

Thái độ ngôn ngữ đối với những hiện tượng biến đổi trong tiếng Việt trên mạng Internet hiện nay

Trịnh Cẩm Lan*

*Trường Đại học KHXH & NV, Đại học Quốc gia Hà Nội
336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 01 tháng 8 năm 2014

Chỉnh sửa ngày 05 tháng 8 năm 2014; Chấp nhận đăng ngày 20 tháng 8 năm 2014

Tóm tắt: Khảo sát thái độ đối với những hiện tượng biến đổi trong tiếng Việt trên mạng internet hiện nay thông qua một nghiên cứu trường hợp về việc sử dụng ngôn ngữ trên diễn đàn giải trí Kites.vn, bài viết đã đưa ra những bằng chứng định lượng về thái độ của cộng đồng mạng nói chung đối với những hiện tượng biến đổi ngôn ngữ này. Bài viết cũng chỉ ra những khác biệt thái độ giữa những người vừa sáng tạo vừa tiếp nhận ngôn phẩm (thành viên) với những người chỉ tiếp nhận ngôn phẩm (khách). Bằng những số liệu với độ khác biệt thống kê cao, bài viết cũng cho thấy những tương quan có ý nghĩa giữa giới, tuổi, học vấn và thái độ đối với ngôn ngữ mạng trong khi tần suất sử dụng internet lại không có một ảnh hưởng nào đối với những biến đổi ngôn ngữ ấy.

Từ khóa: thái độ ngôn ngữ, biến đổi ngôn ngữ, ngôn ngữ mạng, ngôn phẩm, cộng đồng mạng

1. Đặt vấn đề

Không khó để gặp những từ ngữ kiểu (a) nhê (nhì), thik (thích), hồi trc (hồi trước), nhiều (nhiều); wá (quá) hay (b) oppa (anh trai), new (tin), tks (cảm ơn); (c) chủ thớt (người khởi xướng)... trên các diễn đàn giải trí, facebook và mạng internet nói chung hiện nay. Có thể nói, đây là một hiện tượng ngôn ngữ xã hội phổ biến trong sử dụng ngôn ngữ của giới trẻ thời đại internet. Có nhiều ý kiến xoay quanh ảnh hưởng của hiện tượng biến đổi này. Nhiều ý kiến không giấu sự quan ngại rằng những hiện tượng

như trên sẽ ảnh hưởng tiêu cực, làm mất đi sự trong sáng của tiếng Việt. Một cách cảm tính, nhiều người cho rằng thái độ của cộng đồng sử dụng tiếng Việt với hiện tượng này nói chung là tiêu cực. Tuy vậy, chưa có một nghiên cứu nào đưa ra kết luận về thái độ của cộng đồng đối với hiện tượng này bằng những chứng cứ khách quan.

Bài viết là kết quả khảo sát thái độ của cộng đồng đối với việc sử dụng ngôn ngữ trên mạng internet qua trường hợp diễn đàn Kites.vn nhằm mục đích tìm hiểu thái độ của cộng đồng sử dụng tiếng Việt đối với những biến đổi ngôn ngữ này một cách khoa học.

*ĐT.: 84-912863611
Email: tclan70@yahoo.com

2. Cơ sở lý luận

2.1. Thái độ ngôn ngữ

Thái độ ngôn ngữ (language attitude), theo góc nhìn tâm lý học xã hội, thường tập trung vào lý giải việc các cá nhân tham gia giao tiếp nghĩ gì về ngôn ngữ và làm gì với ngôn ngữ. Thái độ ngôn ngữ thường được nghiên cứu theo hai khuynh hướng: khuynh hướng *tinh thần luận (mentalism)* và khuynh hướng *hành vi luận (behaviorism)*. Khuynh hướng tinh thần luận cho rằng thái độ là “*trạng thái bên trong do một loại kích thích nào đó gây nên và trạng thái đó có thể làm trung gian cho những phản ứng của cơ thể xảy ra sau đó*” (Dẫn theo Fasold [1]). Theo đó, thái độ của cá nhân với đối tượng sẽ quy định sự ứng xử của cá nhân với đối tượng ấy, nghĩa là thái độ sẽ dẫn đến hành vi và hành vi là kết quả của thái độ. Hạn chế của hướng tiếp cận này là ở phương pháp thí nghiệm, bởi nếu thái độ được xem như một trạng thái bên trong hơn là những phản ứng có thể quan sát bên ngoài thì chúng ta phải dựa vào những biểu hiện gián tiếp của những trạng thái đó và những biểu hiện này không dễ phát hiện. Còn theo hành vi luận, thái độ được nhìn thấy một cách giản đơn từ những phản ứng của con người đối với cảnh huống xã hội, nghĩa là thái độ của cá nhân nằm ngay ở hành vi của cá nhân đó, và vì vậy, muốn biết thái độ, chỉ cần quan sát hành vi [1]. Ưu điểm này khiến cho khuynh hướng hành vi luận được nhiều nhà nghiên cứu áp dụng. Đây cũng là cách tiếp cận chúng tôi áp dụng cho nghiên cứu này.

