

THỰC TRẠNG CẢNH QUAN NGÔN NGỮ KHU VỰC HỒ HOÀN KIẾM VÀ PHỐ CỔ HÀ NỘI

NGUYỄN LÊ PHƯƠNG*

Abstract: The term linguistic landscape was only formally used in linguistic studies in the 1990s by pioneers in the field such as Backhaus, Landry and Bourhis. Studies in this field have mainly focused on public signs, official signs and private shop signs. Major cities around the world have served as sites for various studies. This article examines the linguistic landscape features of the Hoan Kiem tourist area and the Old Quarter of Hanoi, highlighting language shift on signs appearing in public places.

Keywords: *linguistic landscape, researches, signs, language, multilingualistic*

1. Dẫn nhập

Nghiên cứu về cảnh quan ngôn ngữ đã được các nhà nghiên cứu trên thế giới quan tâm. Những nghiên cứu này đã miêu tả, phân tích cảnh huống ngôn ngữ ở một quốc gia cụ thể [5] hoặc sử dụng nhiều ngôn ngữ ở một khu vực rộng lớn [3]. Dù có nhiều cách phân tích khác nhau, song các nhà nghiên cứu đều thống nhất với quan điểm của các tác giả Backhaus, Landry và Bourhis rằng: *cảnh quan ngôn ngữ là việc sử dụng ngôn ngữ ở dạng văn bản trong một không gian công cộng, nghĩa là tất cả những gì mà ta có thể nhìn thấy bằng văn bản (text) ở một khu vực nhất định* [2]. So với số lượng nghiên cứu về đặc điểm cảnh quan trên thế giới, có thể nói, cảnh quan ngôn ngữ ở Việt Nam vẫn là một vấn đề khá mới cần được quan tâm nghiên cứu. Vì vậy, việc tìm hiểu cảnh quan ngôn ngữ ở các địa điểm du lịch trong đó có Hồ Hoàn Kiếm và phố cổ Hà Nội là việc cần thiết nhằm chỉ ra xu hướng sử dụng ngôn ngữ, sự dịch chuyển ngôn ngữ ở những nơi công cộng như khu vực phố Cổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

2. Cơ sở lý luận

Khái niệm đầu tiên về cảnh quan ngôn ngữ do Landry và Bourhis đưa ra vào năm 1997. Các tác giả cho rằng ngôn ngữ trên các biển báo công cộng, biển quảng cáo, tên đường phố, tên địa điểm, biển hiệu thương mại của các cửa hàng, biển hiệu treo trước cơ quan công quyền, tất cả chúng tạo nên cảnh quan ngôn ngữ của một lãnh thổ, một vùng hay một đô thị nhất định [2]. Đồng thời, ông cũng chỉ rõ mục đích của nghiên cứu cảnh quan ngôn ngữ là kiểm tra sự hiện diện và sự nổi bật của ngôn ngữ trên các biển hiệu công cộng và thương mại trong một lãnh thổ hoặc khu vực nhất định. Sau đó, một số nghiên cứu khác đã mở rộng khái niệm cảnh quan ngôn ngữ và cho rằng cảnh quan bao hàm nhiều loại đối tượng và hiện vật, bao gồm hình ảnh, biểu tượng và ngôn ngữ được ghi ở những nơi công cộng. Phần lớn các nhà nghiên cứu cảnh quan ngôn ngữ dựa vào định nghĩa của Landry & Bourhis [2] trong nghiên cứu thực nghiệm của họ. Nghiên cứu cảnh quan ngôn ngữ trong bài viết này tập trung chủ yếu vào trạng thái đơn ngữ và đa ngữ. Đồng thời nghiên cứu mối quan hệ giữa hai trạng thái này trong việc hình thành diện mạo của một cảnh quan ngôn ngữ. Vì thế, nghiên cứu sẽ sử dụng khái niệm cảnh quan ngôn ngữ của Landry & Bourhis, tập trung vào các biển hiệu cố định có chữ viết.

3. Tư liệu và phương pháp nghiên cứu

Tư liệu nghiên cứu là 1.418 biển hiệu, biển báo xuất hiện quanh khu vực bờ Hồ Hoàn Kiếm, đền Ngọc Sơn và 4 phố cổ Hà Nội là: phố Tạ Hiện, phố Hàng Gai, phố Hàng Đào, phố Hàng Bông. Sau khi thu thập tư liệu, chúng tôi tiến hành phân loại các biển này theo thành phần ngôn ngữ và theo hình ảnh.

