

THÁI ĐỘ NGÔN NGỮ ĐỐI VỚI VIỆC SỬ DỤNG TIẾNG ĐỊA PHƯƠNG MIỀN NAM TRONG GIAO TIẾP XÃ HỘI

LÊ THI LÂM*

Abstract: This article investigates language attitudes toward the use of Southern Vietnamese regional varieties in social communication. The findings indicate that phonetic variants receive the most positive attitudes, whereas distinctly regional lexical items receive the least positive evaluations. Language attitudes also vary according to gender, age, and educational level. Specifically, male respondents display more positive attitudes than female respondents; participants aged 31–59 exhibit the most positive attitudes, while those under 30 tend to show less positive attitudes. With respect to educational level, respondents with postgraduate education generally hold more positive attitudes, particularly regarding criteria related to comprehensibility and acceptability; respondents with lower educational levels express positive attitudes characterized by familiarity and closeness, whereas those with college or undergraduate education tend to maintain neutral attitudes.

Keywords: *language attitude, communication, gender, age, educational level*

1. Dẫn nhập

Hiện nay, với quá trình đô thị hoá nhanh chóng, quá trình di cư nội địa quy mô lớn và sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông đại chúng đã làm cho giao tiếp ngôn ngữ có những thay đổi sâu rộng đặc biệt là sự gia tăng đáng kể các tình huống giao tiếp liên vùng. Trong bối cảnh đó, tiếng địa phương, đặc biệt là tiếng địa phương miền Nam, không còn bị giới hạn trong phạm vi địa lý truyền thống mà xuất hiện ngày càng thường xuyên trong các môi trường giao tiếp đa dạng. Theo đó, phương ngữ Nam ngày càng có sự thâm nhập nhiều vào ngôn ngữ toàn dân. 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, câu khi,...*); 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 giao tiếp xã hội là vấn đề cần được quan tâm nghiên cứu.

Thái độ ngôn ngữ (language attitude) được nhìn theo nhiều góc độ khác nhau. Theo góc nhìn tâm lý học xã hội, thái độ ngôn ngữ 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 (Trịnh Cẩm Lan, 2012). 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. Bài viết nhằm tìm hiểu thái độ của người miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội.

* Viện Ngôn ngữ học; Email: lelamvnnh@gmail.com

2. Tư liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện trên bảng hỏi được phát trực tiếp tới 60 cộng tác viên (CTV) đang sống tại miền Bắc. Bảng hỏi gồm hai phần: thông tin nhân thân và thông tin thái độ ngôn ngữ. Thông tin nhân thân 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
		Nữ	30	50
		Tổng	60	100
2	Tuổi	30 tuổi trở xuống	21	35
		31-59	25	41,7
		60 tuổi trở lên	14	23,3
		Tổng	60	100
3	Học vấn	Phổ thông	15	25
		Cao đẳng, đại học	35	58,3
		Sau đại học	10	16,7
Tổng			60	100,0

Thông tin thái độ ngôn ngữ cho biết thái độ của CTV với việc sử dụng từ ngữ địa phương trong giao tiếp xã hội. Từ ngữ miền Nam được sử dụng trong giao tiếp xã hội 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 lò* (*nhặt nhoà*), *dòm* (*rởm*), *bảo lãnh* (*bảo lĩnh*)... Nhóm 2: Những từ ngữ có tên gọi khác so với ngôn ngữ chung (những biến thể từ vựng): *ôm* (*gầy*), *khoai mì* (*sắn*), *dưa leo* (*dưa chuột*), *mận* (*roi*), *bom* (*táo*), *khô qua* (*mướp đắng*), *vớ* (*tất*), *quẹo* (*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: *trố giò*, *trúng phóc*, *huych toẹt*, *mắt 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 từ ngữ địa phương miền Nam thường xuất hiện trong giao tiếp xã hội 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:

