

THÁI ĐỘ NGÔN NGỮ ĐỐI VỚI VIỆC SỬ DỤNG TIẾNG ĐỊA PHƯƠNG MIỀN NAM TRÊN FACEBOOK¹

LÊ THI LÂM² - ĐÀM THI THÚY³ - LÊ THANH HƯƠNG⁴

Abstract: This article explores the attitudes of Northern Vietnamese people toward the use of Southern dialect words on Facebook. Survey results indicate that respondents have differing attitudes toward various groups of Southern regional words appearing on the platform. The article also highlights differences in language attitudes across gender, age, and educational level. Specifically, men tend to have a more positive attitudes than women; while older and more educated individuals demonstrate better understanding but express less favorable evaluations compared to other groups.

Keywords: *language attitude, regional words, gender, age, educational level*

1. Dẫn nhập

Từ ngữ địa phương (tiếng địa phương) miền Nam được sử dụng phổ biến ở khu vực Nam Bộ, mang tính đặc trưng riêng biệt so với ngôn ngữ toàn dân. Sự thâm nhập của phương ngữ Nam vào ngôn ngữ toàn dân là một hiện tượng ngôn ngữ tự nhiên và không thể tránh khỏi trong xu thế hội nhập cũng như phát triển hiện nay. Quá trình này diễn ra liên tục và được thể hiện qua các cấp độ như ngữ âm, ngữ nghĩa, ngữ pháp và ngữ dụng. Tuy nhiên không phải tất cả các từ ngữ địa phương miền Nam đều có khả năng thâm nhập vào vốn từ toàn dân mà nó sẽ có sự phân chia thành các lớp từ khác nhau; cũng có thể có những biến thể ngữ âm xích gần với ngôn ngữ toàn dân, hướng tới cái chuẩn có tính phổ dụng cao; có những từ thâm nhập vào vốn từ tiếng Việt, tạo nên những từ mới có gốc phương ngữ Nam, lấp đầy chỗ trống trong tiếng Việt toàn dân (*chôm chôm, măng cụt, cá ba sa, cầu khỉ,...*); có những từ được sử dụng đồng thời với tiếng Việt (*heo/lợn, trái/quả, bắp/ngô, tiệm/cửa hàng, nhà sách/hiệu sách,...*). Tuy nhiên, thái độ của người miền Bắc đối với việc sử dụng các từ ngữ địa phương miền Nam trong các mạng xã hội nói riêng, trong giao tiếp đời sống nói chung là vấn đề cần được quan tâm nghiên cứu.

Nghiên cứu về ngôn ngữ mạng được quan tâm đầu tiên vào năm 1984 với tác giả Naomi Baron trong công trình “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) [12]. Tác phẩm này cùng những tác phẩm về sau của Naomi Baron đã chỉ ra những dự đoán về ảnh hưởng của ngôn ngữ mạng đối với thói quen giao tiếp của con người; 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. Tiếp đó, từ giữa những năm 90, các nghiên cứu về ngôn ngữ mạng bắt đầu phát triển theo một chiều hướng mới với các tác giả tiêu biểu như Crystal [6], [7]; Herring [10]... Các tác giả đã làm rõ vai trò của ngôn ngữ đối với Internet cũng như những tác động của Internet đối với ngôn ngữ; mối quan hệ giữa ngôn ngữ mạng với những đặc điểm xã hội của người sử dụng... Ở Việt Nam, ngôn ngữ mạng ít nhận được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu. Nghiên cứu này tìm hiểu về thái độ của người miền Bắc đối với hiện tượng sử dụng các từ ngữ miền Nam trên Facebook.

2. Cơ sở lý luận, tư liệu và phương pháp nghiên cứu

Thái độ ngôn ngữ (language attitude) được nhìn theo nhiều góc độ khác nhau. Theo góc nhìn tâm

¹ Bài viết là sản phẩm của Nhiệm vụ khoa học và công nghệ cấp cơ sở năm 2025 “Sự thâm nhập của tiếng địa phương miền Nam vào ngôn ngữ toàn dân từ năm 1975 đến nay” do Viện Ngôn ngữ học là tổ chức chủ trì.

