

TỪ NGỮ TIẾNG ANH VAY MƯỢN TẠM THỜI TRONG QUÁ TRÌNH TRỘN MÃ TRÊN MỘT SỐ BÁO MẠNG BẰNG TIẾNG VIỆT TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

ENGLISH WORDS TEMPORARILY BORROWED THROUGH CODE MIXING USED IN SOME VIETNAMESE PRINTED AND ONLINE NEWSPAPERS IN VIETNAM AT PRESENT

Trần Văn Phước

Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế; tvphuc2@gmail.com

Tóm tắt - Chính sách đổi mới của Việt Nam đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng càng ngày càng nhiều những từ ngữ tiếng Anh vay mượn tạm thời trong quá trình giao tiếp “trộn mã” trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo giấy, báo mạng. Đây là hiện tượng nổi cộm cần được nghiên cứu một cách nghiêm túc nhằm điều chỉnh nhận thức của dư luận xã hội. Trên cơ sở thu thập, thống kê 1000 từ ngữ tiếng Anh trên 17 báo giấy, báo mạng, mô tả và phân tích các đặc điểm ngôn ngữ như phiên âm/chữ viết, từ loại, ngữ nghĩa trong các ngữ vực được sử dụng, bài báo nêu lên những dự báo về tác động xã hội đối với xã hội Việt Nam trong tương lai.

Từ khóa - tiếp xúc ngôn ngữ; từ vay mượn tạm thời; chuyển mã; trộn mã; đặc điểm ngôn ngữ; tác động xã hội

Abstract - Vietnam's open policy toward globalization and industrialization has given good opportunities to the use of more and more English words temporarily borrowed through "code mixing" in Vietnamese printed and online newspapers in Vietnam at present. This is a prominent phenomenon that should be discussed formally to orientate public opinion. On the basis of 1000 collected English words used in 17 printed and online newspapers, these words are described in terms of their transcription, word classes and semantic features in Vietnamese registers and Vietnamese contexts. From the results of description, the article writer predicts some social effects on the society of Vietnam in the future.

Key words - language communication; words temporarily borrowed; code switching; code-mixing; language features; social effect.

1. Đặt vấn đề

Sự bùng nổ của việc sử dụng nhiều phương tiện truyền thông đại chúng như báo in, tạp chí, phát thanh, truyền hình, sách, in-tơ-nét... đã góp phần nhanh chóng tạo nên quá trình tiếp xúc ngôn ngữ mới giữa tiếng Việt và nhiều ngoại ngữ, trong đó nổi bật nhất là tiếng Anh. Một xã hội giao tiếp mới hình thành với nhiều người song ngữ (bilinguals) biết tiếng Anh một cách thuần thục và không ít người song ngữ biết tiếng Anh hơi hợt chỉ để phục vụ cho các mục đích thực dụng hàng ngày ở Việt Nam.

Hiện tượng từ ngữ tiếng Anh được các nhà báo sử dụng nhiều trên báo mạng là một trong những hệ quả của tiếp xúc ngôn ngữ mạnh mẽ nhờ những chính sách tích cực nêu trên. Hiện tượng này đã, đang và sẽ cần được nghiên cứu, phân tích về nhiều mặt như đặc điểm ngôn ngữ và đặc điểm xã hội nhằm góp phần định hướng xã hội trong việc vừa sử dụng tiếng Anh, nhưng đồng thời vẫn phải giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt. Mục đích nghiên cứu của bài báo chỉ mô tả đặc điểm ngôn ngữ cơ bản, nhằm chứng minh các từ ngữ tiếng Anh là kết quả của quá trình trộn mã trong tiếp xúc ngôn ngữ và dự báo tác động xã hội của việc sử dụng một số từ ngữ tiếng Anh trên một số báo giấy, báo mạng.

2. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu

Do phạm vi nghiên cứu hẹp, chúng tôi chỉ thu thập, thống kê, khảo sát 1000 từ ngữ tiếng Anh (có ý nghĩa khác nhau) xuất hiện trên 17 báo giấy, báo mạng là *An ninh Thủ đô*, *Dân trí.com.vn*, *Giáo dục Thời đại*, *Hà nội mới*, *Hoa học trò*, *24H.com*, *Kênh 14*, *Lao động*, *Người lao động*, *Nhân dân điện tử*, *Phụ nữ*, *Quân đội nhân dân*, *Thanh niên*, *Thể thao*, *Tiền Phong*, *Tuổi trẻ* và *VnExpress.net*, trong một số năm từ 2010 đến 2015. Bằng phương pháp định lượng và định tính, chúng tôi mô tả đặc điểm ngôn ngữ cơ bản nhằm chứng minh các từ ngữ tiếng Anh là kết quả của quá trình trộn mã trong tiếp xúc ngôn ngữ và dự báo tác

động xã hội của việc sử dụng các từ ngữ tiếng Anh.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Hiện tượng sử dụng từ ngữ tiếng Anh trên báo giấy, báo mạng Việt Nam là kết quả của quá trình trộn mã (code mixing) trong tiếp xúc ngôn ngữ

Tiếp xúc ngôn ngữ (language contact) được hiểu là hiện tượng những người song ngữ hay đa ngữ, những người sử dụng thuần thục hoặc không thuần thục hai hoặc nhiều ngôn ngữ hoặc biến thể ngôn ngữ khác nhau tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp ở cùng một nơi trong cùng một thời gian theo Weinreich (1953, 1968), Thomason (2001), Nguyễn Văn Khang (1999, 2012). Tiếp xúc ngôn ngữ là hệ quả trực tiếp của những thay đổi trong bối cảnh xã hội-chính trị như chủ nghĩa thực dân, vấn đề di dân, sự thay đổi biên giới chính trị, vấn đề toàn cầu hóa, vấn đề đất nước có dân tộc có sức mạnh kinh tế, chính trị, trình độ văn hóa, tôn giáo cao hơn, mạnh hơn, có số người đông hơn, việc học tập ngoại ngữ, hoặc thông qua các phương tiện truyền hình, truyền thanh, ... mà minh chứng cụ thể nhất là những hiện tượng tiếp xúc ngôn ngữ Hán-Việt, Pháp-Việt và Anh-Việt ở Việt Nam trước đây và hiện nay.