Bài viết sử dụng phương pháp điều tra điền dã để thu thập tên biển báo, biển hiệu du lịch; Phương pháp miêu tả dùng để miêu tả thực trạng cảnh quan ngôn ngữ ở Hồ Hoàn Kiếm và phố cổ Hà Nội; Thủ pháp thống kê, phân loại được sử dụng để thống kê các loại biển hiệu ở Hồ Hoàn Kiếm và phố cổ Hà Nội. Sau khi thống kê, bài viết phân loại kết quả để phân tích thực trạng cảnh quan ngôn ngữ nơi đây. Một số thao tác kỹ thuật như quan sát, chụp ảnh cũng được thực hiện. Tư liệu điều tra, thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 10 năm 2024.

* Trường Đại học Ngoại thương

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả khảo sát

Dựa vào thành phần ngôn ngữ được sử dụng trên các biển, chúng tôi thấy các biển có thể chia thành ba nhóm chính (Bảng 1) là:

- Nhóm 1: Các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt.
- Nhóm 2: Các biển sử dụng hoàn toàn tiếng nước ngoài.
- Nhóm 3: Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài.

Bảng 1. Các loại biển phân theo ngôn ngữ sử dụng

Các loại biển phân theo ngôn ngữ sử dụng	Số lượng	Tỉ lệ %
Nhóm 1	533	37,6
Nhóm 2	523	36,9
Nhóm 3	362	25,5
Tổng số	1.418	100

Kết quả cho thấy loại biển chiếm tỉ lệ nhiều nhất là *biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt* với 533/1.418 biển (37,6%) và thường tập trung các các biển quảng cáo chuyên về một mặt hàng, sản phẩm (ví dụ: *Thanh áo chống nắng; Trường võ thuật Hồng Quyền Đạo; Vật tư ngành ảnh Đông Á...*).

Loại biển có số lượng đứng thứ 2 là *biển hoàn toàn tiếng nước ngoài* với 523/1.418 biển, (36,9%). Các ngôn ngữ xuất hiện trên các biển khá đa dạng, gồm tiếng Anh, tiếng Hàn Quốc, tiếng Trung Quốc, tiếng Nhật, tiếng Thái Lan, tiếng Pháp. Điều này cho thấy vai trò quan trọng của ngoại ngữ trong lĩnh vực du lịch, kinh doanh và văn hóa xã hội ở khu vực này đồng thời cũng cho thấy mức độ thâm nhập mạnh mẽ của chúng đến việc kinh doanh của người dân nơi đây. Tiếng Anh ngày nay được coi như ngôn ngữ toàn cầu, ngôn ngữ cầu nối giữa các nền văn hóa. Ở Việt Nam, tiếng Anh ngày càng được sử dụng rộng rãi, nhất là ở thủ đô Hà Nội và các thành phố lớn. Tiếng Anh được sử dụng nhiều nhất trên biển hiệu là các từ ngữ có nội dung chỉ loại hình cửa hàng như *shop, store, showroom, salon, collection; gallery...*; chỉ sản phẩm kinh doanh - dịch vụ như: *nail, coffee, shoes, clothing* hay có mục đích dành cho những đối tượng mà các chủ kinh doanh hướng đến như: *shop for men, girl, baby, women...* Các biển đa ngôn ngữ cũng xuất hiện nhiều cho thấy yếu tố quốc tế hoá đã được quan tâm cả trên các biển tư nhân cũng như biển công cộng của chính quyền.

Loại biển có số lượng ít nhất là *biển hoàn toàn tiếng nước ngoài* với 362/1.418 biển, chiếm 25,5%. Đây là những biển sử dụng đồng thời cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài (Việt + Anh; Việt + Trung; tiếng Việt + Hàn; Việt + Pháp,...).

a. Ngôn ngữ biển hiệu tại Bờ Hồ và Đền Ngọc Sơn

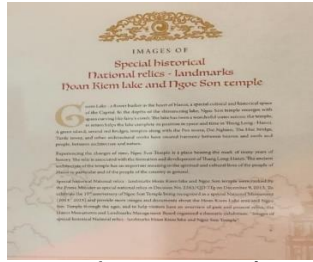
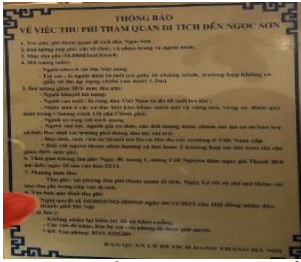
Qua khảo sát, thống kê các loại biển hiệu ở Bờ Hồ và Đền Ngọc Sơn, chúng tôi thu được kết quả cụ thể như số liệu Bảng 2.