^{2,3,4} Viện Ngôn ngữ học; Email liên hệ: lelamvnnh@gmail.com

Lí học xã hội, thái độ ngôn ngữ thường tập trung vào lí giải việc các cá nhân tham gia giao tiếp nghĩ gì về ngôn ngữ và làm gì với ngôn ngữ [3]. Hiện nay, thái độ ngôn ngữ thường được tập trung nghiên cứu các nội dung như: thái độ đối với việc sử dụng ngôn ngữ nào đó trong bối cảnh đa ngữ; thái độ đối với sự biến đổi ngôn ngữ, phương ngữ; thái độ đối với việc sử dụng ngôn ngữ dân tộc thiểu số; thái độ đối với chính sách ngôn ngữ; thái độ đối với việc sử dụng tiếng nước ngoài; thái độ đối với việc sử dụng các biến thể ngôn ngữ ở một lĩnh vực... 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, 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... 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.

Nghiên cứu thực hiện trên bảng hỏi được phát trực tiếp tới 60 CTV đang sống tại miền Bắc. 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. Các đặc trưng này được tổng hợp qua bảng sau (xem bảng 1):

Bảng 1. Một số đặc trưng của mẫu

TT	Các đặc trưng của mẫu		Tần số	Tỉ lệ (%)
1	Giới tính	Nam	30	50,0
		Nữ	30	50,0
		Tổng	60	100
2	Tuổi	30 tuổi trở xuống	21	35,0
		31-59	25	41,7
		60 tuổi trở lên	14	23,3
		Tổng	60	100
3	Học vấn	Phổ thông	15	25,0
		Cao đẳng, đại học	35	58,3
		Sau đại học	10	16,7
		Tổng	60	100

Thông tin thái độ ngôn ngữ cho biết thái độ của CTV với việc sử dụng từ ngữ địa phương trên Facebook. Từ ngữ miền Nam được sử dụng trên Facebook được chúng tôi chia thành các loại sau: Nhóm 1: Những từ ngữ có âm địa phương khác so với ngôn ngữ toàn dân (biến thể ngữ âm): *lạt loà (nhặt nhoà), dỏm (rỏm), bảo lãnh (bảo lĩnh)*... Nhóm 2: Những từ ngữ có tên gọi khác so với ngôn ngữ chung (những biến thể từ vựng): *óm (gầy), khoai mì (sắn), dưa leo (dưa chuột), mận (roi), bom (táo), khổ qua (mướp đắng), vớ (tất), queo (rẽ), chôm chia (ăn cắp vặt)*... Nhóm 3: Những từ ngữ có thêm nghĩa mới so với ngôn ngữ chung: *tiêu, xài, nhậu, nhậu nhẹt, xin, say xin, nhí, ...* Nhóm 4: Những từ ngữ đặc địa phương: *trổ giò, trúng phóc, huých toẹt, mất tiêu, xin, ...* Nhóm 5: Những từ ngữ biểu thị các hiện tượng, sự vật chỉ tồn tại ở địa phương, không có ở ngôn ngữ toàn dân: *hủ tiếu, cá bóng tượng, cá tra, đậu bắp, đậu rồng, rau đắng, rau càng cua, chôm chôm, bơ...*

Các câu hỏi được thiết kế trực tiếp trên thang đo phân biệt ngữ nghĩa. Thang này được Charles E. Osgood phát triển vào năm 1957, sử dụng các tính từ lưỡng cực (như “vui - buồn” hoặc “mạnh - yếu”) và yêu cầu người trả lời đặt mình vào giữa hai thái cực. Điều này cho phép người thiết kế khảo sát đo lường thái độ hoặc phản ứng cảm xúc của một người đối với chủ đề đang được nghiên cứu. Thang đo này chia làm 5 mức độ, ở ngoài cùng bên trái ứng với cảm giác ít tích cực nhất, được đánh dấu bậc số 1; càng di chuyển về phía bên phải thì mức độ cảm giác gần gũi giảm dần, cao nhất là bậc số 5 biểu thị cảm giác tích cực. Ở phía giữa của thang đo mức độ cảm giác có xu hướng trung hoà. Khi có đầy đủ câu trả lời của các cộng tác viên, chúng tôi sẽ đo được giá trị trung bình, và chúng tôi có thể đưa ra

nhận định đánh giá của mình về thái độ ngôn ngữ của cộng tác viên.