Tiếp xúc ngôn ngữ thể hiện qua các hiện tượng *tàng* (stratum); hiện tượng *vay mượn* (borrowing), trong đó có vay mượn bằng cách đồng hóa (assimilation) và vay mượn tạm thời (temporary borrowing); hiện tượng *giao thoa* (interference); hiện tượng *quy tụ* (convergence); hiện tượng *tích hợp* (integration) hay hiện tượng *phân li* (divergence). Tiếp xúc ngôn ngữ cũng kéo theo sự xuất hiện của các ngôn ngữ lai tạp như *tiếng bồi* (pidgins) và tiếng creole (creoles), sự lựa chọn mã - ngôn ngữ trong giao tiếp bằng *chuyển mã* (code-switching) và *trộn mã/ hòa mã* (code-mixing), theo Nguyễn Văn Khang (2012). Phân tích đặc trưng của *chuyển mã* và *trộn mã* có thể giúp làm rõ bản chất của từ ngữ tiếng Anh trên báo mạng Việt Nam.

Chúng ta đều biết là mỗi người song ngữ đều có ý thức và nhu cầu lựa chọn mã ngôn ngữ (code, mã có thể là ngôn ngữ hoặc biến thể ngôn ngữ theo Wardhaugh (2003)) cho phù hợp với từng hoàn cảnh giao tiếp cụ thể. Một ví dụ là người song ngữ Việt Nam khi giao tiếp với nhau có thể vừa chọn sử dụng tiếng Việt và tiếng Anh, hoặc vừa giọng Quảng vừa giọng Bắc tùy vào mục đích giao tiếp, đối tượng giao tiếp, chủ đề giao tiếp và các yếu tố văn hóa, xã hội. Có hai cách chọn mã trong giao tiếp là *chuyển mã* và *trộn mã*. Mặc dù có tác giả chỉ sử dụng thuật ngữ *chuyển mã* cho hai cách chọn mã vì cho rằng *chuyển mã* và *trộn mã* bản chất đều là việc sử dụng hai hoặc nhiều ngôn ngữ, biến thể ngôn ngữ, phong cách ngôn ngữ trong cùng thời điểm giao tiếp (theo Hymes (1974), Spolsky (1998)), nhưng đa số các tác giả như Myers-Scotton (1993), Nguyễn Văn Khang (2012) và nhiều tác giả khác đều phân biệt *chuyển mã* và *trộn mã*.

Chuyển mã là sự xen kẽ ngôn ngữ liên câu (inter-sentential) bên trong một phát ngôn đơn hoặc một lượt lời giao tiếp theo Myers-Scotton (1993). *Chuyển mã* là việc sử dụng hai hoặc trên hai biến thể ngôn ngữ trong một lần đối thoại theo những hình thức như chuyển trộn vẹn một lượt lời, chuyển mã ở phân câu, chuyển ở những chỗ chuyển tiếp trong đối thoại hoặc chỗ chuyển lượt lời, hoặc chuyển bằng dấu hiệu ngôn ngữ học, theo Nguyễn Văn Khang (2012). *Chuyển mã* là sự xen kẽ giữa hai hay nhiều ngôn ngữ, biến thể ngôn ngữ, ngữ vực trong diễn ngôn giữa những người có nhiều hơn một ngôn ngữ chung theo Moradi (2014). Ví dụ:

- *Anh lấy vợ rồi à? You got married, didn't you? Vẫn người xưa phải không?* (Nguyễn Văn Khang (2012: 385))

Trộn mã là sự xen kẽ hai hay nhiều ngôn ngữ trong nội bộ câu (intra-sentential) theo Myers-Scotton (1993). *Trộn mã* thể hiện năng lực của người song ngữ trong việc sử dụng từ, ngữ, cú của hai hay nhiều ngôn ngữ xen kẽ, trộn vào câu trong khi giao tiếp dựa vào bối cảnh xã hội-tâm lý-ngôn ngữ thích hợp, theo Moradi (2014). *Trộn mã* là hiện tượng trong khi giao tiếp, thành phần mã ngôn ngữ A ở một mức độ nhất định “trộn” vào mã ngôn ngữ B. Mã ngôn ngữ B đóng vai trò chủ đạo còn mã ngôn ngữ A chỉ đóng vai trò thứ yếu, có tính chất bổ sung và đương nhiên nó phải chịu ảnh hưởng (áp lực) của A, nó không còn được chính xác như chính nó, theo Nguyễn Văn Khang (2012). Chẳng hạn trong *trộn mã*, những từ, ngữ của mã ngôn ngữ A được sử dụng xen trộn phải đảm nhiệm những chức vụ ngữ pháp phù hợp với chức vụ ngữ pháp của những từ ngữ được xen trộn của ngôn ngữ B. Ví dụ:

- *Hacker xâm nhập show truyền hình trực tiếp [Dân Trí.com.vn ngày 07/03/2011, lúc 08:22]*

Trên cơ sở phân tích đặc trưng của tiếp xúc ngôn ngữ và các thể hiện trong giao tiếp ngôn ngữ, chúng tôi cho rằng 1000 từ ngữ tiếng Anh đang được sử dụng trên báo chí Việt Nam là do hiện tượng *trộn mã*. Những từ ngữ này chủ yếu là những từ “*vay mượn lâm thời*” được chèn (insertion) vào các câu trên báo. Quá trình chèn là một trong 3 quá trình trộn mã chính: (1) *chèn* (insertion); (2) *chêm xen* (alternation) và *từ vựng hóa phù hợp* (congruent lexicalisation) theo Muysken (2000). Ví dụ:

- *Đàm phán TPP không đạt được thỏa thuận cuối cùng [Nhân dân điện tử ngày 01/08/2015, lúc 05:35].*

- *Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED) cho biết, nền kinh tế Mỹ và thị trường lao động nước này tiếp tục được cải thiện [Nhân dân điện tử ngày 30/07/2015, lúc 09:28].*

Trong hai ví dụ trên, những từ viết tắt từ ngữ **TTP** (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement) được dịch là Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương) và **FED** (Federal Reserve System) được dịch là Cục Dự trữ liên bang Mỹ) đã được nhà báo trộn mã, chèn vào trong câu.

