part on Korean Language, Mai Ngoc Chu (editor), Hanoi National University Publishing House, 2001. Up to now, in the process of studying and researching the sentence components of a foreign language, we usually study on: what sentence components that language has and where they are located in the syntactic structure, what are the different characteristics compared to the mother tongue, how to recognize, define and draw the boundaries between them etc... This article wants to introduce the basic types of sentence elements of Korean and their operational characteristics and positions in syntactic structures. Hopefully this article will provide readers with a systematic view of the sentence components of Korean language that helps improving the Korean education in Vietnam.

Keywords: sentence components, main components of sentences, secondary components of sentences, order of sentence components

GIẢI PHÁP THUYẾT TRÌNH HIỆU QUẢ CHO SINH VIÊN NGÀNH NGÔN NGỮ HÀN QUỐC QUA HỌC PHẦN “VĂN HÓA HÀN QUỐC”

Nguyễn Minh Trung*

Tóm tắt

Kỹ năng thuyết trình là một kỹ năng bắt buộc cần có đối với sinh viên ở bậc Cao đẳng, Đại học. Tuy nhiên, sinh viên rất lo lắng và luôn gặp vấn đề trong việc thuyết trình. Bài nghiên cứu này mong muốn đưa ra giải pháp thuyết trình hiệu quả dành cho sinh viên chuyên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc tại trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn với ba khía cạnh sau: 1) Thế nào là thuyết trình; 2) Những thuận lợi và khó khăn đối với sinh viên ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc, trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn khi thuyết trình cho học phần “Văn hóa Hàn Quốc”; 3) Những giải pháp hiệu quả dành cho sinh viên chuyên ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc, trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn cho học phần “Văn hóa Hàn Quốc”.

Từ khóa: Thuyết trình, Giải pháp, ngôn ngữ Hàn Quốc, Văn hóa Hàn Quốc.

1. Đặt vấn đề

Thuyết trình cá nhân hoặc nhóm là một trải nghiệm không thể thiếu đối với sinh viên ở trình độ cao đẳng và đại học, đồng thời nó cũng là một yếu tố quyết định sự hiểu biết và khả năng diễn đạt của sinh viên (SV) trong quá trình học tập. Tại Khoa Ngoại ngữ, Trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn (BKC), việc yêu cầu sinh viên ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc thực hiện thuyết trình là một yếu tố quan trọng nhằm đánh giá kiến thức tư duy của SV trong quá trình đào tạo. Trong học kỳ 3, sinh viên năm thứ nhất khi tham gia môn học “Văn hóa Hàn Quốc” sẽ phải thực hiện thuyết trình nhóm để tính điểm cho bài kiểm tra thường xuyên, và đây cũng là cơ hội tạo điều kiện cho SV phát triển kỹ năng trình bày của bản thân trước đám đông.

Sự lo lắng của sinh viên là không tránh khỏi, để chuẩn bị một bài thuyết trình hoàn hảo, sinh viên cần kết hợp kiến thức sâu rộng về đề tài, cùng với khả năng diễn đạt mạch lạc và sự tự tin trong việc trả lời các câu hỏi từ các sinh viên khác và giảng viên bộ môn. Để đáp ứng những yêu cầu này, tác giả đã đề xuất những giải pháp thuyết trình hiệu quả cho môn học “Văn hóa Hàn Quốc” thông qua việc đã nghiên cứu và áp dụng vào giảng dạy các môn học khác như Âm vị học tiếng Hàn, Hình vị học tiếng Hàn, Lịch sử Hàn Quốc, Đọc - Viết tiếng Hàn.

* Thạc sĩ, Nghiên cứu sinh; Trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn; Email: sg-nguyenminhtrung@e-university.edu.vn

2. Cơ sở lý luận

2.1. Khái niệm thuyết trình

Có rất nhiều khái niệm về thuyết trình. Theo Kim Jung Seob, Choi Mun Seok (2008) thì “Thuyết trình là hoạt động giao tiếp hướng tới đối tượng là đám đông, trong đó người nói trình bày ý kiến hoặc luận điểm của bản thân về một chủ đề, hiện tượng hoặc một vấn đề nào đó” (tr.88). Thuyết trình là một quá trình giao tiếp chủ yếu giữa người trình bày và người nghe, với sự tương tác giữa người truyền thông điệp và người tiếp nhận thông điệp. Quá trình này đòi hỏi sự truyền đạt thông tin thông qua một phương tiện giao tiếp, nơi thông tin chỉ khi nào được truyền tải qua đó thì người nhận thông tin mới có thể hiểu và tiếp nhận nó.

2.2. Các phương pháp thuyết trình

Có rất nhiều phương pháp thuyết trình, nhưng quy tụ lại có thể kể đến 5 phương pháp thuyết trình cơ bản nhất: 1) Thuyết trình cung cấp thông tin: Cung cấp thông tin cho người nghe; 2) Thuyết trình mang tính chỉ dẫn: Đưa ra các chỉ dẫn hoặc mệnh lệnh cụ thể; 3) Thuyết trình có tính gợi ý: Đưa người nghe vào một chủ đề hay tình huống cụ thể; 4) Thuyết trình để đưa ra kết luận: Làm cho người nghe chọn quyết định mà người nói đã gợi ý; 5) Thuyết trình mang tính thuyết phục: Nhằm thuyết phục người nghe chấp nhận đề nghị của người nói. (Richard Hall, 2017)

2.3. Thuyết trình trong dạy và học ngoại ngữ

Trong nhiều lĩnh vực, thuyết trình là một kỹ năng quan trọng và đặc biệt đối với lĩnh vực dạy và học ngoại ngữ lại càng quan trọng hơn hết. Bởi chính mục đích của việc dạy và học ngoại ngữ là giúp cho người học tiếp cận với ngoại ngữ và tạo ra những người biết giao tiếp bằng ngôn ngữ đang được học. Có rất nhiều nghiên cứu đã đưa ra kết quả tốt khi người học được giới

thiệu và áp dụng thuyết trình vào trong việc dạy và học ngoại ngữ. Theo như Jeremy Harmer (2009) “*Một hoạt động phổ biến là một bài nói chuyện được chuẩn bị trước chính là khi một SV tạo ra một bài thuyết trình theo lựa chọn riêng của bản thân. Những bài thuyết trình này không phải thiết kế cho những hội thoại thân mật mang tính ngẫu hứng mà được xác định từ trước. Những bài thuyết trình được chuẩn bị từ trước như thế là một thể loại kỹ năng nói đã được xác định rõ ràng chủ đề và hữu ích. Nếu có một bố cục tốt thì những bài thuyết trình sẽ trở nên thú vị cho cả người nói lẫn người nghe*”. Chính vì điều này đã giúp cho người học ngoại ngữ có thể trình bày và phát triển kỹ năng nói trong quá trình học.