Cách điều tra trên như sau: cho 60 CTV xem các nhóm biến thể ngữ âm thường xuất hiện trên Facebook và 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 sau:

1	2	3	4	5
Rất không thích	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Rất khó hiểu	Khó hiểu	Bình thường	Dễ hiểu	Rất dễ hiểu
Rất không hấp dẫn	Không hấp dẫn	Bình thường	Hấp dẫn	Rất hấp dẫn
Rất không gần gũi	Không gần gũi	Bình thường	Gần gũi	Rất gần gũi

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.

3. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

3.1. Thái độ đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên Facebook

Kết quả về thái độ của người dân miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên Facebook được thống kê ở bảng 2 dưới đây:

Bảng 2. Thái độ của người dân miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên Facebook

Tiếng địa phương miền Nam	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	
Nhóm 1	tiêu chí 1	60	2,00	5,00	3,28	1,04
	tiêu chí 2	60	2,00	5,00	4,65	0,68
	tiêu chí 3	60	2,00	5,00	2,65	0,70
	tiêu chí 4	60	1,00	5,00	2,36	1,02
Nhóm 2	tiêu chí 1	60	2,00	5,00	2,58	0,90
	tiêu chí 2	60	2,00	5,00	3,41	0,86
	tiêu chí 3	60	2,00	5,00	2,85	0,68
	tiêu chí 4	60	1,00	5,00	2,66	0,93
Nhóm 3	tiêu chí 1	60	2,00	5,00	3,08	0,84
	tiêu chí 2	60	1,00	5,00	3,26	1,14
	tiêu chí 3	60	2,00	5,00	3,65	0,93
	tiêu chí 4	60	1,00	5,00	3,20	0,97
Nhóm 4	tiêu chí 1	60	1,00	4,00	2,48	0,70
	tiêu chí 2	60	1,00	5,00	2,08	0,96
	tiêu chí 3	60	1,00	5,00	2,71	0,82
	tiêu chí 4	60	1,00	5,00	2,95	1,22
Nhóm 5	tiêu chí 1	60	2,00	4,00	2,65	0,73
	tiêu chí 2	60	1,00	4,00	2,00	0,90
	tiêu chí 3	60	2,00	5,00	2,78	0,80
	tiêu chí 4	60	1,00	5,00	2,78	0,90

Bảng thống kê trên cho thấy: thái độ của người dân miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên facebook là tích cực. Các giá trị thu được thường ở mức trên trung bình đến tích cực, số ít thang ở mức tiêu cực. Cụ thể đối với từng nhóm như sau:

Đối với nhóm 1: Thái độ tích cực nhất là thang 2, giá trị trung bình của tiêu chí 2 là 4.65 cho thấy người miền Bắc rất hiểu cách sử dụng nhóm từ ngữ biến âm trên Facebook. Tuy nhiên, đối với tiêu chí 4, giá trị trung bình lại ở mức tiêu cực, các CTV cảm thấy không gần gũi đối với nhóm từ ngữ biến âm này (giá trị trung bình là 2.36). Như vậy là mặc dù các CTV rất hiểu được các từ ngữ biến âm của từ ngữ miền Nam như họ lại có thái độ không tích cực đối với nhóm từ ngữ này vì cho rằng nhóm từ ngữ

này không gần gũi đối với họ. Các từ ngữ biến âm này hầu hết thâm nhập vào vốn từ tiếng Việt là do “gu” người sử dụng. Sử dụng các từ ngữ biến âm thường tạo cảm giác nhẹ nhàng, sành điệu, mới mẻ... Vì vậy, nhiều người, nhất là giới trẻ thường có xu hướng thích sử dụng nhóm từ này trong giao tiếp.

Ngược với nhóm 1 (nhóm các từ ngữ biến âm) thì nhóm 2 (nhóm biến thể từ từ vựng) có giá trị thái độ của các CTV là trung bình đối với tất cả các tiêu chí. Giá trị trung bình của tiêu chí tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.58; 3.41; 2.85; 2.66. Như vậy, ở nhóm biến thể từ vựng, các CTV đều cảm thấy bình thường đối với việc hiểu, thích, hấp dẫn và gần gũi. Các từ ngữ này được dùng phổ biến bởi đây là những cách nói mới, gây ấn tượng và có sắc thái gọi cảm cao. Những từ ngữ này có khả năng lấp ô trống trong vốn từ phổ thông nên chúng sẽ dễ dàng được chấp nhận và đưa vào hệ thống.