Mức độ	1	2	3	4	5
Tiêu chí					
Không thích/thích	Rất không thích	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Khó hiểu/hiểu	Rất khó hiểu	Khó hiểu	Bình thường	Dễ hiểu	Rất dễ hiểu
Không hấp dẫn/hấp dẫn	Rất không hấp dẫn	Không hấp dẫn	Bình thường	Hấp dẫn	Rất hấp dẫn
Không gần gũi/gần gũi	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

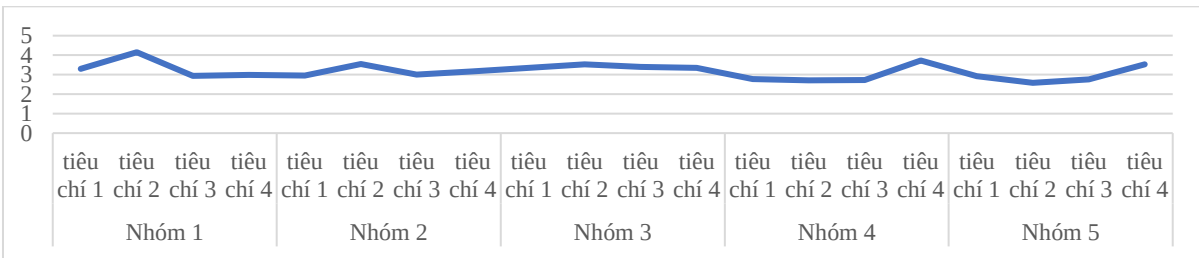
3.1. Thái độ đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội

Kết quả về thái độ của người dân miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên trong giao tiếp xã hội 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 trong giao tiếp xã hội

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	3.30	1.03006
	tiêu chí 2	60	2.00	5.00	4.15	1.02221
	tiêu chí 3	60	2.00	5.00	2.93	0.75614
	tiêu chí 4	60	1.00	5.00	2.98	1.01667
Nhóm 2	tiêu chí 1	60	2.00	5.00	2.95	1.04840
	tiêu chí 2	60	3.00	5.00	3.55	0.72311
	tiêu chí 3	60	1.00	5.00	3.00	1.02511
	tiêu chí 4	60	1.00	5.00	3.17	1.04422
Nhóm 3	tiêu chí 1	60	2.00	5.00	3.35	0.89868
	tiêu chí 2	60	1.00	5.00	3.53	1.06511
	tiêu chí 3	60	2.00	5.00	3.40	0.94241
	tiêu chí 4	60	2.00	5.00	3.35	0.68458
Nhóm 4	tiêu chí 1	60	2.00	4.00	2.77	0.72174
	tiêu chí 2	60	1.00	5.00	2.70	1.10928
	tiêu chí 3	60	1.00	5.00	2.73	0.86095
	tiêu chí 4	60	2.00	5.00	3.72	0.97584
Nhóm 5	tiêu chí 1	60	2.00	5.00	2.92	0.80867
	tiêu chí 2	60	1.00	5.00	2.58	0.99646
	tiêu chí 3	60	1.00	5.00	2.75	0.81563
	tiêu chí 4	60	1.00	5.00	3.53	1.11183

Bảng thống kê trên cho thấy: Thái độ của người dân miền Bắc đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trên trong giao tiếp xã hội là tích cực. Các giá trị thu được thường ở mức trên trung bình đến tích cực, số ít thang ở mức tiêu cực. Độ lệch chuẩn của các ý kiến đều thấp cho thấy các ý kiến đều tập trung. Chúng tôi cụ thể hoá giá trị trung bình các ý kiến trong biểu đồ sau:



Biểu đồ 1. Giá trị trung bình về thái độ của người dân miền Bắc
đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội

Biểu đồ 1 cho thấy, giá trị trung bình cao nhất là tiêu chí 2 của nhóm 1 còn giá trị trung bình cao nhất là tiêu chí 2 của nhóm 5. Cụ thể đối với từng nhóm như sau:

Đối với nhóm 1: Giá trị lớn nhất của tất cả các tiêu chí đều là 5.00 nhưng có sự khác nhau về giá trị nhỏ nhất. Tiêu chí 1, tiêu chí 2, tiêu chí 3 đều có giá trị nhỏ nhất là 2, tiêu chí 4 có giá trị nhỏ nhất là 1. Cụ thể: Thái độ tích cực nhất là thang 2, giá trị trung bình của tiêu chí 2 là 4.5 cho thấy người miền Bắc rất hiểu cách sử dụng nhóm từ ngữ biên âm trong giao tiếp xã hội. Đối với nhóm này, không có giá trị tiêu cực, giá trị thấp nhất là trung bình ở tiêu chí 3 (giá trị trung bình là 2.93).

Nhóm 2 có giá trị thái độ của các CTV là trung bình đối với tất cả các tiêu chí. Giá trị lớn nhất của tất cả các tiêu chí đều là 5.00 nhưng có sự khác nhau về giá trị nhỏ nhất. Tiêu chí 3, tiêu chí 4, có

giá trị nhỏ nhất là 1 cho thấy mức độ ít tích cực nhất là 1. Giá trị trung bình của tiêu chí tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.95; 3.55; 3.0 và 3.17.

Nhóm 3: Giá trị lớn nhất của tất cả các tiêu chí đều là 5.00 nhưng có sự khác nhau về giá trị nhỏ nhất. Tiêu chí 2 có giá trị nhỏ nhất là 1. Tiêu chí 1, tiêu chí 3 và tiêu chí 4 có giá trị nhỏ nhất là 1 cho thấy ở các tiêu chí này có những ý kiến rất không đồng ý. Giá trị trung bình của nhóm này ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 3.35; 3.53; 3.40; 3.35.

Nhóm 4 là nhóm nhận được thái độ ít tích cực nhất. Tiêu chí 1, tiêu chí 4 có giá trị nhỏ nhất là 2. Tiêu chí 2, tiêu chí 3 có giá trị nhỏ nhất là 1. Giá trị lớn nhất ở tiêu chí 1 là 4 và các giá trị lớn nhất ở các tiêu chí 2,3,4 là 5. Ở nhóm này, các tiêu chí 1,2 và 3 đều đạt giá trị trung bình còn tiêu chí 4 đạt giá trị cao hơn. Giá trị trung bình của nhóm 4 ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.77; 2.70. 2.73 và 3.72.

Nhóm 5 là nhóm nhận được thái độ ít tích cực, các thái độ ở mức khá, trung bình Giá trị nhỏ nhất ở tiêu chí 1 là 2; giá trị nhỏ nhất ở tiêu chí 1, 2 và tiêu chí 3 là 1. Giá trị lớn nhất ở tất cả các tiêu chí là 5. Giá trị trung bình của nhóm 5 ở các tiêu chí từ 1 - 4 lần lượt là: 2.92; 2.58; 2.75; 3.53.