2.4. Mối quan hệ và mục tiêu dạy tiếng Hàn Quốc thông qua giảng dạy văn hóa Hàn Quốc

Theo Park Yung Sun (2006) “*Việc học ngôn ngữ chính là việc học văn hoá, ngược lại, việc học văn hoá chính là việc học ngôn ngữ*” (tr.45). và cũng theo Kang Sung Hye (2010), năng lực giao tiếp là “*Kiến thức về văn hoá được thể hiện bằng ngôn ngữ trong sinh hoạt hằng ngày. Nếu không hiểu về văn hoá thì không thể lĩnh hội năng lực giao tiếp*” (tr.19). Chính vì lẽ đó, bộ môn Văn hóa Hàn Quốc trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn, môn cơ sở ngành, được giảng dạy với 02 tín chỉ (30 tiết) dành cho sinh viên chuyên ngành ngôn ngữ Hàn Quốc, học kỳ 3 năm thứ nhất. Nội dung giảng dạy cung cấp cho người học kiến thức về lịch sử, địa lý địa hình, văn hóa xã hội Hàn Quốc và những nét chính trong văn hóa doanh nghiệp Hàn Quốc như: ý nghĩa của tiệc cơ quan, cách cư xử giữa lãnh đạo và nhân viên và giữa đồng nghiệp với nhau. Để đạt được chuẩn đầu ra của môn học và hiểu rõ hơn bộ môn, người học

được giáo viên định hướng sử dụng kỹ năng thuyết trình để trình bày các chủ đề liên quan đến môn học do người học tự nghiên cứu, thông qua điều này giúp cho người học phát huy được khả năng giao tiếp trước đám đông đồng thời hiểu rõ những nét đặc sắc trong văn hóa xã hội và văn hóa doanh nghiệp của người Hàn Quốc

từ đó dễ dàng tiếp cận những kiến thức chuyên ngành và doanh nghiệp Hàn Quốc.

2.5. Nội dung giảng dạy văn hóa Hàn Quốc ở trình độ cơ bản

Dựa theo nghiên cứu về nội dung giảng dạy văn hoá Hàn Quốc ở trình độ sơ cấp của Kang Sung Hye (2010) được thể hiện như sau:

Văn hoá ngôn ngữ	Tiếng Hàn và chức năng của tiếng Hàn	Chữ viết, từ, câu thông dụng trình độ sơ cấp (thực hành các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết thông qua các tình huống chào hỏi, điện thoại, cuộc hẹn và đặt hàng, viết thư, trao đổi thư điện tử, truyện kể, cổ tích, thơ, tiểu thuyết có nội dung đơn giản)
	Lễ nghi trong ngôn ngữ	Nhờ vả và từ chối
Văn hoá sinh hoạt	Địa lý	Đặc trưng địa lý, môi trường tự nhiên, mùa màng, giao thông...
	Ăn, mặc, ở	Hanbok, thức ăn hàng ngày, các món ăn ở hàng quán, cách đặt món ăn, cách tính tiền, nhà ở (chung cư, nhà liên kế, nhà riêng, nhà trọ, nhà thuê...)
	Giải trí	Sở thích, danh lam thắng cảnh, điểm đến...
	Phong tục truyền thống	Lễ hội truyền thống và lễ hội dân gian hiện đại
	Nghi lễ	Thôi nôi, kết hôn...
	Cộng đồng	Quan hệ gia đình, họ hàng...
	Sinh hoạt hàng ngày	Mua bán hàng hoá, bệnh viện và nhà thuốc, cách sử dụng ngân hàng, thư viện và ngày nghỉ lễ...
Văn hoá ý thức	Giá trị quan, tư tưởng, đạo lý	Suy nghĩ, lễ nghi cơ bản của người Hàn (chào hỏi, ăn uống)...
	Biểu tượng	Hanguel, quốc kì Hàn Quốc, quốc ca Hàn Quốc, quốc hoa Hàn Quốc...
	Kinh tế	Giới thiệu kinh tế Hàn Quốc, tiền, thị trường (chợ, trung tâm thương mại, siêu thị)...
	Xã hội	Giới thiệu xã hội Hàn Quốc
	Lịch sử	Giới thiệu lịch sử Hàn Quốc
	Giáo dục	Giới thiệu hệ thống giáo dục Hàn Quốc
	Kỹ thuật khoa học	Giới thiệu kỹ thuật khoa học của Hàn Quốc
	Thể thao	Taekwondo
Văn hoá thành tựu	Âm nhạc	Âm nhạc đại chúng
	Phim ảnh	Phim ảnh đại chúng

Bộ môn “Văn hóa Hàn Quốc” dành cho sinh viên ở trình độ Cao đẳng được chia thành 05 chủ đề với 10 bài học tập như sau:

- Chủ đề 1: Địa lý, Khí hậu, Tự nhiên Hàn Quốc gồm các bài học như: 1) 한국의 지리 (Địa lý Hàn Quốc); 2) 한국의 기후 (Khí hậu Hàn Quốc).

- Chủ đề 2: Tâm lý, tính cách, con người Hàn Quốc với bài học 3) 한국인의 사고와 정서 (Tính cách và tâm lý của người Hàn Quốc).