Nhóm 3 (những từ ngữ có thêm nghĩa mới so với ngôn ngữ chung), nhận được thái độ của các CTV tích cực nhất, giá trị trung bình của các tiêu chí đều trên 3 (trên mức trung bình), độ tập trung của các ý kiến cũng cao hơn. Giá trị trung bình của nhóm này ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 3.08; 3.26; 3.65; 3.20. Điều này cho thấy, các CTV hiểu được nghĩa của các từ ngữ miền Nam mà họ đang sử dụng. Đây là nhóm các từ ngữ có thêm nghĩa mới khi vào sử dụng trong giao tiếp của người miền Bắc, nhưng được đánh giá tích cực cho thấy sự thâm nhập mãnh liệt của từ ngữ miền Nam vào giao tiếp ở miền Bắc. Như vậy, bên cạnh nghĩa chung, các từ ngữ miền Nam đã bổ sung nghĩa mới hoặc sắc thái nghĩa mới cho các từ ngữ toàn dân. Các nghĩa mới và sắc thái nghĩa mới này tạo nên tính mới lạ cho người sử dụng giúp các từ ngữ này có khả năng thâm nhập cao vào tiếng Việt toàn dân.

Ngược lại nhóm 3, nhóm 4 và nhóm 5 nhận được thái độ ít tích cực nhất, các thái độ ở mức trung bình và dưới trung bình. Giá trị trung bình của nhóm 4 ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.48; 2.08; 2.71; 2.95. Giá trị trung bình của nhóm 5 ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.65; 2.00; 2.78; 2.78. Độ lệch chuẩn thấp (dưới 1) cho thấy các ý kiến có độ tập trung cao. Như vậy, trong nhóm 4, các CTV thấy không thích, không hiểu đối với các từ ngữ đặc địa phương miền Nam nhưng lại thấy mức độ hấp dẫn và gần gũi ở mức trung bình, cho thấy đối với nhóm này, mặc dù không hiểu nhưng các CTV vẫn cảm nhận thấy các từ ngữ đặc miền Nam này hấp dẫn và gần gũi. Đối với nhóm các từ ngữ biểu thị các hiện tượng, sự vật chỉ tồn tại ở địa phương, không có ở ngôn ngữ toàn dân các CTV cảm thấy không hiểu (giá trị trung bình 2.0) nhưng lại cảm thấy bình thường đối với việc thích, hấp dẫn và gần gũi. Có thể thấy, các từ ngữ thuộc nhóm 4, nhóm 5 có khả năng thâm nhập vào từ toàn dân bởi đây là những từ bổ sung cho sự khuyết thiếu của từ ngữ toàn dân. Hoặc đây là những từ phản ánh một phần con người và văn hoá Nam Bộ, nay do tiếp xúc rộng rãi mà thâm nhập được vào hệ thống từ vựng toàn dân và ngày được nhiều người sử dụng.

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

Theo Labov 1976 [9], Chamber và Trudgill 1980 [10] thì 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. Theo các tác giả, xét từ góc độ giới tính, nữ giới thường có xu hướng dùng biến thể chuẩn/có uy tín nhiều hơn nam giới, xét 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... 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 [1]. Tác giả Trịnh Cẩm Lan [3] lại tìm ra mối tương quan có ý nghĩa giữa thái độ ngôn ngữ với giới, tuổi, học vấn, nghề nghiệp. Như vậy, mỗi tác giả có một góc nhìn khác nhau và kết luận khác nhau đối với mối quan hệ này.

Để tìm hiểu tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc trưng xã hội của các CTV, chúng tôi tìm hiểu mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn của các CTV. 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 $p \leq 0,05$ 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. Kết quả khảo sát, thống kê, phân tích về mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các nhân tố xã hội cho các kết quả như sau: (1) *Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với giới tính*: Các kết quả thống kê mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ với giới tính ở cả 5 nhóm từ ngữ đều có $p \leq 0,05$ cho thấy có sự khác biệt giữa nam và nữ đối với thái độ ngôn ngữ nói trên. (2) *Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ độ tuổi*: Các kết quả thống kê mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ với độ tuổi ở cả 5 nhóm từ ngữ đều có $p \leq 0,05$ cho thấy có sự khác biệt giữa các đối tượng đối với thái độ ngôn ngữ nói trên. (3) *Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ và trình độ học vấn*: Kết quả thống kê cho thấy ở một số nội dung, $p \leq 0,05$ cho thấy có sự khác biệt giữa thái độ ngôn ngữ và trình độ học vấn. Vì vậy, ở phần này, bài viết tìm hiểu *mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và giới tính, mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và độ tuổi; mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và trình độ học vấn*. Cụ thể như sau:

Bảng 3. Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ và sự khác biệt xã hội

Tiếng địa phương miền Nam		Giới tính		Độ tuổi			Trình độ học vấn		
		Nam	Nữ	30 tuổi trở xuống	31-59	60 tuổi trở lên	Phổ thông	Cao đẳng, đại học	Sau đại học
Nhóm 1	tiêu chí 1	3,3	3,26	3,6	3,42	2,82	3,3	3,1	3,44
	tiêu chí 2	4,7	4,6	4,5	4,6	4,85	4,5	4,6	4,85
	tiêu chí 3	3	2,3	2,8	2,6	2,55	2,4	3,1	2,45
	tiêu chí 4	2,3	2,42	2,4	2,24	2,44	2,2	2,3	2,58
Nhóm 2	tiêu chí 1	2,7	2,46	2,6	2,42	2,72	2,6	2,4	2,74
	tiêu chí 2	3,03	3,79	3,2	3,5	3,53	3,4	3,5	3,33
	tiêu chí 3	2,6	3,1	2,82	2,86	2,87	2,7	2,8	3,05
	tiêu chí 4	2,3	3,02	2,62	2,56	2,8	2,5	2,6	2,88
Nhóm 3	tiêu chí 1	3,12	3,04	3,2	3,1	2,94	3,0	3,2	3,04
	tiêu chí 2	3,36	3,16	3,12	3,3	3,36	3,1	3,3	3,38
	tiêu chí 3	3,7	3,6	3,8	3,6	3,55	3,6	3,8	3,55
	tiêu chí 4	3,3	3,1	3,3	3,1	3,2	3,4	3,1	3,1
Nhóm 4	tiêu chí 1	2,6	2,36	2,8	2,2	2,44	2,4	2,6	2,44
	tiêu chí 2	2,3	1,86	1,9	1,98	2,36	2,1	2,3	1,84
	tiêu chí 3	2,8	2,62	2,5	2,6	3,03	2,7	2,4	3,03
	tiêu chí 4	2,9	3	2,9	2,8	3,15	2,9	2,8	3,15
Nhóm 5	tiêu chí 1	2,7	2,6	2,9	2,8	2,25	2,7	2,5	2,75
	tiêu chí 2	2,3	1,7	1,4	2,3	2,3	1,9	2,1	2,0
	tiêu chí 3	2,8	2,76	2,9	2,8	2,64	2,8	2,9	2,64
	tiêu chí 4	2,6	2,96	2,9	2,7	2,74	2,8	2,7	2,84

Bảng thống kê trên cho thấy có sự khác biệt giữa nam và nữ về thái độ ngôn ngữ: nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. Nam cho rằng các biến thể ngữ âm của tiếng địa phương miền Nam được sử dụng trên mạng xã hội dễ hiểu ở mức độ cao hơn nữ. Cả hai giới đều cho rằng các từ ngữ này không gần gũi, tuy nhiên nữ giới đánh thái độ tiêu cực hơn so với nam giới. Đối với các biến thể từ vựng, có sự khác biệt giữa nam và nữ đối với tiêu chí *không hiểu/hiểu* (thái độ của nữ là tích cực nhưng thái độ của nam là trung lập) và tiêu chí *không gần gũi/gần gũi* (thái độ của nam là tiêu cực nhưng thái độ của nữ là trung lập). Không có nhiều sự khác biệt giữa nam và nữ đối với các nhóm từ ngữ địa phương miền Nam thuộc nhóm 3, 4, 5.