3.2. Đặc điểm ngôn ngữ

3.2.1. Đặc điểm phiên âm/chữ viết

Dựa vào 6 đặc điểm phiên âm/chữ viết của các từ ngữ ngoại lai vay mượn tạm thời của Nguyễn Văn Khang (2007:50-51, 348-351) và một số tác giả như Trần Thị Tính (2005:77-80), chúng tôi khảo sát thấy các từ ngữ tiếng Anh trên báo chỉ có 4 đặc điểm phiên âm/ chữ viết cơ bản như sau:

(1) Đặc điểm **Viết theo nguyên từ gốc (không phiên âm)** mặc dù phát âm có thể giống từ gốc hoặc đồng hóa âm. Đặc điểm phiên âm/chữ viết này được thể hiện qua 309/1000 (30,90%) từ ngữ trên các báo có từ, ngữ, từ viết tắt không những thuộc các lĩnh vực an ninh, ngoại giao, y tế, khoa học, công nghệ, mà còn thuộc các lĩnh vực văn hóa, âm nhạc (mà trước đây chủ yếu là *viết có thay đổi một phần cho phù hợp với cách đọc, cách viết của tiếng Việt*)... như: ADIZ, APEC, COC, DOC, IS, visa, BOT, BT, BTO, CEO, CIF, container, cholesterol, dioxin, doping, fat, x-ray, 3D, sim, smartphone, SMS, spam, bolero, cover hit, dance electronic, talkshow, video clip, showbiz, street style, DANCE SPORT, U23, delay, shopping sale,.. Ví dụ:

- *Thảo luận sẽ đi sâu vào những vấn đề được quan tâm nhất như chi phí học tập tại Vương quốc Anh, các cơ hội học bổng, quy trình xin visa và cách chọn ngành học phù hợp với năng lực và xu thế thị trường [Nhân dân điện tử ngày 27/7/2014, lúc 16:15].*

Thường những từ ngữ tiếng Anh viết tắt xuất hiện nguyên gốc một mình sau khi trước đó nhà báo đã sử dụng cách viết cả hai yếu tố vừa từ bản ngữ vừa từ nước ngoài.

(2) Đặc điểm **Viết có thay đổi một phần** cho phù hợp với cách đọc, cách viết của bản ngữ thể hiện qua một số cách như sau:

(a) *Viết không dùng gạch nối* giữa các âm tiết của từ, không dùng các dấu thanh điệu của bản ngữ (vì đã có chú thích nguyên dạng kèm theo) trong các từ như *sôcôla* (chocolate), *mô-tô* (motor),..

(b) *Viết có dùng dấu gạch nối* trong các từ như *ma-két-tinh* (marketing), *ca-si-nô*, *hu-li-gân*, *rô-bốt* (robot), *Bô-ing* (Boeing), *công-ten-nơ* (container),...

(c) *Viết rời như các từ sô lô* (solo), *ghi ta* (guitar), *ca si nô* (casino), ô xy,...

Các cách viết này đôi khi cũng không nhất quán trong cùng một từ (ví dụ: từ *casino* được viết là *ca-si-nô*, *ca si nô*...). Đặc điểm phiên âm này được thể hiện qua 165/1000 (16.50%) từ ngữ trên các báo viết về một số lĩnh vực như âm nhạc, thể thao, thời trang, thiết kế,...: *an-bum* (album), *ghi ta* (guitar), *sô lô* (solo), *ca-si-nô*, *ca si nô* (casino), *(chiếc) Cúp* (cup), *dô-ping* (doping), *đi -zai* (design), *sô (show)*, *xi-tai* (style), *búp-phê* (buffet), ... Ví dụ:

- *Ấn sô-cô- la giúp kéo dài tuổi thọ*” [Tiền phong ngày 18/10/2010];

- *“Những kỷ niệm “chết cười” chạy sô ngày Tết”* [Người lao động ngày 17/2/2015].

Theo so sánh các khảo sát trước đây của Đỗ Hồng Dương (2005), Nguyễn Tài Thái (2014), Trần Văn Tiếng (2015), chúng tôi nhận thấy xu hướng viết có thay đổi một phần này có thể giảm dần ở những bài báo liên quan đến tâm sinh lý, thanh niên, giải trí, âm nhạc, thể thao...do người đọc có thể có trình độ tiếng Anh tiến bộ hơn và nhà báo cũng muốn thể hiện trình độ tiếng Anh.

(3) Đặc điểm **Viết cả hai yếu tố vừa từ bản ngữ vừa từ nước ngoài tạo thành một cụm từ**. Đặc điểm này xuất hiện ở 522/1000 (52.20%) từ ngữ trên các bản tin thời sự của các báo nhằm giúp người nghe, người đọc hiểu được các sự kiện quốc tế mới được chuyển dịch sang tiếng Việt có chưa tiếng Anh hoặc ngược lại. Chúng tôi nhận thấy có 3 xu hướng viết như sau: (1) viết cụm từ dịch sang tiếng Việt trước từ đặc biệt là các từ viết tắt tiếng Anh như từ ngữ *Vùng nhận dạng phòng không (ADIZ), Bộ quy tắc ứng xử ở Biển Đông (COC), Tuyên bố về ứng xử của các bên ở Biển Đông (DOC), Tòa án quốc tế xét xử tội ác diễn ra dưới chế độ Khmer Đỏ ở Campuchia (ECCC), Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Hệ thống phòng thủ tên lửa Iron Dome (Vòm sắt),...*; (2) viết từ tiếng Việt mang nghĩa

chung rồi viết từ tiếng Anh chỉ loại cụ thể như từ ngữ *mạng Internet; tàu ngầm USS, Hợp đồng BOT, Vốn ODA*; (3) viết từ tiếng Anh chỉ sự vật và từ tiếng Việt tiếp sau chỉ chức năng của sự vật như từ ngữ *camera quan sát, ...*

Theo thống kê chúng tôi nhận thấy xu hướng (1) và (2) là phổ biến nhất. Ví dụ:

- *Lauryn Hill là ca sĩ nhạc rap, thứ nhạc “chọc giận” người khác và từng bị chỉ trích nặng nề*“. [Thanh niên ngày 14/3/2013].