- Chủ đề 3: Văn hóa nghệ thuật, Lịch sử Hàn Quốc với bài học 4) 한국의 예술 (Văn hóa nghệ thuật Hàn Quốc); 5) 한국의 유물과 유적 (Di tích và di sản văn hóa Hàn Quốc); 6) 한국의 생일, 결혼, 장례, 제사 (Sinh nhật, kết hôn, tang lễ và cúng tế của Hàn Quốc).

- Chủ đề 4: Văn hóa ăn - mặc - ở của Hàn Quốc với bài học 7) 한국 의생활 (Trang phục Hàn Quốc); 8) 한국 식생활 (Âm thực Hàn Quốc); 9) 한국 주거생활 (Văn hóa cư trú Hàn Quốc).

- Chủ đề 5: Văn hóa doanh nghiệp Hàn Quốc với bài học 10) 직장생활 (Văn hóa doanh nghiệp).

Nhằm đáp ứng mong muốn và nhu cầu của người học, một trong những phương pháp hiệu quả nhất để người học tiếp thu tiếng Hàn, đặc biệt là đối với môn học Văn hóa Hàn Quốc chính là việc thuyết trình, giúp cho người học phát huy được khả năng giao tiếp trước đám đông đồng thời sớm tiếp xúc với bản sắc văn hoá Hàn Quốc ngay từ những buổi đầu thông qua việc chuẩn bị bài thuyết trình. Những điều này là một kim chỉ nam để tác giả xác định lựa chọn nội dung phù hợp để giảng dạy cho SV ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc tại BKC nắm rõ kiến thức cơ bản nhất về văn hoá Hàn Quốc, thông qua đó giới hạn được phần nào về nội dung của bài thuyết trình giúp cho SV không phải lo lắng trong quá trình tìm tòi tài liệu và thực hiện bài thuyết trình hiệu quả.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này tác giả sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu được sử dụng trong việc tổng quan nghiên cứu, các tài liệu được tham khảo bao gồm sách, báo, tạp chí được lưu hành bởi các nhà xuất bản, các trường đại học có uy tín và các cơ quan chức năng trong nước. Khi phân tích và tổng hợp tài liệu đều có trích dẫn và minh chứng liên kết tới các tài liệu tham khảo cụ thể.

Ngoài ra, tác giả còn sử dụng phương pháp anket dựa trên kết quả của bảng câu hỏi cho thấy những chủ đề quan tâm của các bạn sinh viên đối với bộ môn Văn hóa Hàn Quốc gần như tương đồng với đề cương chi tiết của môn học, đồng thời thấy rõ được mức độ hài lòng của các nhóm sinh viên sau khi thực hiện bài thuyết trình qua đó làm rõ phần kiến thức sinh viên được tiếp thu, những phần học tập được nhằm nâng cao năng lực tiếng Hàn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Những thuận lợi và khó khăn của sinh viên khi thực hiện hiệu quả bài thuyết trình

SV ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc của Khoa Ngoại ngữ, Trường Cao đẳng Bách Khoa Sài Gòn học học phần “Văn hoá Hàn Quốc” vào học kỳ 3 năm thứ nhất. SV được GV yêu cầu thực hiện bài thuyết trình với môn học này thì bên cạnh những thuận lợi, các em còn gặp phải một số khó khăn. Cụ thể:

- *Thuận lợi*: Khi thực hiện bài thuyết trình theo yêu cầu của GV, SV có thuận lợi lớn, đó là: 1) Ở các môn học trước đó, SV đã được làm quen với việc chuẩn bị và thực hiện bài thuyết trình theo cặp, theo nhóm nên về cơ bản, SV đã có những kỹ năng cơ bản cho bài thuyết trình. Đa phần SV chủ động tìm kiếm tài liệu liên quan đến chủ đề được đảm nhận từ các nguồn

thông tin tra cứu, thảo luận với các bạn cùng nhóm để lọc thông tin, chuẩn bị các nội dung cho slides trình chiếu cùng với chèn các hình ảnh, video minh họa vào bài thuyết trình; 2) SV được sự hỗ trợ từ phía GV điều chỉnh nội dung, hình thức của bài thuyết trình trước cũng như được các bạn SV khác trong lớp hỗ trợ về mặt kỹ thuật và tạo nên một buổi thuyết trình thân thiện, cởi mở.

- *Khó khăn*: Bên cạnh những thuận lợi thì cũng có những khó khăn: 1) Nhiều SV còn tỏ ra lúng túng trong việc lựa chọn các thông tin cần thiết cho bài thuyết trình, đôi khi lại đưa ra quá nhiều thông tin, đôi khi lại quá ít thông tin cho một vấn đề thuyết trình dẫn đến bài thuyết trình không đạt được hiệu quả cao; 2) SV thực sự chưa vận dụng hiệu quả các kỹ năng thuyết trình nên có những nhóm SV thuyết trình bị thiếu hoặc thừa thời gian thuyết trình giữa các thành viên, chưa phát huy được các kỹ năng sử dụng ngôn ngữ cơ thể như ánh mắt, tay, nét mặt...; các phương tiện kỹ thuật hỗ trợ chưa phát huy được hết thế mạnh của các SV...