Các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt là 49/178 (chiếm tỉ lệ 27,5%), chủ yếu tập trung vào các nội dung như *biển thông báo về việc thu phí tham quan di tích đền Ngọc Sơn; biển cấm (Không trèo núi đá); biển chỉ dẫn (sơ đồ đền Ngọc Sơn); biển tuyên truyền (quy tắc ứng xử nơi công cộng); biển giới thiệu Rùa Hồ Gươm, biển nội quy phòng cháy chữa cháy...* Đây là những biển cổ đã có từ lâu và hiện nay vẫn tiếp tục được sử dụng ở Đền.

Bảng 2. Các loại biển hiệu ở Bờ Hồ và Đền Ngọc Sơn

Các loại biển	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nhóm 1	49	27,5
Nhóm 2	85	47,8
Nhóm 3	44	24,7
Tổng	178	100

Các biển hoàn toàn bằng tiếng nước ngoài là 85/178 (chiếm tỉ lệ 47,8%). Trong đó, các biển bằng tiếng Anh chiếm số lượng lớn nhất 80/178 (như *Boutique, Midu Spa; Ken Hotel; Tiredcity...*). Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài là 44/178 (chiếm tỉ lệ 24,7%). Trong đó, 43 biển Anh Việt (ví dụ: *Quý khách vui lòng để giày dép bên ngoài - Please leave your footwear outside; Nơi kiểm soát - Admission; Exit - Lối thoát; Lối vào - Entrance...*); 02 biển Anh - Việt - Hàn (ví dụ: *Yêu cầu bỏ rác vào thùng - Please, put waste paper in the trash can - 쓰레기를 쓰레기통에 넣어달라고 요청하세요*).



Hình 1. Biển hoàn toàn bằng tiếng Việt trong đền Ngọc Sơn

Hình 2. Biển hoàn toàn bằng tiếng Anh trong đền Ngọc Sơn

Hình 3. Biển hỗn hợp trong đền Ngọc Sơn

b. Ngôn ngữ biển hiệu tại phố Hàng Gai

Qua khảo sát, thống kê các loại biển hiệu ở phố Hàng Gai, chúng tôi thu được kết quả cụ thể như số liệu Bảng 3:

Các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt là 37/187, chiếm 19,8% như vua phụ kiện số, thủ công mỹ nghệ, tờ tầm 80, hoa quả dầm - sấu riêng tươi; giữ xe miễn phí; kim cương tiêu chuẩn quốc tế...

Các biển hoàn toàn tiếng nước ngoài là 111/187, chiếm 59,4%. Trong đó, 110/187 biển bằng tiếng Anh (manwah taiwanese hotpot; outdoor adventure shop; D&C Art Collection...) 01 biển Anh - Trung - Hàn (money exchange - 货币兑换 - 환전).

Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài chiếm 39/187 biển, chiếm 20,8%. Trong đó, 39/39 biển Anh - Việt (ví dụ: Minh Trí Silk; Nghia Loi Silk; Huệ Coffee...). Số biển có sử dụng ngoại ngữ ở phố Hàng Gai là 150/187 (chiếm 80,2%). Trong đó chỉ có 01 biển có tiếng Trung; 01 biển có tiếng Hàn. Các biển hiệu tiếng Trung và tiếng Hàn đều thuộc biển hiệu cửa hàng.

Như vậy, so với kết quả khảo sát, thống kê của Nguyễn Thị Kim Loan [1] năm 2015 - 2016, biển hiệu nơi đây đã có sự thay đổi. Năm 2015 - 2016, biển hiệu cửa hàng ở phố Hàng Gai, theo thống kê của Nguyễn Thị Kim Loan có 89,9% tiếng Anh; 10,1% tiếng Pháp, không có tiếng Trung và tiếng Hàn. Sau gần 10 năm, biển hiệu cửa hàng ở phố Hàng Gai, theo kết quả thống kê của chúng tôi không còn biển hiệu tiếng Pháp, có 01 biển tiếng Trung, 02 biển có tiếng Hàn. Tuy nhiên, số lượng biển tiếng Anh vẫn giữ nguyên trong 10 năm cho thấy, ở nơi đây tiếng Anh vẫn luôn có vị trí quan trọng so với các ngoại ngữ khác.