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

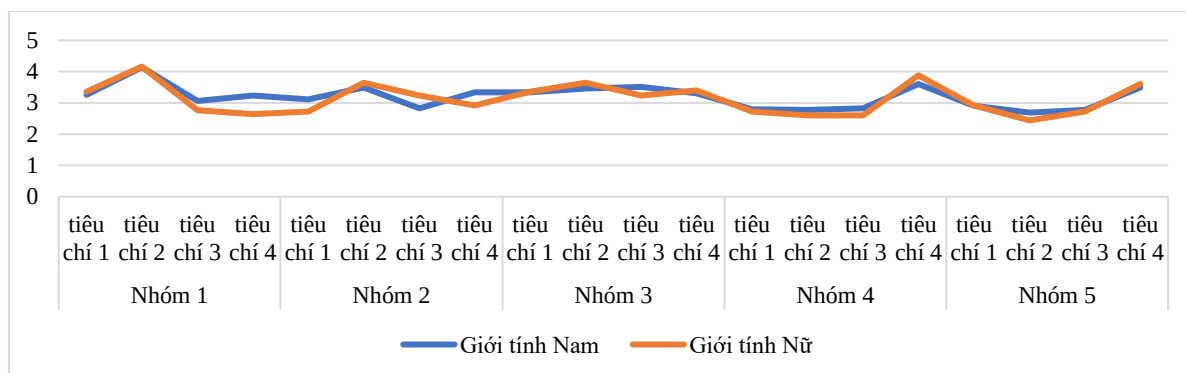
Để tìm hiểu tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc trưng xã hội của các CTV, chúng tôi tìm hiểu mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ với giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn của các CTV. Theo quy ước chung của SPSS, mức độ khác biệt có ý nghĩa thống kê được tính là 95%, tức là khi Chi-Square Test 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 $p=0.000$ nên có sự khác nhau giữa thái độ ngôn ngữ với các đặc trưng xã hội của các CTV. 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 ($p=0.000$)		Độ tuổi ($p=0.000$)			Trình độ học vấn ($p=0.000$)		
		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	3.26	3.36	3.25	3.45	3.20	3.43	3.33	3.13
	tiêu chí 2	4.14	4.16	4.10	3.80	4.55	4.00	4.07	4.44
	tiêu chí 3	3.06	2.76	2.60	3.00	3.20	2.86	2.80	3.25
	tiêu chí 4	3.23	2.64	2.90	3.25	2.80	3.64	2.93	2.50
Nhóm 2	tiêu chí 1	3.11	2.72	3.05	3.10	2.70	3.79	2.80	2.50
	tiêu chí 2	3.49	3.64	3.55	3.60	3.50	3.43	3.53	3.69
	tiêu chí 3	2.83	3.24	2.25	3.05	3.70	3.29	2.43	3.81
	tiêu chí 4	3.34	2.92	2.80	3.40	3.30	3.64	2.93	3.19
Nhóm 3	tiêu chí 1	3.34	3.36	3.15	3.45	3.45	3.36	3.27	3.50
	tiêu chí 2	3.46	3.64	3.40	3.20	4.00	3.50	3.33	3.94
	tiêu chí 3	3.51	3.24	3.50	3.30	3.40	3.50	3.43	3.25
	tiêu chí 4	3.31	3.40	3.10	3.40	3.55	3.21	3.27	3.63
Nhóm 4	tiêu chí 1	2.80	2.72	2.30	3.00	3.00	2.71	2.60	3.13
	tiêu chí 2	2.77	2.60	2.75	2.85	2.50	3.36	2.63	2.25
	tiêu chí 3	2.83	2.60	2.15	3.10	2.95	3.00	2.40	3.13
	tiêu chí 4	3.60	3.88	3.70	3.50	3.95	3.29	3.73	4.06
Nhóm 5	tiêu chí 1	2.91	2.92	2.45	3.20	3.10	2.71	2.83	3.25
	tiêu chí 2	2.69	2.44	2.25	2.90	2.60	3.21	2.33	2.50
	tiêu chí 3	2.77	2.72	2.55	2.90	2.80	2.93	2.60	2.88
	tiêu chí 4	3.49	3.60	3.80	3.25	3.55	3.29	3.60	3.63

Bảng thống kê trên cho thấy có sự khác biệt giữa nam và nữ; giữa các nhóm tuổi, giữa trình độ học vấn đối với việc sử dụng từ ngữ địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội. Cụ thể như sau:

Về giới tính: Sự khác biệt giữa nam và nữ được thể hiện cụ thể ở biểu đồ 2 dưới đây:



Biểu đồ 2. Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ và giới tính

Biểu đồ trên cho thấy: Có sự khác nhau về thái độ ngôn ngữ giữa nam và nữ đối với sử dụng từ ngữ địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội, tuy nhiên sự khác biệt này không nhiều. Cụ thể như sau:

Nhóm 1: Nam có cái nhìn tích cực hơn ở các tiêu chí 3 và 4. Nữ có cái nhìn tích cực hơn nam ở các tiêu chí 1. Ở tiêu chí 2, cả hai giới có cái nhìn tương đồng nhau. Cụ thể: Đối với tiêu chí 1: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 3.26; nữ trung bình là 3.36). Đối với tiêu chí 2: Nam và nữ có cái nhìn tương đồng nhau (trung bình đều là 4.16). Đối với tiêu chí 3: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.06; nữ trung bình là 2.76). Đối với tiêu chí 4: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.06; nữ trung bình là 2.76).