Theo khảo sát chúng tôi, xu hướng viết cả hai yếu tố vừa từ tiếng Việt vừa từ tiếng Anh trong cụm từ chỉ xuất hiện đối với những sự kiện, hiện tượng, tổ chức mới phát sinh nhà báo cần người đọc nắm vững.

(4) Đặc điểm **Viết rút gọn từ nước ngoài**. Đặc điểm này rất hiếm chỉ xuất hiện trong 4/1000 (0.04%) từ ngữ chúng tôi khảo sát như *phây* (facebook), *nick* (nickname), *mem* (member), *pro* (professional). Ví dụ:

- *Vợ hay lên mạng lướt “phây” cả ngày không biết chán. Cô con gái cứ rảnh lúc nào là lại say sưa “chát chít” trên mạng với bạn bè. Còn cậu con trai thì rời bàn học ra là chỉ khoai chơi games trên máy tính bảng* [Quân đội nhân dân ngày 30/7/2015 lúc 16:15].

Sau đây là tóm tắt đặc điểm viết/phiên âm của các từ ngữ tiếng Anh trên các báo giấy, báo mạng (Bảng 1):

Bảng 1. Tóm tắt đặc điểm viết/phiên âm của các từ ngữ tiếng Anh trên các báo giấy, báo mạng

	Viết theo nguyên từ gốc	Viết có thay đổi một phần	Viết cả hai yếu tố vừa từ bản ngữ vừa từ nước ngoài	Viết rút gọn từ nước ngoài	Tổng từ
Báo giấy	94	38	238	0	370= 37%
Báo mạng	215	127	284	4	630= 63%
Tổng từ	309 = 30,9%	165 = 16,5%	522 = 52,2%	4 = 0,4%	1000 = 100%

3.2.2. Về ngữ pháp

Theo Muysken (2000), Nguyễn Văn Khang (2007:48-49, 345-348) và một số tác giả như Trần Thị Tinh (2005:80-81), các từ ngữ ngoại lai thường thuộc các từ loại xếp theo ưu tiên là danh từ, tính từ, động từ và những phạm trù ngữ pháp của từng lớp từ. Dựa vào 3 đặc điểm ngữ pháp do các tác giả phân tích trong các tác phẩm, qua khảo sát các từ ngữ tiếng Anh, chúng tôi nhận thấy các từ ngữ cũng có 3 đặc điểm ngữ pháp như sau:

(1) Đặc điểm **Từ loại gốc được giữ nguyên nhưng hình thái từ biểu hiện các phạm trù ngữ pháp có thay đổi** là đặc điểm ngữ pháp nổi bật nhất của 828/1000 (82,80%) từ ngữ tiếng Anh khi được trộn mã trong câu tiếng Việt. Đa số các từ đơn và từ viết tắt là **danh từ** (675/1000) (67,50%) chỉ các tổ chức quốc tế, các loại bệnh tật, thuốc men, công nghệ, các loại hình giải trí,... như *APEC, ASEAN, CIA, Interpol, Iron Dome, IS,; container, marketing, PR, VAT, WB, WEF, MERS, oxy, bluetooth, catalogue, violin*; một số ít là **tính từ** (91/1000) (09,10%) chỉ các thuộc tính, phẩm chất sự vật, tình cảm con người, ... như *live, cool, cute, handsome, hot, manly, modern, nude, romantic, sexy, ...* và một vài từ **động từ** (62/1000) (06,20%) chỉ hoạt động như *comment, replay, repeat, scan, ...* Ví dụ:

Hai từ **hacker** và **show** là hai Danh từ tiếng Anh được giữ

nguyên từ loại gốc và làm chức vụ chủ ngữ (Hacker) và bổ ngữ (show) cho động từ “xâm nhập” trong câu tiếng Việt sau:

- *“Hacker xâm nhập show truyền hình trực tiếp?”* [Dân Trí ngày 07/03/2011, lúc 08:22].

Từ **hot** là tính từ tiếng Anh được giữ nguyên từ loại gốc và làm chức vụ định ngữ cho danh từ “ca khúc” trong câu tiếng Việt sau:

- *“Điểm danh 10 ca khúc hot nhất thế giới hiện nay”* [Kênh 14 ngày 23/04/2015, lúc 00:27].

Từ **scan** là động từ tiếng Anh được giữ nguyên từ loại gốc và làm vị ngữ trong câu tiếng Việt sau:

- *“IRIScan™ Book 3 scan mọi loại tài liệu với tốc độ cực nhanh, trong khi vẫn đảm bảo chất lượng lên tới 900 dpi”* [Kênh 14, 23/07/2013, lúc 16:00].

Tuy nhiên danh từ (hacker, show) đã không còn hình thái biểu hiện nghĩa ngữ pháp số ít hoặc số nhiều, tính từ (hot) không còn hình thái so sánh cực cấp (superlative) và động từ (scan) không còn hình thái số (ngôi thứ ba số ít, thời(hiện tại đơn))...