Có biển hiệu dùng hoàn toàn bằng tiếng Anh trong cả tên hiệu, thông tin cụ thể và thông tin liên hệ (ví dụ: TheSinhTourist -Booking office -Tourist information center-Address: 09 Hang Gai, Hanoi). Có biển hiệu sử dụng tiếng Anh và một ngoại ngữ khác như tiếng Trung, tiếng Hàn (Money exchange - 货币兑换 - 환전). Có biển hiệu sử dụng hỗn hợp tiếng Việt và các ngoại ngữ khác (Công ty cổ phần thương mại dịch vụ thời trang - HAFASCO - ĐC: Số 13 - Phố Hàng Gai...)

Như vậy, ngoài tên biển hiệu được viết bằng tiếng Việt, các thông tin khác trên biển hiệu được viết bằng ngoại ngữ. Có thể thấy, ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh xuất hiện với tần số lớn và chiếm vị trí quan trọng trong biển hiệu ở Hàng Gai. Điều này cho thấy, các chủ cửa hàng quan tâm đến các

Bảng 3. Các loại biển hiệu ở phố Hàng Gai

Các loại biển	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nhóm 1	37	19,8
Nhóm 2	111	59,4
Nhóm 3	39	20,8
Tổng	187	100



Hình 4. Biển hoàn toàn bằng tiếng Việt



Hình 5. Biển hoàn toàn bằng tiếng Anh



Hình 6. Biển hỗn hợp các ngôn ngữ

khách du lịch nước ngoài và phản ánh xu thế thời đại khi tiếng Anh dần trở thành ngoại ngữ số 1 ở Việt Nam. Tuy nhiên, với số lượng biển hiệu hoàn toàn bằng tiếng Anh chiếm tỉ lệ lớn, chỉ có 37/187 biển hiệu hoàn toàn bằng tiếng Việt cũng phản ánh xu hướng thích dùng tiếng nước ngoài của người Việt ở nơi đây. Hàng Gai là phố chủ yếu bán tặng phẩm lưu niệm, đồ thủ công mỹ nghệ, mang đậm màu sắc văn hoá truyền thống bản địa Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng nên việc lạm dụng ngoại ngữ ở đây cũng cần được các nhà chức trách quan tâm.

c. Ngôn ngữ biển hiệu tại Phố Hàng Bông

Qua khảo sát, thống kê các loại biển hiệu ở phố Hàng Bông, chúng tôi thu được kết quả cụ thể như số liệu Bảng 4:

Bảng 4. Các loại biển hiệu ở phố Hàng Bông

Các loại biển	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nhóm 1	366	42,7
Nhóm 2	240	27,9
Nhóm 3	252	29,4
Tổng	858	100

Có thể thấy, ở phố Hàng Bông, các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt là 366/858, chiếm 42,7% như: *Bánh bao Phú Đô, Ninh Yển bán máy ép, ép giấy các loại; sâm Trường Bạch, Phương Lan áo mưa; Mía đá - nước ép hoa quả, sinh tố hoa quả; cảm lại gần - có điện nguy hiểm chết người...*

Các biển hoàn toàn tiếng nước ngoài là 240/858, chiếm 27,9%. Trong đó, 234/858 biển hoàn toàn tiếng Anh, như *nails - eyelash - head washing*; 01 biển Anh - Hàn (*nails - eyelash - hair washing - 손톱 - 속눈썹 - 머리 감기*); 05 biển có tiếng Nhật (quý khách vui lòng đẩy cửa ra, ドアを押して開けてください...).

Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài là 252/858, chiếm 29,4%. Trong đó, 250/858 biển Anh - Việt (ví dụ: *Cửa hàng chăm sóc chân - Foot hot Stone; Foot scrub; Push - Đẩy để mở cửa ...*); 2 biển Việt - Trung (*Đồ nướng Thái Đạt - 中式烧烤*); 01 biển Việt - Nhật - Hàn - Pháp - Anh (*Tea and coffee house - xin chào - こんにちは - 안녕하세요 - Bonjour - Hello*).