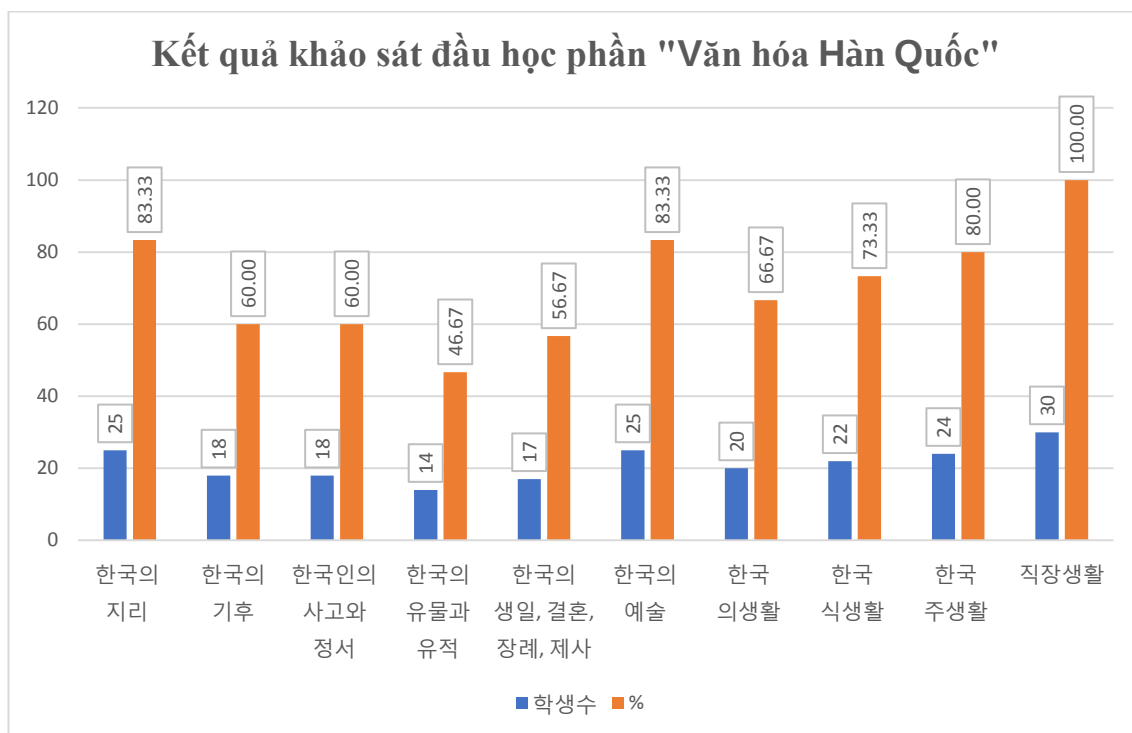
4.2. Các hoạt động thực hiện hiệu quả bài thuyết trình

Để giúp SV thực hiện tốt bài thuyết trình cho học phần này, GV nên chủ động chia bài thuyết trình thành 3 giai đoạn, bao gồm: Các hoạt động trước khi thuyết trình; Các hoạt động trong khi thuyết trình và Các hoạt động sau khi thuyết trình. Theo Goodale M. (2007), muốn có một bài thuyết trình hiệu quả, SV phải trang bị các kỹ năng cần thiết nhất để trả lời cho các câu hỏi như: *Chủ đề là gì? (What) - Tại sao thuyết trình vấn đề này (Why) - Ai là khán giả (Who) - Thuyết trình ở đâu (Where) - Thuyết trình khi nào (When) - Thuyết trình như thế nào (How)*; gọi chung là quy tắc “5W1H”. Từ việc xác định các câu trả lời

cho các câu hỏi trên thì việc chuẩn bị một bài thuyết trình sẽ có hướng đi đúng và không tốn nhiều thời gian để chuẩn bị các tài liệu tham khảo có liên quan đến chủ đề thuyết trình.

4.2.1. Các hoạt động trước khi thuyết trình

Việc chuẩn bị kỹ càng cho một bài thuyết trình là một khâu rất quan trọng. Ở giai đoạn này, GV phải cung cấp và nhắc nhở các SV ý thức được các câu trả lời của bài thuyết trình theo quy tắc “5W1H”. Việc chuẩn bị ngay từ khi bắt đầu chọn chủ đề bài thuyết trình nhằm xác định hướng đi đúng cho một bài thuyết trình hiệu quả. GV đưa ra các chủ đề và đề SV lựa chọn chủ đề, qua đó phát huy được tính tự chủ của người học, kích lệ quá trình tự học, tự tìm tòi và nghiên cứu tài liệu để người học có thể chiếm lĩnh kiến thức, không phụ thuộc, không dựa dẫm vào sự thúc ép, bắt buộc phải học hay lĩnh hội kiến thức từ GV. Ngay từ đầu học phần, GV xây dựng 10 chủ đề thuyết trình, các cặp, nhóm SV chủ động bốc thăm chủ đề và dành thời gian để chuẩn bị cho đề tài thuyết trình của mình trước khi trình bày. Theo số liệu khảo sát ban đầu học phần *Văn hóa Hàn Quốc* có 30 sinh viên sẽ tham gia thuyết trình theo 10 chủ đề yêu thích cụ thể như sau: 1) 한국의 지리 (Địa lý Hàn Quốc); 2) 한국의 기후 (Khí hậu Hàn Quốc); 3) 한국인의 사고와 정서 (Tính cách và tâm lý của người Hàn Quốc); 4) 한국의 유물과 유적 (Di tích và di sản văn hóa Hàn Quốc); 5) 한국의 생일, 결혼, 장례, 제사 (Sinh nhật, kết hôn, tang lễ và cúng tế của Hàn Quốc); 6) 한국의 예술 (Văn hóa nghệ thuật Hàn Quốc); 7) 한국 의생활 (Trang phục Hàn Quốc); 8) 한국 식생활 (Ẩm thực Hàn Quốc); 9) 한국 주생활 (Văn hóa cư trú Hàn Quốc); 10) 직장생활 (Văn hóa doanh nghiệp).



Bảng 1. Kết quả khảo sát đầu học phần "Văn hóa Hàn Quốc" (bằng tiếng Hàn)