(2) Đặc điểm **Từ loại gốc bị chuyển từ loại và thay đổi cương vị ngữ pháp và trật tự từ**. Đặc điểm này xuất hiện với số lượng 170/1000 (17%) từ tiếng Anh chủ yếu là danh từ bị chuyển loại thành tính từ đứng ở vị trí phù hợp và đảm nhận cương vị ngữ pháp, chức vụ ngữ pháp mới của tính từ

trong câu tiếng Việt. Ví dụ:

- “4 kiều nữ ngoài 30 vẫn sở hữu khuôn mặt baby nhất xứ Hàn” [Hà Nội mới ngày 03/11/2014 lúc 08:30]

Danh từ *baby* chuyển loại thành tính từ đứng sau danh từ “khuôn mặt” và làm định ngữ cho danh từ “khuôn mặt”:

- “Đàm Vĩnh Hưng: Giờ Hồ Hà và Cường Đô la đang rất stress” [Giáo dục Thời đại ngày 13/02/2015 lúc 14:15]

Danh từ *stress* chuyển loại thành tính từ làm vị ngữ trong câu.

(3) Đặc điểm **Hình vị phụ thuộc - phụ nghĩa chuyển loại thành danh từ hoặc tính từ**. Đặc điểm này xuất hiện rất hiếm 2/1000 (0,02%) từ và chỉ có 2 hình vị-tiền tố tiếng Anh là anti- và super- chuyển loại thành Danh từ đứng ở vị trí sau các danh từ tiếng Việt và đảm nhận cương vị ngữ pháp, chức vụ ngữ pháp mới của danh từ trong câu tiếng Việt. Ví dụ:

- “Các hot girl lên tiếng về tình trạng **anti**, xúc phạm trên facebook” [Kênh 14 - 16/07/2013, lúc 13:10]

Bảng 2. Tóm tắt đặc điểm ngữ pháp của các từ ngữ tiếng Anh trên các báo, đài

	Từ loại gốc được giữ nguyên			Từ loại gốc (danh từ) bị chuyển từ loại và thay đổi cương vị ngữ pháp, trật tự từ	Hình vị phụ thuộc-phụ nghĩa chuyển loại	Tổng từ
	Danh từ	Tính từ	Động từ	Danh từ	Tiền tố-	4.
Báo giấy	297	35	27	53	1	413=41,3%
Báo mạng	378	56	35	117	1	587=58,7%
Tổng từ	675=67,5%	91=9,1%	62=6,2%	170=17,0%	2=0,2%	1000=100,0%

(4). Về ngữ nghĩa: Theo Nguyễn Văn Khang (2007:51-53, 339-345) và một số tác giả như Trần Thị Tính (2005:80-81), các từ ngữ ngoại lai có 5 đặc điểm ngữ nghĩa, qua khảo sát chúng tôi nhận thấy các từ ngữ tiếng Anh chỉ có 2 đặc điểm ngữ nghĩa như sau:

Đặc điểm **Giữ nguyên nghĩa**. Đặc điểm này chiếm số lượng lớn nhất 755/1000 (75%) từ ngữ tiếng Anh được phát âm nguyên gốc hoặc đồng hóa, phát âm đọc chữ viết tắt, được viết nguyên gốc hoặc viết có thay đổi biểu hiện ý nghĩa thuộc các lĩnh vực an ninh, quốc phòng, ngoại giao, y học, sức khỏe, công nghệ, kinh tế, giáo dục,... gồm 664 danh từ/1000, 56 tính từ/1000 và 35 động từ/1000 các từ ngữ như *OSCE, P5+1, PKK, SOM, USS, UUV, ODA, outright, PR, repos, TTP, GHSA, MERS, oxy, USCDC, clip, comment, CPU, 3D, Facebook, forward, Biogas, OIE, WWF, ETS, ICM, IELTS, top, VEF, ...* Ví dụ:

- Cùng với sự phổ biến của Wi-Fi dùng để phủ sóng kết nối Internet thì những ứng dụng chung quanh nó cũng được nhiều nhà khoa học hướng tới [Nhân dân điện tử ngày 12/6/2014, lúc 18:08]

Đặc điểm **Biến nghĩa**: Đặc điểm này xuất hiện với số lượng 245/1000 (24,50%) từ ngữ có ý nghĩa thuộc lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, giải trí, tâm sinh lý, tình tình, giới trẻ, công nghệ, sức khỏe,... biểu hiện ở một số 177/1000 (17,70%) Danh từ, hình vị tiền tố chuyển hóa thành danh từ như *anti, baby, body, hit, idol, massage, pro, room, sex, shock, sóc, sport, xi-po, stress, xi-trét, super, teen, tip, vitamin, ...* 41/1000 (4,10%) Tính từ như *cool, cute, handsome, hot, modern, offline, online, romantic, sexy, siêu, shoot*; 27/1000 (2,70%) Động từ như *book, delete, make up, repeat, stop, ...* Chúng tôi khảo sát đặc điểm này xuất hiện trong 2 phương thức biến nghĩa phổ biến như sau:

Thu hẹp nghĩa, tức là chỉ có một nét nghĩa của từ nước

Bảng 3. Tóm tắt đặc điểm ngữ nghĩa của các từ ngữ tiếng Anh trên các báo giấy, báo mạng

	Giữ nguyên nghĩa			Biến nghĩa			Tổng từ
	Danh từ	Tính từ	Động từ	Danh từ	Tính từ	Động từ	
Báo giấy	296	20	10	52	15	07	400=40,0%

ngoài được sử dụng. Ví dụ: **Idol** (danh từ) có các nghĩa 1) Hình ảnh một vị thần, thường khắc vào đá, gỗ và dùng làm vật cúng tế (tượng thần). 2) Người hoặc vật rất được yêu mến hoặc khâm phục (thần tượng) ... ← bị thu hẹp nghĩa còn dùng nghĩa “thần tượng”:

- “Vietnam **idol** 2014 cuộc thi tìm kiếm các tài năng ca hát trên khắp mọi miền tổ quốc nhằm tìm ra thần tượng âm nhạc đích thực.” [24H.com. ngày 15/7/2015 lúc 18:06]

Book (động từ): có các nghĩa 1) viết vào vở; ghi vào vở; 2) ghi tên người mua vé trước 3) ghi địa chỉ (để chuyển hàng); 4) giữ chỗ trước, mua vé trước ← bị thu hẹp còn nghĩa “mua vé trước”:

- “Chia tay, Dania Dilema Palsu đã không quên **book** vé phòng trước nhà Hiền” [Thế Thao, 22/02/2010]