Như vậy, số biển có sử dụng ngoại ngữ ở phố Hàng Bông là 499/858 (chiếm 58,16%). Trong đó 01 biển hoàn toàn bằng tiếng Trung; 01 biển hoàn toàn bằng tiếng Nhật, 01 biển hoàn toàn bằng tiếng Hàn; 01 biển Việt - Nhật - Hàn - Pháp - Anh; 240 biển hoàn toàn tiếng Anh; 255 biển bao gồm từ 2 ngôn ngữ trở lên. Theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Loan về biển hiệu cửa hàng ở phố Hàng Bông thì số lượng biển hiệu bằng tiếng Anh cũng là ngoại ngữ chủ đạo. Tuy nhiên, có 4 biển hiệu có tiếng Pháp, không có biển hiệu tiếng Nhật, tiếng Hàn. Sau gần 10 năm, biển hiệu cửa hàng ở phố Hàng Bông, theo kết quả thống kê của chúng tôi có 01 biển hiệu có tiếng Pháp, có 05 biển có tiếng Trung, 02 biển Việt - Trung; 01 biển hoàn toàn bằng tiếng Hàn; 01 biển Anh - Hàn... Điều này cho thấy tiếng Nhật, Hàn đang có xu hướng trở thành ngoại ngữ dần có ưu thế ở Hà Nội. So sánh với phố Hàng Gai, dù tỉ lệ sử dụng ngoại ngữ ở phố Hàng Bông thấp hơn phố Hàng Gai nhưng số lượng hơn nửa các biển hiệu có dùng ngoại ngữ cho thấy sức ảnh hưởng của ngoại ngữ đối với việc kinh doanh mua bán của những người dân sống ở các phố Hàng Bông và Hàng Gai.



Hình 7. Biển hoàn toàn bằng tiếng Việt



Hình 8. Biển hoàn toàn bằng tiếng Anh



Hình 9. Biển hỗn hợp các ngôn ngữ

d. Ngôn ngữ biển hiệu tại phố Hàng Đào

Qua khảo sát, thống kê các loại biển hiệu ở phố Hàng Đào, chúng tôi thu được kết quả cụ thể như số liệu Bảng 5:

Bảng 5. Các loại biển hiệu ở phố Hàng Đào

Các loại biển	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nhóm 1	56	56,6
Nhóm 2	30	30,3
Nhóm 3	13	13,1
Tổng	99	100

Có thể thấy, tại phố Hàng Đào, các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt là 56/99, chiếm 56,6% như: *Thu Phương - bán buôn bán lẻ; Phương Anh, thời trang Hùng Linh; An An - thời trang nữa cao cấp; cửa hàng đồ lót Sao Mây Nguyệt...*

Các biển hoàn toàn tiếng nước ngoài là 30/99, chiếm 30,3%. Trong đó, 29/99 biển bằng tiếng Anh, như *made in Vietnam; happy photo, handmadeULan - 70 Hang Dao -(+84)866797910);... 01 biển Anh - Trung- Hàn (massage - 按摩 - 마사사).* So với các biển trên các phố khác được khảo sát thì phố Hàng Đào biển hiệu có tiếng nước ngoài chiếm tỉ lệ thấp hơn.

Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài 13/99, chiếm 13,1%. Trong đó, 10/39 biển Anh - Việt (ví dụ: *Công ty siêu thị thời trang New Fashion; ...*); 01 biển Anh - Việt - Trung (Lê Hong Kong - 香港香港); biển tiếng Anh - tiếng Việt là 10 (*Hương Fashion...*)...

Như vậy, so với các biển trên các phố khác được khảo sát thì phố Hàng Đào biển hiệu có tiếng nước ngoài chiếm tỉ lệ thấp hơn, biển hiệu bằng tiếng Việt chiếm tỉ lệ nhiều hơn. Điều này có thể giải thích bởi mặt hàng buôn bán ở phố Hàng Đào chủ yếu là thời trang dành cho khách du lịch trong nước. Chính vì vậy, số lượng các biển hiệu nơi đây bằng tiếng Việt chiếm tỉ lệ cao.



Hình 10. Biển hoàn toàn bằng tiếng Việt Hình 11. Biển hoàn toàn bằng tiếng Anh Hình 12. Biển hỗn hợp các ngôn ngữ

e. Ngôn ngữ biển hiệu tại phố Tạ Hiện

Qua khảo sát, thống kê các loại biển hiệu ở phố Tạ Hiện, chúng tôi thu được kết quả cụ thể như số liệu Bảng 6:

Bảng 6. Các loại biển hiệu ở phố Tạ Hiện

Các loại biển	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nhóm 1	25	26,0
Nhóm 2	57	59,4
Nhóm 3	14	14,6
Tổng	96	100

Các biển sử dụng hoàn toàn tiếng Việt ở Phố Tạ Hiện là 25/96, chiếm 26,0% như *Hải Yến; Hay; nhà hàng Thịnh Vương; bánh mì Don Don; tư vấn tài chính-bất động sản...*

Các biển hoàn toàn tiếng nước ngoài là 57/96, chiếm 59,4%. Trong đó, 55 biển hoàn toàn tiếng Anh, như *Olive Snacks & Drinks; AE Juice; Diamond Sky Bar...*; 01 biển Anh - Hàn (*Food & Drink - 음식 및 음료*).