Thái độ ngôn ngữ được phân biệt với thái độ nói chung ở chỗ nó hướng tới ngôn ngữ. Nghiên cứu thái độ ngôn ngữ có thể giải đáp những vấn đề chẳng hạn như: các biến thể của một ngôn ngữ nào đó là phong phú hay nghèo nàn? gợi cảm hay không gợi cảm? dễ nghe hay khó nghe? chuẩn mực hay không chuẩn mực? ...; hoặc xem xét thái độ đối với người nói một

ngôn ngữ hay phương ngữ nào đó; hay cũng có khi là thái độ hướng tới người nói những biến thể ngôn ngữ trong hành chức. Việc hình thành thái độ ngôn ngữ cũng chịu sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố xã hội như tuổi tác, giới tính, trình độ giáo dục, nghề nghiệp...

2.2. Ngôn ngữ mạng và ngôn ngữ trên diễn đàn giải trí

Ngôn ngữ mạng là một thuật ngữ được dùng để chỉ mọi sự giao tiếp thông qua máy tính (Computer-mediated communication - CMC) và mạng internet. Theo December, CMC là “*quá trình con người tạo dựng, trao đổi và tiếp nhận thông tin bằng cách sử dụng hệ thống viễn thông kết nối mạng để mã hóa, truyền tải và giải mã thông điệp một cách dễ dàng*” [2]. Một cách bao quát hơn, CMC là quá trình thực hiện hành vi giao tiếp thông qua máy tính và các thiết bị số khác như điện thoại di động, máy tính bảng... Từ tiếp cận ngôn ngữ học, các nghiên cứu chủ yếu tập trung khảo sát diễn ngôn qua máy tính (Computer-mediated discourse - CMD). Theo đó, CMD là “*sự giao tiếp được tạo ra khi con người tương tác với nhau bằng cách gửi và nhận thông điệp qua máy tính nối mạng*” [3]. Và vì vậy, các nghiên cứu về CMD khác với các nghiên cứu về CMC nói chung ở chỗ nó sử dụng phương pháp phân tích diễn ngôn để nghiên cứu cách sử dụng ngôn ngữ trong môi trường trực tuyến.

Một trong những công trình nghiên cứu ngôn ngữ mạng đầu tiên trên thế giới là “*Computer Mediated Communication as a Force in Language Change*” (Giao tiếp qua máy tính như là một động lực của sự biến đổi ngôn ngữ) của Naomi Baron năm 1984. Trong nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra những dự đoán về ảnh hưởng của ngôn ngữ mạng đối với thói quen giao tiếp của con người. Các nghiên cứu sau đó của Baron hầu hết đều dựa trên ngữ liệu

thư điện tử và thường tập trung vào một số vấn đề như so sánh sự giống và khác nhau giữa ngôn ngữ mạng với ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết, tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng và vai trò của chúng đối với việc sử dụng ngôn ngữ mạng của mỗi cá nhân... Theo Baron, ảnh hưởng của ngôn ngữ mạng tới sự biến đổi ngôn ngữ nói chung là không đáng kể. Sau Baron, từ giữa những năm 90, các nghiên cứu bắt đầu phát triển theo một chiều hướng mới. Crystal với "Language and the Internet" đã làm rõ vai trò của ngôn ngữ đối với Internet cũng như những tác động của Internet đối với ngôn ngữ. Crystal đề nghị nên coi ngôn ngữ mạng như một lĩnh vực riêng biệt, phân biệt giữa ngôn ngữ nói, ngôn ngữ viết và ngôn ngữ ký hiệu. Tác giả cũng khẳng định "chúng ta đang ở trên ranh giới của một cuộc cách mạng về ngôn ngữ lớn nhất từ trước đến nay" [4]. Bên cạnh xu hướng đó, các nhà ngôn ngữ học xã hội lại quan tâm đến mối quan hệ giữa ngôn ngữ mạng với những đặc điểm xã hội của người sử dụng. Những nghiên cứu của Herring 2000; Rodino 1997; Savicki 1996 (Dẫn theo Crystal [5]) đã chỉ ra sự khác biệt giới và giai tầng trong sử dụng loại hình ngôn ngữ này.

Ở Việt Nam, sự quan tâm đến ngôn ngữ mạng nói chung vẫn còn khá hạn chế, mặc dù đây là một hiện tượng ngôn ngữ được nhiều tầng lớp xã hội quan tâm. Giới ngôn ngữ và giáo dục học cũng bày tỏ quan ngại về ảnh hưởng không tích cực của nó đến sự trong sáng của tiếng Việt qua một số bài phỏng vấn trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Tuy nhiên, chưa có một câu trả lời nào của giới nghiên cứu về thái độ của cộng đồng đối với hiện tượng này với những bằng chứng khoa học.

2.3. Câu hỏi nghiên cứu

Với tư cách là mạng xã hội của những người sử dụng internet, cộng đồng mạng là một cộng đồng lớn tập trung chủ yếu ở các khu vực thành thị và có xu hướng gia tăng rất nhanh trong những năm gần đây. Cộng đồng mạng mà chúng tôi khảo sát là những người tiếp xúc trực tiếp với những sản phẩm ngôn ngữ mạng. Mục tiêu mà nghiên cứu đề ra là xem xét thái độ đối với ngôn ngữ mạng của cộng đồng mạng nói chung. Bên cạnh đó, dựa trên những chỉ báo về sự khác biệt thái độ giữa những người vừa tiếp nhận vừa sản sinh ngôn phẩm (được xem là thành viên) và những người chỉ tiếp nhận chứ không sản sinh ngôn phẩm (được xem là khách), cũng như những ảnh hưởng của đặc điểm xã hội đối với thái độ ngôn ngữ, nghiên cứu cố gắng đi tìm câu trả lời cho những câu hỏi sau đây:

- (1) Thái độ của cộng đồng mạng nói chung đối với ngôn ngữ mạng như thế nào?
- (2) Có hay không có sự khác biệt thái độ ngôn ngữ giữa khách và thành viên?
- (3) Những đặc điểm xã hội của cộng đồng mạng có ảnh hưởng gì đến thái độ của họ?