Khi các cặp, nhóm SV lựa chọn chủ đề để thuyết trình, tự bản thân sẽ có trách nhiệm hơn với nội dung bài thuyết trình. Tiếp theo là xác định cấu trúc bài thuyết trình theo quy tắc "5W1H". Các cặp, nhóm thuyết trình có thể thực hiện bài thuyết trình theo kiểu như một game show nhiều phiên bản: Hỏi - Đáp (질의 응답); Rung chuông vàng (골든벨)... Sau khi có các câu hỏi trên, SV bắt tay vào việc tìm thông tin, hình ảnh, video cần thiết, lên bố cục cho bài thuyết trình, nội dung cho các phần trình bày, phân chia thứ tự trình bày. GV chủ động kiểm tra các bước chuẩn bị ở giai đoạn này đã hợp lý về mặt nội dung, bố cục và cách trình bày hay chưa để góp ý, chỉnh sửa trước khi thuyết trình trước lớp. Tiếp theo là các cặp, nhóm tập dượt các nội dung thuyết trình sao cho nhuần nhuyễn và đủ tự tin để thuyết trình trước lớp. Đồng thời, SV cũng kiểm tra và xác nhận lại thời gian, địa điểm thuyết trình cũng như chuẩn

bị các thiết bị hỗ trợ cho bài thuyết trình của nhóm có đúng với lịch trình dự kiến hay chưa, chuẩn bị các tài liệu cần in ấn, photo để tránh bị động sát giờ thuyết trình mà vẫn chưa sẵn sàng về mọi thứ. Các cặp, nhóm thuyết trình nên đến địa điểm thuyết trình sớm để chuẩn bị, lựa chọn trang phục phù hợp cho buổi thuyết trình cũng là một điểm nhấn, đồng thời cần phải bình tĩnh, tự tin cho bài thuyết trình của nhóm.

4.2.2. Các hoạt động trong khi thuyết trình

Trong quá trình thực hiện bài thuyết trình, SV cần ghi nhớ và thực hiện tốt các kỹ năng thuyết trình và phải chia rõ bài thuyết trình thành 3 phần riêng biệt, rõ ràng bao gồm: phần mở đầu, phần nội dung chính và phần kết thúc. Phần mở đầu cho bài thuyết trình là phần giới thiệu và tạo sự tò mò, chú ý của người nghe về nội dung thuyết trình. Việc này có thể thông qua các hoạt động hỗ trợ như các đồ vui liên quan đến chủ đề sắp thuyết trình, hoặc cả nhóm

thuyết trình cúi chào khán giả. Hơn hết có thể là điểm nhấn cho nhóm thuyết trình bằng cách mặc trang phục truyền thống (Hanbok) khi thuyết trình về chủ đề văn hóa mặc, hoặc cho các nhóm sinh viên khác nghe và đoán tên các bài hát thịnh hành khi thuyết trình về văn hóa nghệ thuật...

Nhóm thuyết trình phải giới thiệu các thành viên trong nhóm, nội dung sẽ trình bày cũng như thời lượng dự kiến cho bài thuyết trình xoay quanh 5 chủ đề lớn như *Địa lý, Khí hậu, Tự nhiên Hàn Quốc; Tâm lý, tính cách, con người Hàn Quốc; Văn hóa nghệ thuật, Lịch sử Hàn Quốc; Văn hóa ăn - mặc - ở của Hàn Quốc; Văn hóa doanh nghiệp Hàn Quốc* và đặc biệt phải thông báo cho khán giả biết khi nào họ có thể đặt câu hỏi thảo luận hoặc cần giải đáp những thắc mắc liên quan đến nội dung bài thuyết trình.

Với phần thuyết trình về chủ đề liên quan đến địa lý tự nhiên của Hàn Quốc, ngoài việc sinh viên có thể tích lũy thêm các từ vựng chuyên ngành liên quan đến chủ đề thì trong quá trình thực hiện bài thuyết trình, sinh viên cũng có thể trình chiếu các video, hình ảnh mô tả cụ thể bằng phương pháp trực quan sinh động để giúp các nhóm sinh viên khác dễ dàng hiểu rõ nội dung bài thuyết trình và cụ thể hóa hơn các từ vựng chuyên ngành khó hiểu như 휴전선 (DMZ): Khu vực phi quân sự, 특별시: Thành phố đặc biệt, 광역시: Thành phố lớn... và cách phiên âm chữ La - tỉnh tên các địa danh, tỉnh thành của Hàn Quốc. Mặc dù là lần đầu tiếp cận với việc phiên âm chữ La - tỉnh tên các địa danh, tỉnh thành của Hàn Quốc nhưng các bạn sinh viên được GV hướng dẫn phương pháp phiên âm, qua đó nhóm sinh viên chuẩn bị bài thuyết trình một cách chính chu nhất.

Chủ đề về khí hậu Hàn Quốc luôn là một chủ đề được khá nhiều sinh viên quan

tâm, đặc biệt khi thuyết trình chủ đề này, sinh viên được GV hướng dẫn cung cấp các nguồn tài liệu, trang web để có thể lựa chọn video, hình ảnh phù hợp cho nội dung thuyết trình. Các nguồn tài liệu, trang web sinh viên có thể tham khảo như Korean Cultural Center

(<https://vietnam.korean-culture.org/vi>), Korean Culture and Information Service (<https://www.kocis.go.kr/eng/main.do>)...

Hơn nữa, sinh viên được GV cung cấp các từ vựng liên quan đến chủ đề bằng hình ảnh để có nguồn ngữ liệu dịch thuật các nội dung bài thuyết trình. Thông qua quá trình tìm hiểu nội dung thuyết trình từ các nguồn tài liệu, SV học được rất nhiều từ vựng mô tả về thời tiết, miêu tả đặc tính của các mùa Hàn Quốc sau đó có thể ứng dụng vào bộ môn Nói nhằm miêu tả về thời tiết, khí hậu của đất nước Việt Nam.

Tiếp theo, SV được GV giới thiệu khái quát và định hướng về “Hệ giá trị dân tộc Hàn” nhằm mục đích hỗ trợ nhóm sinh viên nghiên cứu và tìm hiểu về tính cách và tâm lý của người Hàn Quốc. Ngoài ra SV cũng được GV định hướng quan sát, nhận xét và rút ra kết luận về một trong những tính cách đặc trưng của người Hàn Quốc thông qua hai bộ phim nổi tiếng là *Burning* và *Ký sinh trùng*, đó chính là tính cách nuốt “Hận”. Người Hàn Quốc trọng lễ nghĩa, tính cộng đồng vẫn còn ảnh hưởng trong sự phát triển tâm lý cũng như sự tiến thân của cá nhân. Về mặt tính ngưỡng họ dễ dung nạp nhiều niềm tin khác nhau trong một sự hòa trộn giữa Vu Giáo, Phật Giáo và Công Giáo. Về tâm lý tập thể, họ căm thù Nhật Bản trong mọi mặt vì có quá khứ không mấy êm đẹp với đất nước láng giềng bất chấp một sự thật rằng những cải cách trong giáo dục của họ dựa trên sự tham khảo từ Nhật Bản. Về ứng xử, họ giàu tình cảm và có khi hung bạo, nhiều tác phẩm nghiên cứu về sự hận thù

của người Hàn do chính người Hàn viết nhưng thông qua hai bộ phim điện ảnh nêu trên SV cũng phần nào hiểu được sự uất hận đó. Thêm nữa, SV cũng được GV giảng giải và bổ sung về thuật ngữ “정(Jeong)” khi bàn về tính cách của người Hàn Quốc, dường như khi nhắc đến người Hàn đều muốn nhấn mạnh hơn về phương diện tình cảm giữa các mối quan hệ con người với con người.