Phát triển thêm nghĩa. Ví dụ: động từ *format* tiếng Anh có nghĩa là “**định dạng**” nhưng đã được người sử dụng phát triển thêm nghĩa mới là “**xác định, chỉnh đốn lại**” trong “**Hãy về pho-mét (format) lại cái đầu đi!**” (Nguyễn Văn Khang, 2007:343). Ví dụ: **Hot** (tính từ): Nóng bức, cay nồng, gây tranh cãi, hứa hẹn sự thành công, gây lý thú, thành thạo, tuyệt, giật gân, lạ, điều luyện → nghĩa mới là:

a) “**nổi tiếng**”:- “**Những sao nhí “chuẩn bị hot” trên màn ảnh Hàn**” *Kênh 14* ngày 01/06/2013, lúc 17:05]

b) “**thịnh hành**”:- “**Áo khoác bò nữ: Trào lưu HOT của bạn trẻ mùa thu**” [Phụ nữ, 20/10/2013]

c) “**bán chạy**”:- “**Điểm danh “hàng đang hot” trên thị trường ô tô Việt**” [Lao Động, 10/07/2014]

d) “**đẹp, có sức hút**”:- “**Hotgirl**” *An Japan, Quỳnh Anh Shyn “âm” điểm tốt nghiệp cấp 3 loại giỏi.* [Dân trí.com.vn ngày 14/6/2014 lúc 14:00].

Có thể biểu thị đặc điểm ngữ nghĩa báo giấy và báo mạng bằng Bảng 3 như sau:

Báo mạng	368	36	25	125	26	20	600=60,0%
Tổng từ	664=66,4%	56=5,6%	35=3,5%	177=17,7%	41=4,1%	27=2,7%	1000=100,0%

5. Đặc điểm lĩnh vực khái niệm

Qua khảo sát, chúng tôi nhận thấy số lượng các từ ngữ tiếng Anh được sử dụng trong những năm 2010-2015 thuộc các lĩnh vực ưu tiên sau:

5.1. Văn hóa - Giải trí (âm nhạc, thời trang, thể thao, trò chơi, mua sắm, du lịch, ẩm thực...)

Văn hóa - Giải trí (âm nhạc, thời trang, thể thao, trò chơi, mua sắm, du lịch, ẩm thực...) có 260 /1000 từ ngữ (26%). Ví dụ:

Lĩnh vực Âm nhạc có 80/1000 (08%) như các từ ngữ: *acrobat, bolero, dance electronic, Idol, karaoke, Kpop, MC, PR, rap, rapper, remix, rock, single, solo, studio,...* xuất hiện trong các cụm từ như *Nghệ sĩ nhào lộn (acrobat), Tình khúc bolero, Phong cách dance electronic thời thượng, Một fan hâm mộ, Gala trao giải, Cây ghi-ta Thân Trọng Nghĩa, Liên hoan guitar quốc tế dòng fingerstyle tại Việt Nam VNFS (Vietnam Fingerstyle Guitar Organization), Nhạc hip hop, Trung Quân Idol, ...*

Lĩnh vực Thể thao, trò chơi có 60/1000 (06%) như các từ ngữ *AFC, ASIAD, Asian Cup, bowling, boxing, champion, Champion League, casino, cup, (chiếc) Cúp, DANCE, U23, UEFA, world cup, wushu,...* xuất hiện trong các cụm từ Việt-Anh như *Liên đoàn Bóng đá Châu Á AFC, Trận derby, Trận play off, Đua thuyền rowing, Đại hội Thể thao Đông Nam Á SEA Games (The Southeast Asian Games), Liên đoàn bóng đá châu Âu (UEFA), Đội bóng U23,...*

Lĩnh vực Thời trang-Thiết kế có 70/1000 (07%) như các từ ngữ *beauty salon, catwalk, Miss World, Miss Globe International, model, nail, shoot, showbiz, style, street style,...* xuất hiện trong các cụm từ Việt-Anh như *Hình decal chào mừng, Miss Globe International Vietnam, Miss World VN, Giới Showbiz 8X, Những shoot hình thời trang,...*

Lĩnh vực Nhà hàng-Khách sạn-Du lịch-Mua sắm có 50/1000 (05%) như các từ ngữ *bar, beer, big sale, buffet, chocolate, city tour, cocktail, coffee, cotton, delay, fastfood, shopping, shopping sale, silk, size, siêu thị (supermarket), tip, tour, vaseline, wine,...* xuất hiện trong các cụm từ Việt-Anh, Anh-Việt như *Gel xịt tóc, Mùa "big sale", Đi metro (tàu điện ngầm), Mua đồ second hand, Mùa "shopping sale" tại Mỹ, Đi tour Mỹ,...*

5.2. Công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông

Công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông có 180/1000 từ ngữ (18%). Ví dụ: *bluetooth, catalogue, CD, CD-Rom, chat, chip, clip, comment, computer, copy, CPU, Robocon, robot, serie, sê-ri, sim, smartphone, SMS, spam, USB, video, web, website, yahoo, ...* xuất hiện trong những cụm từ Việt-Anh như: *Hình ảnh 3D, Cuộc thi Robocon (Robot và Contest), Công nghệ thông tin - truyền thông (ICT), Máy tính bảng laptop, Tin nhắn MMS (Multimedia Messaging Service) là dịch vụ tin nhắn đa phương tiện), Tài khoản online, Dịch vụ tin nhắn ngắn (SMS - Short Message Services), Trang web,*

5.3. An ninh - Chính trị - Ngoại giao - Quốc phòng

An ninh - Chính trị - Ngoại giao - Quốc phòng có

148/1000 từ ngữ (14,8%). Ví dụ: *ADIZ, APEC, ASEAN, CIA, COC, DOC, ECCC, EU, GCC, IAEA, Interpol, Iron Dome, visa,...* xuất hiện trong những cụm từ Việt-Anh như *Vùng nhận dạng phòng không (ADIZ), Bộ quy tắc ứng xử ở Biển Đông (COC), Tuyên bố về ứng xử của các bên ở Biển Đông (DOC), Tòa án quốc tế xét xử tội ác diễn ra dưới chế độ Khmer Đỏ ở Campuchia (ECCC), Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Hệ thống phòng thủ tên lửa Iron Dome (Vòm sắt), Nhóm Nhà nước Hồi giáo (IS), Tổ chức an ninh và hợp tác châu Âu (OSCE), Nhóm P5+1 (gồm Mỹ, Anh, Pháp, Nga, Trung Quốc và Đức).*