3. Tư liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu chọn diễn đàn Kites.vn để lấy tư liệu vì đây là diễn đàn lớn về âm nhạc và điện ảnh với hơn 150.000 thành viên tham dự (tính đến tháng 3/ 2013) [6]. Nghiên cứu thực hiện trên 164 bảng hỏi trực tuyến (online survey) được gửi tới địa chỉ email, facebook hay trang cá nhân của các cộng tác viên (CTV). Bảng hỏi gồm hai phần: thông tin thân nhân và thông tin thái độ ngôn ngữ. Thông tin thân nhân cho biết những đặc trưng xã hội chủ yếu của CTV như giới, tuổi, học vấn, tần suất sử dụng internet và tư cách tham gia diễn đàn. Các đặc trưng này có thể tổng hợp qua bảng sau:

Bảng 1: Một số đặc trưng của mẫu

STT	Các đặc trưng của mẫu	Tần số	Tỷ lệ	
1	<u>Giới tính</u>	Nam	44	26,8%
		Nữ	120	73,2%
		Tổng	164	100%
2	<u>Tuổi</u>	Dưới 15	7	4,3%
		15 - 25	130	79,3%
		Trên 25	27	16,5%
		Tổng	164	100%
3	<u>Học vấn</u>	Phổ thông	20	12,2%
		Cao đẳng, đại học	140	85,4%
		Sau đại học	4	2,4%
		Tổng	164	100%
4	<u>Tần suất sử dụng Internet</u>	1 lần/ ngày	11	6,7%
		Nhiều lần/ ngày	148	90,2%
		1- 2 lần/ tuần	2	1,2%
		Khác	3	1,8%
		Tổng	164	100%
5	<u>Tư cách tham gia</u>	Khách	46	28,1%
		Thành viên	111	67,7%
		Ban quản trị	7	4,3%
		Tổng	164	100%

Thông tin thái độ ngôn ngữ cho biết thái độ của CTV với một số hiện tượng biến đổi ngôn ngữ phổ biến trên diễn đàn. Có ba hiện tượng chủ yếu phản ánh những biến đổi của tiếng Việt trên mạng internet được đưa ra điều tra là:

(1) Hiện tượng biến đổi ngữ âm kiểu (a) như: *nhể (nhĩ), thik (thích), hồi trc (hồi trước), nhieu (nhiều), wá (quá)*...

(2) Hiện tượng trộn các mã ngôn ngữ khác vào các phát ngôn tiếng Việt như hiện tượng loại (b): *oppa (anh trai), new (tin), tks (cảm ơn)*...

(3) Hiện tượng sử dụng tiếng lóng kiểu (c): *chủ thớt (người khởi xướng), bó tay (không có khả năng)*....

Để trả lời các câu hỏi, các CTV được đọc 4 đoạn ngôn phẩm (tích hợp trong bảng hỏi). Đoạn thứ nhất sử dụng một số biến thể ngôn ngữ là kết quả của những biến đổi ngữ âm kiểu (1). Đoạn thứ hai là chính ngôn phẩm thứ nhất

nhưng sử dụng các biến thể chuẩn của tiếng Việt, nghĩa là không có biến đổi ngữ âm. Đoạn thứ ba là một ngôn phẩm có chứa một vài đơn vị mã tiếng Anh trộn vào tiếng Việt kiểu (2). Đoạn thứ 4 là một ngôn phẩm có sử dụng một số đơn vị tiếng lóng của cộng đồng cư dân mạng kiểu (3).

Các câu hỏi về thái độ ngôn ngữ được thiết kế trực tiếp trên thang vi phân ngữ nghĩa của Ch.Osgood và sử dụng cách tính như Lambert đã làm ở cộng đồng Anh ngữ Canada. Cách điều tra trên như sau: cho 164 CTV xem các đoạn văn bản trên, yêu cầu CTV trả lời các câu hỏi như “*Cảm giác của bạn khi xem các sản phẩm ngôn ngữ này?*” lên các thang ngữ nghĩa, chẳng hạn thang sau đây với hai cực là hai cảm giác *gần gũi* và *không gần gũi*:

Không gần gũi Gần gũi
1 2 3 4 5 6 7

Theo thang này, cực bên trái ứng với cảm giác “không gần gũi” có giá trị là 1, cực bên phải ứng với cảm giác “gần gũi”, có giá trị là 7 (cảm giác “gần gũi” nhất). Giá trị cuối cùng thu được sẽ là giá trị trung bình của 164 CTV. Chẳng hạn, nếu 4,64 là giá trị đo được của thang này, so với thang 7 điểm (điểm gần gũi cao nhất), giá trị này là khá cao, kết luận là cách dùng mà CTV được thấy đã mang lại cảm giác khá gần gũi cho họ.