Lịch sử trải dài 5000 năm, Hàn Quốc có rất nhiều di tích và các di sản văn hóa để lại tạo nên một nơi thu hút khách du lịch trên toàn thế giới khi đến tham quan cũng như tìm về quá khứ hào hùng của dân tộc Hàn. Đây cũng là phần được xem là điểm nhấn cho SV khi thuyết trình về chủ đề liên quan đến văn hóa nghệ thuật, lịch sử Hàn Quốc. SV được tiếp cận với nguồn ngữ liệu từ vựng lớn trên các trang web như Korean Cultural Center

(<https://vietnam.korean-culture.org/vi>),

Korean Culture and Information Service (<https://www.kocis.go.kr/eng/main.do>),

영사역사과 (<https://www.ehistory.go.kr/>),

한국사데이터베이스

(<https://db.history.go.kr/>)... về các thời kỳ lịch sử của Hàn Quốc, tên các địa danh, di tích, di vật từng thời đại để ứng dụng vào việc dịch thuật nội dung thuyết trình cho bộ môn Lịch sử Hàn Quốc sau này. Những bài thuyết trình của các nhóm dường như thu hút khán giả theo dõi qua sự định hướng của GV cho phép SV tạo một chuyến hành trình như một hướng dẫn viên du lịch thực thụ, SV sử dụng phương pháp giảng giải và hỏi đáp với các nhóm SV khác để dẫn dắt nội dung bài thuyết trình. Mỗi địa danh, mỗi khu vực, mỗi thời kỳ là sự biến hóa không ngừng của các bạn SV đến từ các nhóm khác nhau, qua đó SV có được thêm kỹ năng thuyết trình trước đám đông tốt hơn, tạo nền tảng kiến thức cho bộ môn Tiếng

Hàn du lịch ở học kỳ chuyên ngành. Ngoài ra, SV được tìm hiểu thêm về các phong tục tập quán, những phương thức sinh hoạt hàng ngày của người Hàn trong các ngày lễ, tết... thông qua các câu chuyện cổ tích, hình ảnh các thời kỳ. Hơn hết, SV còn tạo được không gian sôi nổi trong tiết học khi thuyết trình về các tác phẩm nghệ thuật nổi tiếng như phim ảnh, K-Pop, tác phẩm văn học thông qua việc trải nghiệm thực tế xem các đoạn phim, các bài hát thịnh hành và tìm hiểu tác phẩm văn học đương đại. Vì vậy, SV có cái nhìn rõ nét hơn về đất nước Hàn Quốc đầy màu sắc, mang đậm giá trị lịch sử trong mỗi di tích, di sản văn hóa; giá trị nhân văn chứa đựng trong mỗi tác phẩm nghệ thuật.

Đối với chủ đề văn hóa ăn - mặc - ở của Hàn Quốc được xem là chủ đề được các bạn sinh viên yêu thích nhất. SV được trải nghiệm trong tiết học vừa thuyết trình, vừa mặc thử những bộ trang phục truyền thống Hàn Quốc (Hanbok); tự tay vẽ và trang trí mô hình hệ thống sưởi ấm Hàn Quốc (Ondol); tự tay thực hiện các món ăn truyền thống của Hàn Quốc như Kimbab, Canh Kim Chi... Như vậy, không những SV vừa được học kiến thức liên quan đến chủ đề mà còn trực tiếp trải nghiệm giúp cho việc thuyết trình trở nên sôi động và hấp dẫn hơn. GV cũng cung cấp cho SV các nguồn tài nguyên để SV có thể sáng tạo thêm trong việc thiết kế trang phục truyền thống Hàn Quốc (Hanbok) mang phong cách cách tân để SV có thể thấy rõ sự biến đổi rõ nét của trang phục truyền thống Hàn Quốc qua từng giai đoạn, từng thời kỳ.

Không thể thiếu những trải nghiệm thực tế dành cho SV khi tìm hiểu về văn hóa doanh nghiệp Hàn Quốc, nhưng vì đây là thời gian học tập ban đầu ở môn cơ sở ngành nên SV chưa có thời gian để thực hiện điều đó. Chính vì vậy, GV là người dẫn

đất và định hướng cho SV về các nội dung sinh hoạt tại doanh nghiệp Hàn Quốc đồng thời có cái nhìn xa cho việc chuẩn bị thực tập và làm việc tại doanh nghiệp sau này. Ở chủ đề này, SV vừa được đóng vai thành các nhân vật trong doanh nghiệp Hàn Quốc như giám đốc, thư ký, các nhân sự các phòng ban... và học tập từ vựng, biểu hiện, văn hóa được sử dụng trong doanh nghiệp do GV cung cấp vừa tạo nên một môi trường doanh nghiệp thu nhỏ trong mỗi tiết học. Qua đó, SV hiểu rõ hơn những yêu cầu cơ bản nhất khi sinh hoạt nơi công sở, hiểu rõ cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp Hàn Quốc, các nghi thức xã giao trong công việc... Đây cũng chính là nền tảng cơ bản cho các bạn SV trong quá trình học tập, tìm hiểu về đất nước Hàn Quốc nói chung, doanh nghiệp Hàn Quốc nói riêng và có thể ứng dụng vào thực tế trong quá trình thực tập và làm việc.