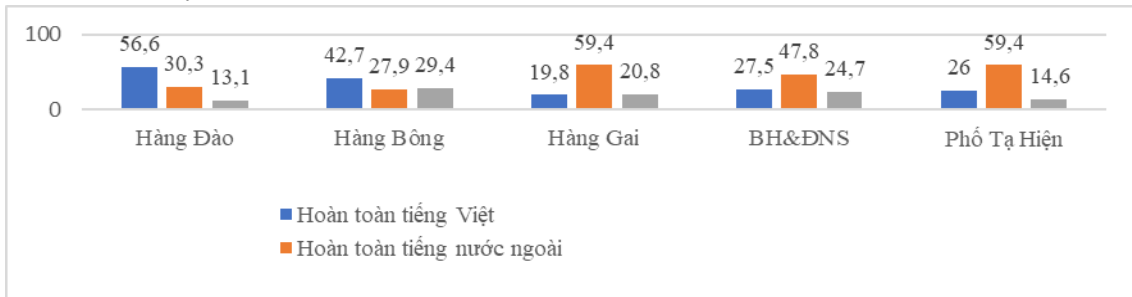
Các biển hỗn hợp, sử dụng cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài là 14/96, chiếm 14,6%. Trong đó 01 biển Anh - Việt - Trung - Hàn (ví dụ: *Chăm sóc sức khỏe EUVI Spa; 脚趾甲 발 손톱 Foot-Nail...*); 01 biển Việt - Anh - Hàn (*Quán Phúc Lâm, BBQ&HOTPOT& Seafood; 바비큐& 횡팻& 해산물*); 01 biển Việt - Anh - Nhật (*Hiệu Phúc Lợi Stampon - special souvenirs*), 01 biển có tiếng Việt - Nhật (*Quý khách vui lòng đẩy cửa ra, ドアを押して開けてください..*). Số biển có sử dụng ngoại ngữ ở phố Tạ Hiện là 71/96 (chiếm 73,96%). Trong đó 01 biển Anh - Hàn; 01 biển hoàn toàn bằng tiếng Nhật, 01 biển Anh - Việt - Trung - Hàn; 01 biển Việt - Anh - Hàn; 01 biển Việt - Anh - Nhật; 01 biển có tiếng Việt - Nhật... Như vậy, số lượng biển song ngữ/đa ngữ ở phố Tạ Hiện chiếm tỉ lệ cao. Như vậy, có thể thấy, hiện tượng đa ngữ xuất hiện với tần số lớn và chiếm vị trí quan trọng trong biển hiệu ở Tạ Hiện.



Hình 13. Biển hoàn toàn bằng tiếng Việt Hình 14. Biển hoàn toàn bằng tiếng Anh Hình 15. Biển hỗn hợp các ngôn ngữ

4.2. Thảo luận

Tình hình sử dụng ngôn ngữ trên các biển ở các tuyến phố được chúng tôi thể hiện chi tiết trong Biểu đồ 1 dưới đây:



Biểu đồ 1. Tình hình sử dụng ngôn ngữ trên các biển ở một số tuyến phố quanh Hồ Gươm và phố cổ Hà Nội