Bên cạnh những giá trị biểu hiện thái độ theo cách tính trên, nghiên cứu còn áp dụng

cách tính tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc điểm xã hội của người nói. Ngữ liệu điều tra được xử lý bằng phương pháp phân tích định lượng trên phần mềm SPSS 16.0 có kiểm tra mức độ khác biệt có ý nghĩa thống kê.

4. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

4.1. Thái độ của cộng đồng mạng đối với các hiện tượng biến đổi ngôn ngữ

Bảng 2: Thái độ của cộng đồng mạng đối với các hiện tượng biến đổi ngôn ngữ

Các loại ngôn phẩm	Giá trị trung bình của các ý kiến			
	Thang 1 (*)	Thang 2	Thang 3	Thang 4
Biến đổi ngữ âm	2,77 (1,907) (**)	3,2 (1,966)	3,37 (1,988)	2,63 (1,824)
Không biến đổi ngữ âm	5,31 (1,802)	6,01 (1,680)	5,37 (1,717)	4,71 (1,908)
Trộn mã	4,1 (1,980)	4,73 (1,970)	4,32 (1,908)	4,15 (2,022)
Sử dụng tiếng lóng	3,99 (2,259)	4,1 (2,240)	3,99 (2,211)	4,13 (2,247)

(*) Thang 1: Không thích (1) - thích (7)

Thang 2: Khó hiểu (1) - dễ hiểu (7)

Thang 3: Không gần gũi (1) - gần gũi (7)

Thang 4: Không thú vị (1) - thú vị (7)

(**) 2,77 là giá trị trung bình cảm giác đo được của 164 CTV trên thang 7 điểm.

1,907 là độ lệch chuẩn, nó cho biết độ tập trung hay phân tán của các ý kiến xung quanh giá trị trung bình. Độ lệch thấp thì các ý kiến có độ tập trung cao và ngược lại. Đặc biệt, độ lệch sẽ rất có ý nghĩa khi hai biến có giá trị trung bình như nhau.

Những giá trị ở bảng 2 cho thấy, thái độ của cộng đồng mạng nói chung đối với những ngôn phẩm có biến đổi ngữ âm có xu hướng không tích cực. Các giá trị thu được đều dưới mức trung bình, khá gần với cảm giác cực đoan theo hướng tiêu cực. Hơn nữa, các ý kiến trên hai thang này có độ tập trung khá cao, 1,824 và 1,907 so với độ lệch chuẩn chung của tất cả các giá trị thì không lớn cho thấy các ý kiến tập

trung chủ yếu ở nửa đầu của thang xung quanh giá trị trung bình. Ngược lại, thái độ đối với những ngôn phẩm không biến đổi ngữ âm lại có xu hướng tích cực hơn rõ rệt, ấn tượng nhất là thang 2 (khó hiểu - dễ hiểu) với giá trị 6,01 trên thang 7 điểm và độ lệch chuẩn ở mức thấp nhất (1,680). Nếu so sánh giá trị ở thang 2 này giữa hai hiện tượng ngược chiều nhau là biến đổi và không biến đổi ngữ âm thì thấy, cho dù cộng

đồng mạng đã quen, thậm chí nhiều người là tác giả của những biến đổi nhưng họ vẫn biểu hiện thái độ không tích cực với sản phẩm sáng tạo của mình, trong khi họ dành sự ưa thích rất cao cho những ngôn phẩm chuẩn mực. Như vậy, cũng giống như thái độ của cộng đồng di dân Nghệ Tĩnh đối với những biến thể Hà Nội (Trịnh Cẩm Lan 2007, [7]), thái độ tích cực có thể hướng con người tới hành vi sử dụng loại biến thể ngôn ngữ nào đó (thích nghi thuận), tuy nhiên, để nhấn mạnh bản sắc nhóm, người sử dụng ngôn ngữ đôi khi cũng có thể sử dụng những biến thể ngôn ngữ bị đánh dấu về mặt xã hội (thích nghi ngược) (Beebe 1988; Gass & Varonis 1991 và nhiều tác giả khác, dẫn theo Vũ Thị Thanh Hương [8]).

Bên cạnh đó, loại ngôn phẩm có trộn mã ngôn ngữ và sử dụng tiếng lóng nhận được thái độ cũng khá tích cực của cộng đồng. Tuy nhiên, giữa hai loại ngôn phẩm này, loại có trộn mã nhận được thái độ tích cực hơn, độ tập trung của các ý kiến cũng cao hơn. Điều này có thể lý giải bằng yếu tố bản sắc nhóm của cộng đồng mạng. Đây là một cộng đồng có đặc tính nổi trội là tập trung chủ yếu ở khu vực thành thị, ít nhiều tiếp xúc với môi trường công nghệ cao và kỹ thuật hiện đại, có tỉ lệ biết ngoại ngữ khá cao, bởi vậy, trộn mã ngôn ngữ không khiến họ cảm thấy quá khó hiểu hoặc không gần gũi, mà ngược lại, những lợi thế đã được chứng minh của hành vi trộn mã/ chuyển mã có thể giúp họ có thêm những phương tiện giúp sự biểu đạt phong phú hơn, hiệu quả hơn, và đôi khi tinh tế