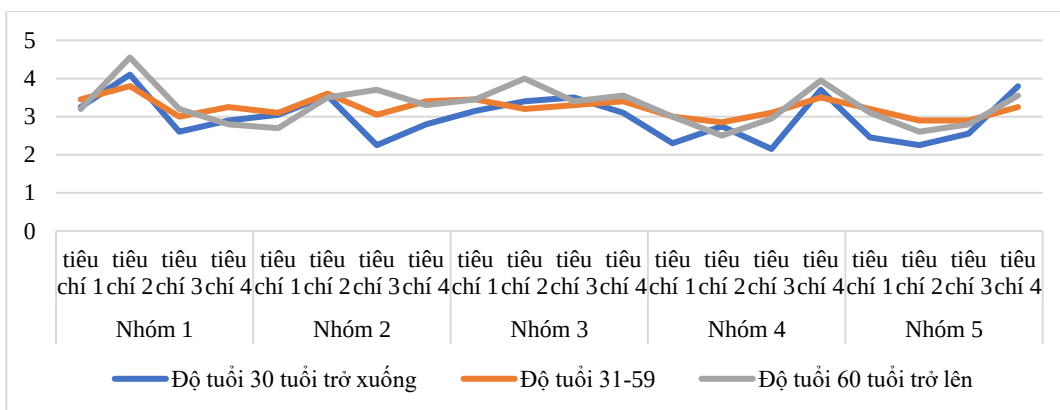
Nhóm 2: Nam có cái nhìn tích cực hơn ở các tiêu chí 1 và 4. Nữ có cái nhìn tích cực hơn nam ở các tiêu chí 2 và 3. Đối với tiêu chí 1: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.11; nữ trung bình là 2.72). Đối với tiêu chí 2: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 3.49; nữ trung bình là 3.64). Đối với tiêu chí 3: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.83; nữ trung bình là 3.24). Đối với tiêu chí 4: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.34; nữ trung bình là 2.92).

Nhóm 3: Nam có cái nhìn tích cực hơn ở các tiêu chí 3. Nữ có cái nhìn tích cực hơn nam ở tiêu chí 1, 2 và 4. Đối với tiêu chí 1: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 3.34; nữ trung bình là 3.36). Đối với tiêu chí 2: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 3.46; nữ trung bình là 3.64). Đối với tiêu chí 3: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 3.51; nữ trung bình là 3.24). Đối với tiêu chí 4: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.31; nữ trung bình là 3.40).

Nhóm 4: Nam có cái nhìn tích cực hơn ở các tiêu chí 1, 2 và 3. Nữ có cái nhìn tích cực hơn nam ở tiêu chí 4. Đối với tiêu chí 1: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.80; nữ trung bình là 2.72). Đối với tiêu chí 2: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.77; nữ trung bình là 2.60). Đối với tiêu chí 3: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.83; nữ trung bình là 2.60).

Đối với tiêu chí 4: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.60; nữ trung bình là 3.88). **Nhóm 5:** Nam có cái nhìn tích cực hơn ở các tiêu chí 2 và 3. Nữ có cái nhìn tích cực hơn nam ở tiêu chí 1, 4. Đối với tiêu chí 1: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.91; nữ trung bình là 2.92). Đối với tiêu chí 2: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.69; nữ trung bình là 2.44). Đối với tiêu chí 3: Nam có cái nhìn tích cực hơn nữ. Tuy nhiên, sự khác biệt này không nhiều. (Nam trung bình là 2.77; nữ trung bình là 2.72). Đối với tiêu chí 4: Nam có cái nhìn ít tích cực hơn nữ. (Nam trung bình là 3.49; nữ trung bình là 3.60).