5.4. Kinh tế - Tài chính - Chứng khoán

Kinh tế - Tài chính - Chứng khoán có 145/1000 từ ngữ (14,5%). Ví dụ: *AiIB, Index, ISO, marketing, ODA, OECD, OPEC, outright, PPP, PR, repos, room, T+1, TPCP, TTP, VAT, WB, WEF, WTO, ...* xuất hiện trong những cụm từ Việt-Anh như *Ngân hàng Đầu tư Cơ sở hạ tầng châu Á (Asian Infrastructure Investment Bank, viết tắt: AIIB); Hợp đồng BCC (Hợp tác kinh doanh) → Business Cooperation Contract, Hợp đồng BOT (Xây dựng - Kinh doanh - Chuyển giao) → Build-Operation-Transfer, Hợp đồng xây dựng-chuyển giao (BT) → Build-Transfer, Hợp đồng BTO ((Xây dựng - Chuyển giao - Kinh doanh) → Build- Transfer - Operate, Giám đốc điều hành CEO (Chief Executive Officer), Điều kiện CIF, Hệ thống giao dịch trực tuyến E-BTS, Ngân hàng trung ương châu Âu (ECB), Dự án FDI, Hiệp định thương mại tự do (FTA), Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), ...*

5.5. Y-Dược-Sức khỏe-Bệnh tật-Thảm họa-Tai ương

Y-Dược-Sức khỏe-Bệnh tật-Thảm họa-Tai ương có 95/1000 từ ngữ (09,5%). Ví dụ: *antioxydant, canxi, carotin, cholesterol, dioxin, fat, GAVI, GHSA, HIV/AIDS, lycopene, xuất hiện trong những cụm từ Việt-Anh như Chất độc da cam/dioxin, Chất béo no (saturated fat), Không có chất béo (nonfat), Chất béo thấp (lowfat), Liên minh toàn cầu về vắc-xin và tiêm chủng (GAVI), Chương trình an ninh y tế toàn cầu (GHSA), ...*

5.6. Tâm sinh lý-Tuổi tác-Giao tiếp bạn bè-Phẩm chất

Tâm sinh lý-Tuổi tác-Giao tiếp bạn bè-Phẩm chất có 92/1000 từ ngữ (09,2%) như các từ *anti, baby, bái bai (bye bye), body, boyfriend, cool, cute, darling, fan, gay, girl, girlfriend, handsome, hit, hot, hotboy, hotgirl, kiss, like, LGBT, love, man, men (man), romantic, scandal, Sốc, xì-po, stress, sex, super, siêu, teen, tomboy, xuất hiện trong các cụm từ Việt-Anh, Anh-Việt như Hội nhóm anti "vô tội vạ", Khuôn mặt baby, Đành bái bai cái anh sự ngoài, Áo giac cool" (mát mẻ), Hình ảnh cực cool, Nhóm 365 hết "cute", Các fan nữ tuổi teen, 5 ca khúc hit, Những sao nhí "chuẩn bị hot" trên màn ảnh, Hot girl bóng chày VN, Cộng đồng LGBT (đồng tính, song tính, chuyển giới), Lê Thị Thúy 'men' (man), ...*

5.7. Nông - Lâm nghiệp - Sinh học - Khí hậu - Môi trường - Sinh thái

Nông - Lâm nghiệp - Sinh học - Khí hậu - Môi trường - Sinh thái có 40/1000 từ ngữ (04%). Ví dụ: *Biogas, cement, FAO, gas, IUCN, OIE, plastic, Richter, SA3, WWF, ...* xuất hiện trong những cụm từ Việt-Anh như *Tổ chức Nông lương Liên hợp*

quốc (FAO), Danh mục Đỏ IUCN, Tổ chức Thú y thế giới (OIE), Độ Richter, Cơ quan bảo vệ động vật hoang dã thế giới (WWF), Khu vực ưu tiên bảo tồn số một (Khu vực SA3),...

5.8. Giáo dục - Đào tạo

Giáo dục - Đào tạo có 40/1000 từ ngữ (04%). Ví dụ: ETS, ICM, IELTS, Ô-lim-pích, PDO, TOEFL iBT,

TOEIC, top, tốp, UNESCO, VEF,... xuất hiện trong các cụm từ Việt-Anh, Anh-Việt như ETS không hề cấp chứng chỉ IELTS, Toán học thế giới (ICM), Dự thi Ô-lim-pích Tin học quốc tế, Chương trình định hướng trước khi lên đường (PDO), ĐH tốp trên, Quỹ giáo dục VN (VEF),....

Có thể biểu thị các lĩnh vực khái niệm bằng Bảng 4 sau:

Bảng 4. Tóm tắt các lĩnh vực sử dụng các từ ngữ tiếng Anh trên các báo giấy, báo mạng

	Báo giấy	Báo mạng	Tổng	%
1. Văn hóa - Giải trí	90	170	260	26,0%
a. Lĩnh vực Âm nhạc	32	48	80	08,0%
b. Thể thao, trò chơi	28	32	60	06,0%
c) Thời trang- Thiết kế	25	45	70	07,0%
d) Nhà hàng- Khách sạn- Du lịch- Mua sắm	15	35	50	05,0%
2. Công nghệ thông tin, điện tử, viễn thông	77	103	180	18,0%
3. An ninh- Chính trị- Ngoại giao- Quốc phòng	65	83	148	14,8%
4. Kinh tế- Tài chính- Chứng khoán	50	95	145	14,5%
5. Y- Dược- Sức khỏe- Bệnh tật- Thẩm họa- Tai ương	32	63	95	09,5%
6. Tâm sinh lý- Tuổi tác- Giao tiếp bạn bè- Phẩm chất	36	56	92	09,2%
7. Nông- Lâm nghiệp- Sinh học- Khí hậu- Môi trường- Sinh thái	10	30	40	04,0%
8. Giáo dục- Đào tạo	12	28	40	04,0%
Tổng	302=30,2%	698=69,8%	1000	100,0%