hơn. Tương tự, việc sử dụng tiếng lóng kiểu *chủ thớt* (người đại diện), *bó tay* (không có khả năng), *đặt gạch* (xếp hàng, chờ đợi)... cũng giúp họ làm phong phú thêm những phương tiện biểu đạt, đặc biệt là ở những phạm vi mới, những lĩnh vực mới có yếu tố bản sắc nhóm cao như giao tiếp qua internet mà cộng đồng mạng là trung tâm. Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy, đây là những giá trị có độ lệch chuẩn cao hơn cả trong những giá trị thu được (từ 2,211 đến 2,259) nghĩa là các ý kiến có độ phân tán rất cao. Có thể, đây là những hiện tượng ngôn ngữ mới với sự nhìn nhận khá đa chiều của xã hội nói chung và cộng đồng mạng nói riêng cho nên ngay cả những chủ thể sử dụng chúng đôi khi cũng rơi vào những thái độ lưỡng cực.

Nói tóm lại, trong ba hiện tượng biến đổi tiếng Việt trên internet hiện nay, trộn mã nhận được thái độ tích cực hơn cả, hiện tượng sử dụng tiếng lóng nhận được thái độ kém tích cực hơn, các ý kiến cũng có độ phân tán cao hơn cho thấy đây là hiện tượng có những đánh giá trái ngược. Hiện tượng biến đổi ngữ âm chịu thái độ tiêu cực nhất và sự đánh giá này là khá thống nhất. Các ngôn phẩm có hình thức ngữ âm chuẩn mực vẫn được ưa thích hơn cả.

4.2. Sự khác biệt thái độ giữa khách và thành viên

Dưới đây là kết quả điều tra thái độ ngôn ngữ của khách và thành viên đối với các hiện tượng biến đổi ngôn ngữ:

Bảng 3: Thái độ của khách và thành viên đối với các biến đổi ngôn ngữ

Thang	Biến đổi ngữ âm		Không biến đổi		Trộn mã		Sử dụng tiếng lóng	
	Khách	TV	Khách	TV	Khách	TV	Khách	TV
Thang 1	3,94	2,78	4,35	5,47	3,82	4,16	3,47	4,22
Thang 2	4,12	3,12	5,41	6,3	4,06	4,94	3,41	4,24
Thang 3	4,24	3,24	4,94	5,35	3,88	4,55	3,47	4,23
Thang 4	3,29	2,57	4,59	4,88	4,0	4,31	3,82	4,32

Kết quả phân tích định lượng cho thấy, đối với loại ngôn phẩm có trộn mã và sử dụng tiếng lóng, thái độ của thành viên có xu hướng tích cực hơn hẳn thái độ của khách. Trong đó, những ngôn phẩm có trộn mã được đánh giá là dễ hiểu và gần gũi hơn cả đối với các thành viên (giá trị lần lượt là 4,94 và 4,55). Tuy nhiên, khuynh hướng hoàn toàn trái ngược lại xảy ra với những ngôn phẩm có biến đổi ngữ âm mà theo đó, các thành viên, những người là tác thể của sự biến đổi lại có thái độ tiêu cực hơn hẳn khách. Nếu nhìn sự khác biệt này từ góc độ biến đổi ngôn ngữ nói chung, và đặc biệt là trong sự so sánh với hai hiện tượng biến đổi còn lại là trộn mã và sử dụng tiếng lóng nói riêng thì những giá trị thu được đối với hiện tượng biến đổi ngữ âm dường như không thể hiểu được. Điều này hoàn toàn nằm ngoài những dự đoán ban đầu của chúng tôi và có vẻ trái ngược hẳn với logic thông thường. Câu hỏi đặt ra là điều gì tạo nên sự bất thường đó? Do phương pháp điều tra trực tuyến không cho phép thực hiện phỏng vấn sâu nên chúng tôi không thể có lời giải thích từ CTV cho dù số liệu thống kê gợi ý những chỉ báo quan trọng mách bảo nên khai thác sâu hơn nguồn dữ liệu. Do vậy, không có cách nào khác hơn là đi tìm câu trả lời từ đặc trưng thuần túy ngôn ngữ học của từng hiện tượng biến đổi.

Xét tư liệu trộn mã, có thể nhận thấy các chủ thể ngôn phẩm chủ yếu trộn mã vì một số động cơ như: (1) **tiết kiệm** bởi các bộ phận mã ngôn ngữ khác trộn vào ngôn phẩm tiếng Việt thường có kích thước vật chất ngắn gọn hơn, giúp tiết kiệm thời gian và không gian so với phương tiện tương đương trong tiếng Việt, chẳng hạn *tk* (cảm ơn), *new* (tin tức), *hi* (chào anh/chị/bạn...), *bye* (chào tạm biệt); hay (2) **lấp**

những ô trống từ vựng khi khó tìm trong tiếng Việt phương tiện diễn đạt hiệu quả hơn, chẳng hạn *hotgirl*, *hotboy*, *clip*...; hay (3) để **thể hiện những điều khó nói hay ít phù hợp với văn hóa Việt** như *love you* (yêu anh/ em), *you are so cute* (em thật duyên dáng), *he's nice* (anh ấy rất dễ thương)...; hay (4) để **giảm nhẹ ý thô tục**, chẳng hạn: *Trông rất sexy*, *Body ngon thế!*... Những biến đổi như vậy có mặt tích cực ở chỗ nó có xu hướng làm giàu thêm cho tiếng Việt, nó giúp các chủ thể ngôn phẩm thuận tiện, tiết kiệm hơn trong biểu đạt nhưng hiệu quả dường như lại cao hơn. Nhưng với tư cách là người chỉ tiếp nhận ngôn phẩm, những người khách hoàn toàn không được hưởng những lợi thế đó, ngược lại, nó có thể gây cho họ sự khó hiểu làm giảm khả năng tiếp nhận. Đây có thể là lý do làm cho cán cân đánh giá tích cực nghiêng hẳn về phía các thành viên.