Về độ tuổi: Sự khác biệt giữa các độ tuổi được thể hiện cụ thể ở biểu đồ 3 dưới đây:



Biểu đồ 3. Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ và độ tuổi

Biểu đồ trên cho thấy: Có sự khác nhau giữa các độ tuổi đối với từng nhóm. Cụ thể như sau:

Nhóm 1: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực hơn các nhóm khác ở tiêu chí 1, 3 và 4. Độ tuổi 60 trở lên có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2. Cụ thể như sau: Tiêu chí 1: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.45); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 3.25); cuối cùng là 60 tuổi trở lên (trung bình 3.2). Tiêu chí 2: Độ tuổi 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 4.55); tiếp đó là 30 trở xuống (trung bình 4.10); cuối cùng là độ tuổi 31-59 (trung bình 3.80). Tiêu chí 3: Độ tuổi 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.20); tiếp đó là 31-59 (trung bình 3.00); cuối cùng là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 2.6). Tiêu chí 4: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.25); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 2.90); cuối cùng là 60 tuổi trở lên (trung bình 2.80).

Nhóm 2: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực hơn các nhóm khác ở các tiêu chí 1, 2 và 4. Độ tuổi trên 60 chiếm tỉ lệ cao nhất là tiêu chí 3. Cụ thể như sau: Tiêu chí 1: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.1); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 3.05); cuối cùng là 60 tuổi trở lên (trung bình 2.70). Tiêu chí 2: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.60); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 3.55); cuối cùng là 60 tuổi trở lên (trung bình 3.50). Tiêu chí 3: Độ tuổi 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.70); tiếp đó là 31-59 (trung bình 3.05); cuối cùng là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 2.25). Tiêu chí 4: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.4); tiếp đó là độ tuổi 60 tuổi trở lên (trung bình 3.30); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.80).

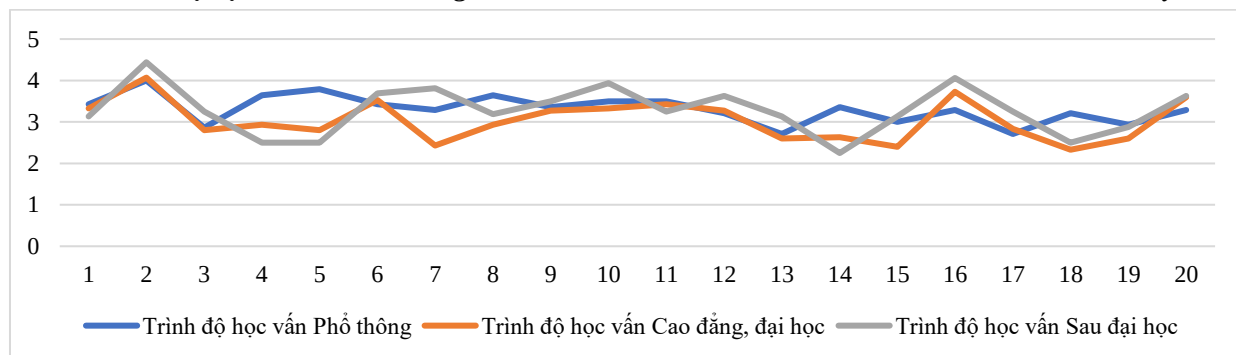
Nhóm 3: Độ tuổi 31-59 và 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1; độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2 và tiêu chí 4. Độ tuổi dưới 30 có cái nhìn tích cực hơn ở tiêu chí 3. Cụ thể như sau: Tiêu chí 1: Độ tuổi 31-59 và 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.45); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 3.15). Tiêu chí 2: Độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 4.0); tiếp đó là độ tuổi 31-59 (trung bình 3.85); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 3.4). Tiêu chí 3: Độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.55); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 3.50); cuối cùng là 31-59 tuổi (trung bình 3.40). Tiêu chí 4: Độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.55); tiếp đó là độ tuổi 31-59 (trung bình 3.4); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 3.1).