Có thể thấy, các biển hiệu hoàn toàn bằng tiếng nước ngoài chiếm tỉ lệ cao ở các phố, nhất là phố Tạ Hiện và phố Hàng Gai. Ở các phố này, tỉ lệ các biển loại này chiếm hơn 50% (59,4% ở phố Tạ Hiện và 59,4% ở phố Hàng Gai). Số lượng các biển hoàn toàn bằng tiếng nước ngoài cũng chiếm nhiều ở bờ hồ và đến Ngọc Sơn (chiếm 47,8%). Các biển hoàn toàn bằng tiếng Việt chiếm đa số ở phố Hàng Đào và Hàng Bông. Ở các phố này, tỉ lệ các biển hoàn toàn bằng tiếng Việt chiếm nhiều hơn các loại biển khác (56,6% ở phố Hàng Đào và 42,7% ở phố Hàng Bông). Các biển hỗn hợp bao gồm cả tiếng Việt và tiếng nước ngoài chiếm tỉ lệ cao nhất ở phố Hàng Bông (29,4%), tiếp đó là Bờ Hồ và đền Ngọc Sơn (24,7%), cuối cùng là phố Hàng Đào (13,1%). Như vậy, dù đều thuộc phố cổ nhưng phố Tạ Hiện và phố Hàng Gai có tỉ lệ biển hiệu bằng tiếng nước ngoài chiếm tỉ lệ cao hơn hẳn so với phố Hàng Bông. Trong các biển hiệu tiếng nước ngoài, tỉ lệ biển hiệu bằng tiếng Anh chiếm tỉ lệ áp đảo. Số lượng các biển hiệu bằng tiếng khác chiếm tỉ lệ ít hơn. Tuy nhiên, so với kết quả khảo sát 10 năm trước của Nguyễn Thị Kim Loan cho thấy, tỉ lệ tiếng Anh vẫn nhiều nhưng tỉ lệ biển hiệu đa ngữ chiếm ngày càng nhiều hơn. Thêm vào đó, biển hiệu bằng tiếng Hàn, tiếng Nhật đã xuất hiện nhiều trên các biển hiệu được khảo sát cho thấy ngoại ngữ này dần có vị trí quan trọng trong kinh doanh của người dân phố cổ Hà Nội. Như vậy, qua khảo sát cũng cho thấy các biển hiệu bằng tiếng Pháp cũng như tiếng Pháp vốn có vị trí quan trọng trước đây ở Việt Nam thì giờ đã mai một. Quá trình hội nhập thúc đẩy tiếng Anh trở thành ngôn ngữ toàn cầu, do đó các biển hiệu bằng tiếng Anh chiếm số lượng áp đảo. Tiếng Hàn, tiếng Nhật đang trở thành một trong những ngôn ngữ phổ biến và được ưa chuộng trên thế giới, đặc biệt là ở châu Á. Sự phát triển mạnh mẽ của Hàn Quốc, Nhật Bản trên nhiều lĩnh vực như công nghệ, văn hóa, giáo dục, du lịch... đã thúc đẩy nhu cầu học, làm việc bằng tiếng Hàn, tiếng Nhật ngày càng cao. Sự phát triển mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực là nhân tố giúp số lượng các biển hiệu bằng các ngôn ngữ này ngày càng nhiều ở các tuyến phố du lịch Việt Nam.

So sánh các loại biển, có thể nhận thấy: (1) Trong các loại biển thì biển hiệu cửa hàng là loại biển có sự thay đổi nhanh chóng nhất. Qua khảo sát và so sánh với kết quả nghiên cứu trước đó, có thể thấy, biển hiệu có sự thay đổi nhanh chóng, phản ánh xu thế phát triển của xã hội. Xu hướng sử dụng đa ngữ đang trở thành xu hướng thời đại phản ánh sự phát triển của xã hội trong thời kì hội nhập. Tiếng Anh trở thành ngoại ngữ chủ đạo ở Việt Nam. Tiếng Trung - Hàn - Nhật đang dần dần chiếm vị trí quan trọng và khẳng định vị thế so với các ngoại ngữ khác. Tiếng Anh trở thành ngoại ngữ chủ đạo phản ánh xu hướng toàn cầu hóa kinh tế và toàn cầu hóa văn hóa ở Việt Nam. Tiếng Anh trên biển hiệu thể hiện quá trình phát triển hội nhập trao đổi của kinh tế thương mại Việt Nam. (2) So với 10 năm trước, các biển hiệu viết không đúng chính tả được quy định trong tiếng Việt đã giảm. Tuy nhiên, những hiện tượng này vẫn còn xuất hiện. Các hiện tượng sai chính tả có thể do trình độ thiếu hiểu biết của các chủ

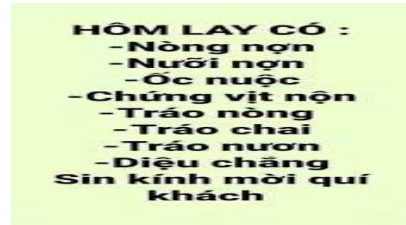
cửa hàng hoặc có thể là sai do cố ý viết nhằm nhấn mạnh (để đạt được mục đích gây ấn tượng). Các hiện tượng này có thể được quy vào các nhóm: Viết liền các chữ không dấu - Các cách viết này thường gặp ở tên các biển hiệu cửa hàng. Ví dụ: *QuynhAnh; NgocAnh...*; Sắp xếp chữ cái theo âm tiết hàng dọc.