Tương tự như vậy, việc sử dụng tiếng lóng cũng tạo ra những lợi thế nhất định cho các thành viên, điều mà những người khách không được hưởng. Với tư cách một phương ngữ xã hội, tiếng lóng mà cư dân mạng sử dụng cũng mang những đặc trưng như tiếng lóng của các nhóm xã hội khác. Nếu trước đây, khái niệm tiếng lóng được dùng để chỉ riêng ngôn ngữ của những kẻ lưu manh, trộm cắp, làm ăn bất chính thì giờ đây, cách hiểu về tiếng lóng đã thay đổi. Theo đó, yếu tố "bí mật" ngày càng giảm đi, thay vào đó là những yếu tố làm tăng thêm cho phát ngôn sự hấp dẫn, mới lạ, và vì thế, nó có thể làm giàu thêm các phương tiện biểu đạt. Đặc điểm này cho phép những người sản sinh ngôn phẩm có thêm nhiều lựa chọn để diễn đạt phong phú hơn. Với lợi thế nghiêng về các chủ thể sản sinh ngôn phẩm là chính, tiếng lóng của

cộng đồng mạng có thể vì thế mà được nhóm thành viên ưa thích hơn nhóm khác.

Khác hẳn với hai hiện tượng trên ở năng lực làm giàu các phương tiện diễn đạt, hiện tượng biến đổi ngữ âm hoàn toàn không giúp làm giàu thêm cho tiếng Việt. Quả thực, nếu không có một số đơn vị mã ngôn ngữ khác hay một số đơn vị từ lỏng, cộng đồng mạng có thể sẽ thiếu đi hoặc khó tìm ra một số phương tiện diễn đạt hiệu quả trong số vốn liếng tiếng Việt của mình, nhưng nếu thiếu đi các biến thể ngữ âm là kết quả của sự biến đổi hỗn độn, vô tổ chức, cư dân mạng có lẽ cũng chẳng hề hấn gì trong việc thể hiện tư tưởng, thông điệp, có chăng chỉ giảm đi một chút cái gọi là "bản sắc" nhóm mà thôi. Xét từ góc độ chuẩn mực, sự biến đổi ngữ âm ấy chỉ là một trong những tác nhân làm mất đi vẻ đẹp của tiếng Việt bởi những lệch lạc, méo mó so với chuẩn mực thông thường. Và như vậy, khác với trộn mã và sử dụng từ lỏng, bản thân các thành viên cũng ít được hưởng lợi từ hiện tượng biến đổi ngữ âm, thậm chí còn bị gây khó khăn do sự hỗn loạn, thiếu qui luật. Còn khách, với chỉ tư cách người tiếp nhận, khó khăn sẽ giảm đi một nửa, và khi đó, thiện cảm cũng ít bị ảnh hưởng hơn. Đây có thể là nguyên nhân đưa đến giá trị về thái độ ưa thích của thành viên đối với hiện tượng biến đổi ngữ âm thấp hơn khách một cách bất ngờ.

4.3. Thái độ ngôn ngữ và sự khác biệt xã hội

Để khảo sát tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc trưng xã hội của người nói, chúng tôi thực hiện một thao tác qui đổi các câu trả lời trên thang ngữ nghĩa 7 bậc thành câu trả lời 3 phương án lựa chọn. Theo đó, CTV chọn mức 1 và 2 được xem như có thái độ tiêu cực, CTV chọn mức 6 và 7 được xem là có thái độ

tích cực, CTV chọn mức 3, 4 và 5 sẽ được coi là có thái độ trung lập đối với các biến đổi ngôn ngữ.

Như đã trình bày, thái độ ngôn ngữ của mỗi cá nhân có thể chịu những ảnh hưởng ít nhiều bởi những đặc điểm xã hội của cá nhân đó. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng nữ giới thường có xu hướng dùng biến thể chuẩn/có uy tín nhiều hơn nam giới. Bên cạnh đó, các nhà biến thể học cũng cung cấp nhiều bằng chứng về sự khác biệt thái độ ngôn ngữ theo học vấn: những người có học vấn thấp và ít có điều kiện tiếp xúc với ngôn ngữ chuẩn sẽ có thái độ chấp nhận chuẩn ít hơn những người có học vấn cao và có điều kiện tiếp xúc nhiều với biến thể chuẩn... (Labov 1976 [9], Chamber & Trudgill 1980 [10]).