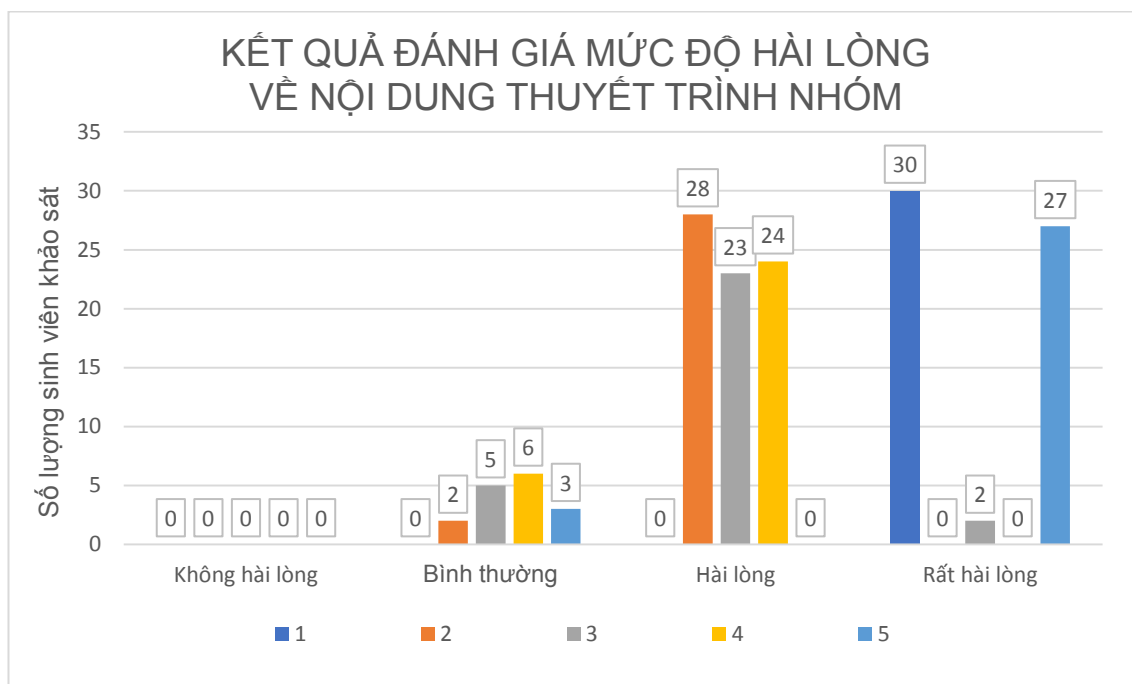
Tuy nhiên, trong khi thuyết trình thì các cặp, nhóm thuyết trình phải thực hiện đầy đủ các nội dung kịch bản đã dự định, không nên lạm dụng trình bày quá nhiều vào những nội dung người thuyết trình thích thú mà phải đặt mình vào vị trí của khán giả. Nhóm thuyết trình phải kết hợp sử dụng các phương tiện kỹ thuật hỗ trợ cho bài thuyết trình như máy chiếu, bảng thông tin, loa, máy tính, phiếu bài tập... một cách hợp lý. Đặc biệt, việc bao quát được cả khán giả theo dõi phải thực hiện tế nhị và khéo léo để biết được khán giả có thật sự đang theo dõi bài thuyết trình hay không qua đó có thể đánh giá được sự hấp dẫn của nội dung và người thuyết trình. Ngôn ngữ cơ thể trong giai đoạn này là hết sức cần thiết. Các cặp,

nhóm thuyết trình phải luôn giữ khuôn mặt tươi cười, ánh mắt nhìn về phía khán giả phải hợp lý, tránh nhìn chăm chăm vào một cá nhân hay một khu vực không cần thiết như trần nhà, cửa sổ... Trong khi thuyết trình nên điều chỉnh giọng nói cho phù hợp với nội dung ở những đoạn cao trào, các phần nhấn mạnh, nêu từ khóa để tạo ấn tượng đến khán giả. Tuyệt đối tránh dùng những thuật ngữ chuyên ngành quá khó hiểu, những câu quá dài, thái độ quá xa vời với khán giả hoặc tạo sự xa cách, không thân mật.

Khi chuyển sang phần câu hỏi thảo luận phải để đủ thời gian cho khán giả đặt câu hỏi và phải trả lời câu hỏi từ phía khán giả một cách rõ ràng. Nếu có những câu hỏi rơi vào những nội dung chưa chuẩn bị hoặc vượt ngoài phạm vi nội dung thuyết trình thì sẵn sàng xin lỗi khán giả và hẹn một dịp khác để giải đáp hoặc cung cấp phương tiện trao đổi gián tiếp như email cá nhân để khán giả gửi câu hỏi và nhận câu trả lời. Khi bài thuyết trình kết thúc thì các thành viên trong nhóm phải thông báo cụ thể cho khán giả kèm lời cảm ơn vì đã lắng nghe vào bài thuyết trình của nhóm.

4.2.3 Các hoạt động sau khi thuyết trình

Sau mỗi bài thuyết trình, các nhóm SV được GV cung cấp bảng đánh giá mức độ hài lòng về buổi thuyết trình và đưa ra điểm số đánh giá thì đại đa số SV rất hài lòng về nội dung bài thuyết trình của các nhóm nên “*để dành nắm bắt nội dung bài học*”, tiếp theo là “*bài thuyết trình sống động, lời cuốn người theo dõi*”, xếp thứ ba là “*cung cấp được lượng từ vựng, biểu hiện liên quan đến chủ đề phong phú, đa dạng*”.