Xét từ góc nhìn độ tuổi, kết quả cho thấy nhóm CTV từ 60 tuổi trở lên có thái độ tích cực hơn các nhóm tuổi khác ở tiêu chí 2 (không hiểu/hiểu). Ở tiêu chí này, nhóm dưới 30 tuổi có thái độ tích cực nhưng thấp hơn các nhóm khác. Tuy nhiên, ở tiêu chí 1 (không thích/thích) cho thấy nhóm dưới 30 tuổi có cái nhìn tích cực hơn các nhóm khác. Kết quả nghiên cứu này góp phần khẳng định có sự khác biệt giữa độ tuổi và thái độ đối với việc sử dụng từ ngữ địa phương miền Nam trên Facebook. Có thể thấy, người trẻ thích sử dụng các từ ngữ địa phương miền Nam hơn người già, tuy nhiên người già lại hiểu từ ngữ địa phương này hơn người trẻ và cũng cảm thấy từ ngữ địa phương miền Nam gần gũi hơn người trẻ. Điều này cho thấy, người trẻ dễ thích nghi và thích sử dụng những điều mới lạ nhưng người già lại có xu hướng bảo lưu cách sử dụng từ ngữ quen thuộc hơn dù cảm thấy dễ hiểu và thân thuộc nhưng lại ít sử dụng hơn người trẻ.

Xét từ góc nhìn trình độ học vấn, kết quả cho thấy nhóm trình độ sau đại học có thái độ tích cực hơn các nhóm trình độ khác ở tiêu chí 2 (không hiểu/hiểu). Tuy nhiên, ở tiêu chí 4 (gần gũi/không gần gũi) cho thấy nhóm trình độ cao đẳng - đại học có cái nhìn tích cực hơn các nhóm khác. Kết quả nghiên cứu này góp phần khẳng định có sự khác biệt giữa độ tuổi thái độ đối với việc sử dụng từ ngữ địa phương miền Nam trên facebook. Có thể thấy, nhóm sau đại học có thái độ tích cực với tiêu chí *không hiểu/hiểu* còn nhóm phổ thông có thái độ tích cực hơn với tiêu chí *không gần gũi/gần gũi*.

4. Kết luận

Qua nghiên cứu thái độ ngôn ngữ đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên Facebook cho thấy: Các từ ngữ biến âm nhận được thái độ đánh giá tích cực, các CTV đều hiểu được các từ ngữ biến âm này, tuy nhiên lại cho rằng nhóm từ ngữ này không gần gũi đối với họ. Ở nhóm các biến thể từ vựng và nhóm các từ ngữ có thêm nghĩa mới khi vào sử dụng thì các CTV có thái độ trung lập đối với các từ ngữ này. Ngược lại, nhóm 4 và nhóm 5 nhận được thái độ ít tích cực nhất, các thái độ ở mức trung bình và dưới trung bình. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy có sự khác biệt theo giới, tuổi và trình độ học vấn trong biểu hiện về thái độ ngôn ngữ. Theo đó, giới nam có cái nhìn tích cực hơn giới nữ; người có tuổi cao và trình độ cao hiểu hơn nhưng là có đánh giá ít tích cực hơn so với các nhóm khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. 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.
2. Trịnh Cẩm Lan. *Sự biến đổi ngôn từ của các cộng đồng chuyên cư đến thủ đô - Nghiên cứu trường hợp cộng đồng Nghệ Tĩnh ở Hà Nội*. NXB Khoa học xã hội. 2007.
3. Trịnh Cẩm Lan. *Mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và sự lựa chọn ngôn ngữ*. Tạp chí Ngôn ngữ. số 12, 2012.
4. Nguyễn Văn Khang. *Ngôn ngữ học xã hội*. NXB Giáo dục. 2010.

Tiếng Anh

5. Chamber J. K. & Trudgill P. *Dialectology*. Cambridge University Press. 1980.
6. Crystal, D. *Language and the Internet*. Cambridge University Press. 2001.
7. Crystal, D. *Internet linguistics: A student guide*. Cambridge University Press. 2002.
8. December, J. *What is Computer-Mediated communication?* Online Retrieved 30 June. 2008.
9. Fasold, R. W. *The sociolinguistics of society*. Basil Blackwell. 1984.
10. Herring, S. *Computer-mediated discourse: The handbook of discourse analysis*. 2003.
11. Labov W. *The Study of language in its social context*. In *Language and social context*. edited by P. Paolo Giglioli. 1976.
12. Naomi Baron. *Computer mediated communication as a force in language change*. Visible Language. 1984.
13. Tzeng, Oliver C.S.; Landis, Dan; Tzeng, Diana Y. Charles E. *Osgood's continuing contributions to intercultural communication and far beyond!*. International Journal of Intercultural Relations. 2012.
14. <https://vi.wikipedia.org/wiki/Facebook>