Ngược lại với các nghiên cứu trên, ở Việt Nam, nghiên cứu của Vũ Thị Thanh Hương đã không tìm ra mối tương quan nào giữa giới tính và thái độ đối với chuẩn, tuy nhiên, tác giả lại tìm ra mối quan hệ có ý nghĩa giữa học vấn và thái độ đối với chuẩn: những người có học vấn cao có xu hướng chấp nhận chuẩn nhiều hơn những người có học vấn thấp và thái độ chấp nhận chuẩn có tác động tích cực đến hành vi ngôn ngữ: những người có thái độ chấp nhận chuẩn có xu hướng sử dụng biến thể chuẩn nhiều hơn những người không có thái độ chấp nhận chuẩn [13]. Ủng hộ kết quả của Vũ Thị Thanh Hương ở tương quan giữa học vấn và thái độ ngôn ngữ nhưng không chia sẻ kết luận về tương quan giữa giới với thái độ, chúng tôi (Trịnh Cẩm Lan 2007 [7], 2012 [11]) đã tìm ra nhiều mối tương quan có ý nghĩa giữa thái độ ngôn ngữ với giới, tuổi, học vấn, nghề nghiệp. Và ở đây, chúng tôi muốn tiếp tục đi tìm thêm những bằng chứng ủng hộ những kết luận đã có của mình. Bảng 4 là những kết quả khảo sát mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với đặc trưng xã hội của cộng đồng cư dân mạng.

Bảng 4: Tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc trưng xã hội của cư dân mạng

Các đặc trưng xã hội		% các phương án trả lời			
		Tích cực	Trung lập	Tiêu cực	Tổng
<u>Giới tính</u> p = 0,028 (*)	Nam	22,7	36,4	40,9	100
	Nữ	8,3	34,2	57,5	100
<u>Tuổi</u> p = 0,00 (**)	Dưới 15	57,1	0,0	42,9	100
	15-25	10,0	31,5	58,5	100
	Trên 25	11,1	59,3	29,6	100
<u>Học vấn</u> p = 0,00 (**)	Phổ thông	35,0	10,0	55,0	100
	Cao đẳng, đại học	9,3	36,4	54,3	100
	Sau đại học	0,0	100,0	0,0	100
<u>Tần suất sử dụng internet</u> p = 0,181	1 lần/ ngày	36,4	18,2	45,5	100
	Nhiều lần/ ngày	10,8	36,5	52,7	100
	1 - 2 lần/ tuần	0,0	0,0	100,0	100
	Khác	0,0	33,3	66,7	100

(*) p là độ khác biệt có ý nghĩa thống kê được xác định bằng Chi-Square Test. Theo quy ước chung của SPSS, mức độ khác biệt có ý nghĩa thống kê được tính là 95%, tức là khi Chi-Square Test cho giá trị của p = 0,05. Tất cả mọi giá trị của p ≤ 0,05 đều được xem là đạt mức độ khác biệt có ý nghĩa thống kê và p > 0,05 được xem là không đạt mức độ khác biệt có ý nghĩa thống kê. Dấu (*) thể hiện sự khác biệt có ý nghĩa thống kê, còn dấu (**) thể hiện sự khác biệt rất có ý nghĩa thống kê.

Để nhận thấy, hai tương quan tuổi và học vấn với thái độ ngôn ngữ là những tương quan nổi bật hơn cả với độ khác biệt rất có ý nghĩa thống kê (0,00). Theo đó, nhóm cư dân dưới 15 có thái độ cực đoan theo cả hai chiều, hoặc khẳng định, hoặc phủ định, không xuất hiện CTV nào thuộc nhóm tuổi này có thái độ trung lập. Trái ngược với xu hướng trên đây, nhóm trên 25 lại có thái độ thiên về trung lập. Xen vào giữa hai trạng thái đối nghịch này là nhóm 15-25 với thái độ tiêu cực là cơ bản nhưng xu hướng hướng tới trung lập là biểu hiện rõ nét. Có thể thấy thấp thoáng phía sau những con số là một chiều hướng phát triển, định hình của thái độ theo sự trưởng thành của tuổi tác, đó là mô hình diễn tiến hợp lý theo thời gian, từ thái độ cực đoan khi còn trẻ đến cách nhìn bình tĩnh, trung dung hơn khi đã có thêm những trải

nhệm cuộc đời. Tương ứng với mô hình phát triển thái độ theo tuổi là mô hình phát triển thái độ theo học vấn, theo đó, nhóm cư dân có trình độ phổ thông, thường tương ứng với nhóm nhỏ tuổi nhất có thái độ lưỡng cực, nhóm cao đẳng và đại học có thái độ dung hòa hơn và nhóm sau đại học có thái độ 100% trung lập. Bên cạnh đó, kết quả cũng cho thấy thái độ ngôn ngữ cũng chịu sự ảnh hưởng của giới: trong khi có một tỉ lệ tương đương giữa hai giới có quan điểm trung lập thì ở số còn lại, nữ giới có thái độ tiêu cực hơn hẳn nam còn nam lại có thái độ tích cực hơn hẳn nữ. Điều này khác hẳn với kết luận mà chúng tôi tìm ra năm 2007 và 2012 (Trịnh Cẩm Lan [7, 11]) cho rằng nữ có năng lực thích nghi và xu hướng chấp nhận sự thay đổi và cái mới dễ dàng hơn nam. Ở đây, nữ giới thuộc cộng đồng mạng lại thể hiện thái độ khó

chấp nhận những biến đổi hơn nam. Đặc biệt, ở đúng phạm vi này, kết quả hoàn toàn ủng hộ kết luận của Savicki 1996, Rodino 1997 và Herring 2000 (Dẫn theo Crystal [4]) về sự khác biệt giới trong thái độ đối với ngôn ngữ mạng. Ngoài ra, kết quả không thể hiện tương quan đặc biệt nào giữa tần suất sử dụng internet với thái độ ngôn ngữ. Cho dù giả định ban đầu là người sử dụng internet thường xuyên sẽ quen và có thái độ dễ chấp nhận những biến đổi hơn, ngược lại, những người ít lên mạng sẽ khó chấp nhận những biến đổi hơn.