Nhóm 4: Độ tuổi 31-59 và 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1; độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí tiêu chí 4. Độ tuổi dưới 31-59 có cái nhìn tích cực hơn ở tiêu chí 2 và 3. Cụ thể như sau: Tiêu chí 1: Độ tuổi 31-59 và 60 tuổi trở lên có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.00); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.30). Tiêu chí 2: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 2.85); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 2.75); cuối cùng là trên 60 tuổi (trung bình 2.50). Tiêu chí 3: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.1); tiếp đó là độ tuổi 60 tuổi trở lên (trung bình 2.95); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.15). Tiêu chí 4: Độ tuổi trên 60 tuổi có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.95); tiếp đó là độ tuổi 30 trở xuống (trung bình 3.70); cuối cùng là độ tuổi 31-59 (trung bình 3.50).

Nhóm 5: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1, tiêu chí 2 và tiêu chí 3; độ tuổi trên 30 tuổi trở xuống có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 4. Cụ thể như sau: Tiêu chí 1: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.20); tiếp đó là độ tuổi 60 tuổi trở lên (trung bình 3.10); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.45). Tiêu chí 2: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 2.90); tiếp đó là

độ tuổi 60 trở lên (trung bình 2.60); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.25). Tiêu chí 3: Độ tuổi 31-59 có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 2.9); tiếp đó là độ tuổi 60 tuổi trở lên (trung bình 2.80); cuối cùng là dưới 30 tuổi (trung bình 2.55). Tiêu chí 4: Độ tuổi dưới 30 tuổi có cái nhìn tích cực nhất (trung bình 3.80); tiếp đó là độ tuổi trên 60 tuổi (trung bình 3.55); cuối cùng là 31-59 tuổi (trung bình 3.25).

Về trình độ học vấn: Sự khác biệt giữa các trình độ học vấn được thể hiện cụ thể ở biểu đồ 4 dưới đây:



Biểu đồ 4. Mối tương quan giữa thái độ ngôn ngữ và trình độ học vấn

Biểu đồ trên cho thấy: có sự khác nhau giữa các trình độ đối với từng nhóm ngôn ngữ. Cụ thể như sau:

Nhóm 1: Trình độ phổ thông có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1 và 4; trình độ sau đại học có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2 và 3. Cụ thể: Tiêu chí 1: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.43); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.33); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.13). Tiêu chí 2: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 4.44); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 4.07); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 4.00). Tiêu chí 3: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.25); tiếp đó là nhóm phổ thông (trung bình 2.86); cuối cùng là nhóm cao đẳng đại học (trung bình 2.80). Tiêu chí 4: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.64); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.93); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 2.50).

Nhóm 2: Trình độ sau đại học có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2 và tiêu chí 3; trình độ phổ thông có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1 và tiêu chí 4. Cụ thể: Tiêu chí 1: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.79); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.80); cuối cùng là nhóm sau đại học (trung bình 2.50). Tiêu chí 2: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.69); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.53); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 3.43). Tiêu chí 3: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.81); tiếp đó là phổ thông (trung bình 3.29); cuối cùng là nhóm cao đẳng – đại học (trung bình 2.43). Tiêu chí 4: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.64); tiếp đó là nhóm sau đại học (trung bình 3.19); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.93).

Nhóm 3: Trình độ sau đại học có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1, 2 và tiêu chí 4; trình độ phổ thông có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 3. Cụ thể: Tiêu chí 1: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.50); tiếp đó là nhóm phổ thông (trung bình 3.36); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.27). Tiêu chí 2: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.94); tiếp đó là nhóm phổ thông (trung bình 3.50); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.33). Tiêu chí 3: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.50); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.43); cuối cùng là nhóm sau đại học (trung bình 3.25). Tiêu chí 4: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.63); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.27); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 3.21).