Bảng 2. Kết quả đánh giá mức độ hài lòng về nội dung thuyết trình nhóm

Một bài thuyết trình kết thúc trên lớp không có nghĩa là cặp, nhóm thuyết trình đã kết thúc công việc của mình. Đây là khoảng thời gian các SV tham gia thuyết trình thực hiện tiếp các khâu như: tự đánh giá, rút kinh nghiệm, tham khảo ý kiến từ GV bộ môn hay khán giả, thảo luận lại với GV bộ môn để chỉnh sửa bài thuyết trình sao cho hoàn chỉnh nhất. Việc tự đánh giá bài thuyết trình của nhóm có thể thông qua bài tự đánh giá trong đó SV có thể viết cảm nhận của cá nhân sau khi thực hiện bài thuyết trình. Bằng việc này, SV có thể rút ra kinh nghiệm cho bản thân, thấy được rõ ưu nhược điểm để phát huy và khắc phục cho những bài thuyết trình kế tiếp. Việc rút kinh nghiệm theo cặp, nhóm thuyết trình có thể thực hiện theo phương pháp tương tự và các cặp cũng sẽ thấy rõ mặt ưu điểm có thể phát huy và nhược điểm cần phải khắc phục. Các cặp, nhóm thuyết trình xem các phương pháp, kỹ năng thuyết trình và các phương tiện kỹ thuật hỗ trợ cho bài thuyết trình đã sử dụng hợp lý chưa, ngôn ngữ hình thể, giọng nói có hợp lý hay không... Một

lần nữa, các cặp, nhóm thuyết trình cũng xác nhận lại bài thuyết trình đã đảm bảo đúng quy tắc “5W1H” hay không, có cần thay đổi hay bổ sung gì hay không từ GV bộ môn để có một bài thuyết trình hiệu quả cho những lần kế tiếp. Trong thực tế, các cặp, nhóm thuyết trình thường chủ động rút ra kinh nghiệm cho mình những điều trên và tránh lặp lại các vấn đề vướng mắc, từ đó kỹ năng thuyết trình của các SV ngành Ngôn ngữ Hàn Quốc của BKC đã có những tiến bộ đáng kể.

5. Kết luận

Thuyết trình là một kỹ năng rất cần thiết đối với các SV ở bậc cao đẳng, đại học, đặc biệt là với SV chuyên ngành ngôn ngữ. Bằng cách thuyết trình với nhiều hình thức khác nhau mới có thể chứng minh SV có thể tự tin với kỹ năng ngôn ngữ của bản thân và chứng tỏ được sự hấp thụ của “ngôn ngữ thứ hai” thông qua việc học văn hóa. Đặc biệt, đối với việc học văn hóa Hàn Quốc, việc áp dụng phương pháp thuyết trình mang đến nhiều lợi ích đáng có và đạt hiệu quả cao trong việc

cung cấp kiến thức nền tảng về nền văn hóa đặc trưng dành cho các bạn sinh viên chuyên ngành. Không những GV có thể thấy rõ mức độ hài lòng của các nhóm sinh viên thông qua bài thuyết trình mà còn đánh giá được quá trình tiếp thu và trình bày kiến thức của các nhóm sinh viên trong bài thuyết trình. Qua đó có thể giúp phần nào cho việc GV điều chỉnh nội dung giảng dạy, chương trình môn học trở nên hoàn chỉnh hơn, phù hợp với nhu cầu của chuẩn đầu ra bộ môn và chuyên ngành. Tuy nhiên, việc thực hiện một bài thuyết trình hiệu quả thì không phải dễ dàng, nó đòi hỏi GV phải có sự nhiệt tình trong việc hướng dẫn, giới thiệu các vấn đề liên quan đến thuyết trình, cung cấp nguồn tài nguyên liên quan đến chủ đề một cách phong phú, đa dạng, kiên trì sửa lỗi tồn tại của SV trong khi thuyết trình và cả SV sau khi thuyết trình, liên tục đổi mới nội dung và cách thức thuyết trình của SV nhằm đảm bảo việc đổi mới phương pháp giảng dạy. Chỉ có sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa người học và người dạy với phương pháp phù hợp thì mới đáp ứng được yêu cầu của đào tạo của đất nước và thời đại mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) Goodale.M, *Professional Presentation*. Cambridge University Press, 2007.
- 2) Jeremy Harmer, *How to Teaching English*. Oxford University Press, 2009.
- 3) Jong Mi Soon, *Learning easy Korean by the culture*. Publisher: Hagulpark, 2014.
- 4) Kang Sung Hye, *Korean culture education*. Publisher: Hyongsol, 2010
- 5) Kim Jung Seob, Choi Mun Seok, *유학생을 위한 한국어 말하기*. NXB Hawoo, 2008
- 6) Mark Ellis, Nina O'Driscoll, *Giving Presentations*. Harlow: Longman, 1992.
- 7) Noer.M, *How to present number for an Attractive Presentation*. Saudi Arspbia, 2013
- 8) Park Yung Sun, *Korean culture education for Korean language education*. Publisher: Hangukmunhwoasa, 2006.
- 9) Richard Hall, *Thật đơn giản thuyết trình* (người dịch: Nguyễn Thị Yên). NXB Lao động - Xã hội, 2017.
- 10) Tô Minh Tùng, *Phương án đề xuất giảng dạy văn hóa chuyên ngành cho sinh viên ngoại ngữ tập trung hướng đến người học tiếng Hàn*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng, 37-42, 2023.
- 11) Trần Nguyễn Nguyên Hân, Võ Ngọc Chánh, *Giáo dục văn hóa Hàn Quốc cho người học chuyên ngành tiếng Hàn Quốc*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh, 2017.

Abstract

A STUDY ON EFFECTIVE PRESENTATION SOLUTIONS FOR KOREAN LANGUAGE STUDENTS THROUGH THE “KOREAN CULTURE” COURSE

Nguyen Minh Trung (PhD student)
Bach Khoa Saigon College

Presentation skills are one of the essential skill sets for students of higher learning. However, students seem to be nervous and always have problems giving presentation. This research aims to propose effective presentation solutions for students majoring in Korean language at Bach Khoa Saigon College. The study addresses three key aspects:

- 1) *Defining the concept of presentation;*
- 2) *Identifying the advantages and challenges faced by students majoring in Korean language at Bach Khoa Saigon College when giving presentation for the “Korean Culture” course; and;*
- 3) *Proposing effective solutions for students of Korean language at Bach Khoa Saigon College through the “Culture Korean” course.*

Keywords: Presentation, Effectiveness, Korean, Korean culture

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)