Như vậy, so với những nghiên cứu mà chúng tôi đã thực hiện, kết quả nghiên cứu này hoàn toàn ủng hộ mối tương quan giữa tuổi và học vấn với thái độ ngôn ngữ. Sự khác biệt về giới mặc dù tồn tại nhưng đi theo hướng ngược lại. Kết quả này không chia sẻ với kết luận của Vũ Thị Thanh Hương về mô hình khác biệt theo giới nhưng ủng hộ hoàn toàn những kết luận của Labov [9], Trudgill [10] về sự ảnh hưởng của giới và học vấn với thái độ ngôn ngữ.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã lần lượt trả lời ba câu hỏi đặt ra. Về thái độ đối với các hiện tượng biến đổi ngôn ngữ trên internet, thái độ của cộng đồng mạng khá đa chiều. Sự biến đổi ngữ âm không nhận được sự ủng hộ mặc dù nó góp phần đáng kể tạo nên bản sắc nhóm của một bộ phận giới trẻ thành thị hiện nay. Hiện tượng trộn mã và sử dụng tiếng lóng nhận được thái độ tích cực hơn tuy ý kiến đối với việc sử dụng tiếng lóng không thật thống nhất. Kết quả nghiên cứu cũng cung cấp những bằng chứng khác biệt về thái độ giữa khách và thành viên

cho dù có một hiện tượng đáng chú ý trong sự khác biệt này mà theo chúng tôi, một phần do những đặc điểm ngôn ngữ xã hội của chính bản thân sự biến đổi qui định. Nghiên cứu cũng chỉ ra những khác biệt theo giới, tuổi và học vấn trong biểu hiện thái độ ngôn ngữ, trong đó đáng chú ý là sự khác biệt theo tuổi và học vấn với mô hình diễn tiến về mặt thái độ có sự tương ứng hợp lý theo sự trưởng thành của tuổi tác và tương quan thuận với trình độ học vấn nói chung. Kết quả ủng hộ kết luận của nhiều nghiên cứu đi trước.

Tài liệu tham khảo

- [1] Fasold, R. W., *The sociolinguistics of society*, New York: Basil Blackwell, 1984.
- [2] December, J., *What is Computer-Mediated Communication?* Online Retrieved 30 June, 2008.
- [3] Herring, S., *Computer-mediated discourse: The handbook of discourse analysis*, Oxford, 2003.
- [4] Crystal, D., *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.
- [5] Crystal, D., *Internet linguistics: A Student Guide*, Cambridge University Press, Cambridge, 2002.
- [6] Nguyễn Minh Diệu, *Tìm hiểu việc sử dụng ngôn ngữ trên diễn đàn giải trí Kites.vn*, Khóa luận tốt nghiệp Cử nhân Ngôn ngữ học đạt chuẩn quốc tế, Hà Nội, 2013.
- [7] Trịnh Cẩm Lan, *Sự biến đổi ngôn từ của các cộng đồng chuyển cư đến thủ đô - Nghiên cứu trường hợp cộng đồng Nghệ Tĩnh ở Hà Nội*, NXB Khoa học xã hội, 2007.
- [8] Vũ Thị Thanh Hương, *Bước đầu tìm hiểu mối quan hệ giữa thái độ và hành vi ngôn ngữ*, Kỷ yếu Hội thảo ngôn ngữ học Liên Á, Đại học Quốc gia Hà Nội & Viện Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội, 2004.
- [9] Labov W., *The Study of Language in its Social Context*, in "Language and Social Context", edited by P. Paolo Giglioli, 1976.
- [10] Chamber J. K. & Trudgill P., *Dialectology*, Cambridge University Press, 1980.
- [11] Trịnh Cẩm Lan, *Mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và sự lựa chọn ngôn ngữ*. Tạp chí Ngôn ngữ, số 12/2012.

Language Attitude towards the Modifying Phenomena of Vietnamese Language on the Internet now

Trịnh Cẩm Lan

*VNU University of Social Sciences and Humanities
336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hanoi, Vietnam*

Abstract: Based on the surveys of attitudes towards the modifying phenomena of Vietnamese emerged on the internet now, this paper identifies quantitative evidences for the attitude of the netizens' community towards these language modifying phenomena via a case study on language use found on an entertainment forum named Kites.vn. In addition, the research also shows attitude differences between members who are simultaneously considered as discourse – creators and discourse – receivers, and guests who are pure discourse-receivers. According to statistics with considerable statistical difference, the paper shows the meaningful correlation between gender, age, educational level and attitudes towards the internet language are found while internet using frequency does not have any effects on these language changes.

Keywords: language attitude, language change, internet language, discourse, internet community