Nhóm 4: Trình độ sau đại học có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1, 3 và tiêu chí 4; trình độ phổ thông có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2. Cụ thể: Tiêu chí 1: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.13); tiếp đó là nhóm phổ thông (trung bình 2.71); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.60). Tiêu chí 2: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.36); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.63); cuối cùng là nhóm sau đại học (trung bình 2.25). Tiêu chí 3: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.13); tiếp đó là nhóm phổ thông (trung bình 3.00); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.40). Tiêu chí

4: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 4.06); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.83); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 2.71).

Nhóm 5: Trình độ sau đại học có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 1 và tiêu chí 4; trình độ phổ thông có cái nhìn tích cực nhất ở tiêu chí 2 và tiêu chí 3. Cụ thể: Tiêu chí 1: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.25); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.83); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 2.71). Tiêu chí 2: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 3.21); tiếp đó là nhóm sau đại học (trung bình 2.50); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.33). Tiêu chí 3: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm phổ thông (trung bình 2.93); tiếp đó là nhóm sau đại học (trung bình 2.88); cuối cùng là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 2.60). Tiêu chí 4: Nhóm có cái nhìn tích cực nhất là nhóm sau đại học (trung bình 3.63); tiếp đó là nhóm cao đẳng, đại học (trung bình 3.60); cuối cùng là nhóm phổ thông (trung bình 3.29).

4. Kết luận

Qua nghiên cứu thái độ ngôn ngữ đối với việc sử dụng tiếng địa phương miền Nam trong giao tiếp xã hội cho thấy: Những từ ngữ có âm địa phương khác so với ngôn ngữ toàn dân (biến thể ngữ âm) là nhóm nhận được thái độ tích cực cao nhất, tiêu chí 2 đạt giá trị trung bình cao nhất ở mức rất tích cực cho thấy người dân miền Bắc hiểu và chấp nhận tốt các từ ngữ thuộc nhóm này. Tiếp đó là nhóm những từ ngữ có thêm nghĩa mới so với ngôn ngữ chung nhận được thái độ đánh giá tích cực. Nhóm Những từ ngữ có tên gọi khác so với ngôn ngữ chung (những biến thể từ vựng) và nhóm Những từ ngữ biểu thị các hiện tượng, sự vật chỉ tồn tại ở địa phương, không có ở ngôn ngữ toàn dân, nhận được thái độ ở mức trung bình. Nhóm Những từ ngữ đặc địa phương là nhóm nhận được thái độ đánh giá ít tích cực nhất cho thấy người dân miền Bắc không thích sử dụng nhóm từ ngữ này trong giao tiếp.

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, nam có cái nhìn tích cực hơn trong nhiều tiêu chí (nhất là ở nhóm 1, 2, 4); nữ đôi khi thể hiện thái độ tích cực hơn ở một số tiêu chí (tiêu chí 1 của nhóm 1; tiêu chí 2, 3 của nhóm 2; tiêu chí 1, 2, 4 của nhóm 3). Tuy nhiên, mức độ khác biệt không quá lớn giữa hai giới. Về độ tuổi, nhóm 31-59 tuổi có thái độ tích cực nhất ở nhiều tiêu chí; nhóm trên 60 tuổi thể hiện thái độ tích cực ở tiêu chí sự hiểu biết hay sự quen thuộc; nhóm dưới 30 tuổi có thái độ tích cực thấp hơn (trừ tiêu chí 4 nhóm 5). Về trình độ học vấn, nhóm sau đại học thường có cái nhìn tích cực hơn, nhất là ở tiêu chí biểu thị sự hiểu biết, khả năng chấp nhận; trong đó nhóm phổ thông thể hiện thái độ tích cực mang tính gần gũi; nhóm cao đẳng - đại học thể hiện thái độ trung lập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Vũ Thị Thanh Hương (2004). *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.
2. Trịnh Cẩm Lan (2007). *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.
3. Trịnh Cẩm Lan (2012). *Mối quan hệ giữa thái độ ngôn ngữ và sự lựa chọn ngôn ngữ*. Tạp chí Ngôn ngữ. số 12.
4. Nguyễn Văn Khang (2010). *Ngôn ngữ học xã hội*. NXB Giáo dục.

Tiếng Anh

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