Hình 16. Biển hiệu sắp xếp âm tiết dọc



Hình 17. Biển hiệu viết liền không dấu



Hình 18. Biển viết sai chính tả có mục đích

Các hiện tượng trên không đúng với chính tả tiếng Việt. Tuy nhiên, trong phạm vi giao tiếp phi quy thức, với mục đích giao tiếp là gây ấn tượng nhằm đạt được mục đích giao tiếp là dễ nhớ thì đây được coi là một chiến lược giao tiếp. Đây cũng là điều đặc biệt để thu hút khách hàng. Nhưng ở một góc độ khác, với trình độ nhận thức còn chưa chuẩn, nhiều người có thể nhầm lẫn các biển hiệu như *sôi nóng, nòng nợn...* là đúng chính tả... thì các biển hiệu này gây tác dụng tiêu cực, nhất là với trẻ em.

5. Kết luận

Qua khảo sát thực trạng cảnh quan ngôn ngữ trên các biển ở phố cổ và Hồ Hoàn Kiếm Hà Nội cho thấy số lượng biển hiệu cửa hàng chiếm tỉ lệ nhiều nhất. Khảo sát cũng cho thấy tỉ lệ các biển hiệu có ngoại ngữ chiếm nhiều và tỉ lệ các biển đa ngữ cũng như vậy. Xu hướng sử dụng đa ngữ đang trở thành xu hướng thời đại phản ánh sự phát triển của xã hội trong thời kì hội nhập. Tiếng Anh, tiếng Trung, tiếng Hàn, tiếng Nhật đang dần dần chiếm vị trí quan trọng và khẳng định vị thế so với các ngoại ngữ khác. Tiếng Anh trở thành ngoại ngữ chủ đạo phản ánh xu hướng toàn cầu hóa kinh tế và toàn cầu hóa văn hóa ở Việt Nam.

Từ các kết quả trên, có một số điểm các nhà quản lí và các chủ tư nhân trong quá trình tạo dựng các biển theo mục đích khác nhau cần lưu ý. Thứ nhất, người đưa ra quyết định tạo biển nên tuân theo văn hóa tiếp nhận của mỗi quốc gia mỗi khu vực để lựa chọn những từ ngữ phù hợp để trình bày biển sao cho hiệu quả. Trong khi sử dụng ngoại ngữ trên các biển ở các khu du lịch nhằm giúp cho du khách nước ngoài dễ hiểu hơn thông tin cũng nên xem xét thể hiện vị thế của ngôn ngữ nước chủ nhà nhằm thể hiện lòng tự hào và tự tôn dân tộc. Thứ hai, người tạo biển cũng cần tránh các lỗi sai chính tả, lỗi dùng từ, lỗi ngữ pháp trong việc sử dụng về từ ngữ và hình ảnh ở mỗi nền văn hóa để có kết quả tích cực hơn. Việc này giúp giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt. Thứ ba, người tạo biển cần tuân thủ các chính sách ngôn ngữ, luật quảng cáo để có thể tạo ra nhiều biển hiệu hợp lí và hiệu quả hơn. Các vấn đề về chuẩn hóa cách viết từ ngữ nước ngoài, cách viết tắt, lỗi chính tả... cũng cần chú ý nhằm đạt được hiệu quả giao tiếp tốt nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Kim Loan. *Nghiên cứu thái độ của người dân ở Hà Nội về ngôn ngữ biển hiệu cửa hàng theo phân tầng xã hội*, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam - Viện ngôn ngữ học (Đề tài cấp Bộ). 2017.
2. Landry, R., & Bourhis, R. *Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality*, Journal of Language and Social Psychology, 16(1), pg. 23-49. 1997.
3. Kreslins, J. *Linguistic landscapes in the Baltic*, Scandinavian Journal of History 28 (3 - 4), pg.165 - 174. 2003.
4. Kress, G. & Van Leeuwen, T. *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge. 1996.
5. Scirihha, L. and Vassallo, M. *Malta: A linguistic landscape*, Malta: University of Malta. 2001.