Những lĩnh vực sắp xếp theo các lĩnh vực ưu tiên trong khảo sát so với những khảo sát trước đây đã phản ánh xu hướng nhà báo cố gắng sử dụng nhiều từ ngữ tiếng Anh phản ánh tình hình an ninh, chính trị, kinh tế, ngoại giao thế giới (42,80%), tiếp tục thông tin thêm về lĩnh vực công nghệ, điện tử (18%), lĩnh vực mà trước đây còn đang mới mẻ đòi hỏi phải thông tin nhiều. Tuy nhiên, nhà báo cũng vẫn đáp ứng thị hiếu giải trí, tâm sinh lý, tính cách của người đọc, người nghe, những người song ngữ có chiều hướng đang càng ngày quan tâm đến sử dụng tiếng Anh giao tiếp (35,20%).

6. Một số dự báo về tác động xã hội từ việc sử dụng các từ ngữ tiếng Anh trên báo giấy, báo mạng

Trên cơ sở phân tích đặc điểm ngôn ngữ nêu trên, chúng tôi dự báo có thể có một số tác động xã hội như sau:

6.1. Nhu cầu nâng cao nhận thức về tình hình trong nước và thế giới

Quá trình toàn cầu hóa, khu vực hóa trên thế giới chắc chắn đòi hỏi xã hội phải cập nhật thông tin càng nhanh càng có thể. Sự tăng cường nhận thức chung để có hành động chung trong xã hội về các vấn đề quốc tế tác động đến quốc nội là công việc cấp bách của nhiều cơ quan chức năng của Đảng và nhà nước, trong đó có vai trò báo chí, vai trò nhà báo. Nhà báo càng biết nhiều ngoại ngữ nhất là tiếng Anh sẽ có nhiều cơ hội cung cấp thông tin cập nhật và độc giả biết nhiều ngoại ngữ hơn sẽ dễ hiểu ý nghĩa của từ ngữ được sử dụng và càng dễ hội nhập. Để chuẩn bị cho nhu cầu càng ngày càng cao này, việc nhà báo sử dụng từ ngữ tiếng Anh nguyên gốc, đồng hóa phát âm, nguyên nghĩa, nguyên từ loại... chắc chắn không còn là hiện tượng xa lạ đối với độc giả song ngữ.

6.2. Nhu cầu bổ sung kiến thức mới

Càng hội nhập với thế giới, các tầng lớp nhân dân, các đối tượng độc giả càng mong muốn học hỏi nhiều hơn thông qua các sự kiện, các sản phẩm, các sáng kiến, các phát minh, các kết quả khoa học mới. Những giao lưu nghệ

thuật, những hoạt động giải trí, những hoạt động du lịch, những giới thiệu sáng tác, sản phẩm nghệ thuật mới thúc đẩy họ ham học hỏi, ham muốn được cung cấp thông tin và thông tin chính thống từ báo chí hàng ngày, hàng giờ qua đài, báo giấy, báo hình, báo mạng. Từ dự báo về nhu cầu bổ sung kiến thức mới, nhà báo cần sử dụng từ ngữ tiếng Anh chính xác thay vì sử dụng những từ ngữ chuyển dịch thiếu thận trọng, thiếu chính xác và chuyên tài không đầy đủ nội dung khái niệm mới. Việc sử dụng cách viết thành một cụm từ Anh-Việt hoặc Việt-Anh chắc chắn là xu hướng được độc giả đón nhận cao hơn vì vừa biết từ tiếng Anh chính xác biểu đạt khái niệm mới vừa làm quen với cách chuyển dịch sang tiếng Việt.

6.3. Tăng cường học tập và sử dụng tiếng Anh

Nhu cầu học tập và sử dụng giao tiếp tiếng Anh trực tiếp thông qua nghe, nói, đọc, viết, giao tiếp với người bản ngữ, đài, báo bản ngữ chắc chắn sẽ bùng nổ. Xu hướng giao tiếp chuyên mã, trộn mã và xu hướng thúc đẩy tiếng Anh tại Việt Nam trở thành một biến thể tiếng Anh quốc tế (Vietlish) đã manh nha bắt đầu từ những năm 1989-1990 khi đất nước mở cửa hội nhập và chính sách dạy-học ngoại ngữ được thúc đẩy nhanh hơn. Khả năng độc giả có trình độ tiếng Anh tốt mong muốn tiếp cận các sự kiện, các khái niệm mới của thế giới trên báo chí Việt nam bằng từ ngữ nguyên gốc không chuyển dịch ngày càng hiện thực hơn. Tác động dự báo này đòi hỏi nhà báo phải vô cùng cẩn thận trong việc phát âm, phiên âm, chuyển đạt ý nghĩa của các từ ngữ tiếng Anh trên báo chí sao cho độc giả cảm thấy nhà báo cũng có trình độ tiếng Anh và tiếng Việt giao tiếp viết, đọc chuẩn mực trong những bối cảnh, sự kiện trang trọng, nghiêm túc, nhưng cũng có khả năng sử dụng từ ngữ trong những bối cảnh, sự kiện có tính thông tục, ít trang trọng hơn.

6.4. Thúc đẩy việc chuẩn hóa

Nhằm thúc đẩy sử dụng ngoại ngữ dễ hội nhập nhưng cũng nhằm làm cho tiếng Việt ngày càng trong sáng, những chính sách, quy định chuẩn hóa thống nhất cách viết từ ngữ

tiếng Anh, chọn lựa từ tương đương thay thế, chuyển dịch ngày càng chính xác hơn càng được nhiều tầng lớp xã hội mong đợi được triển khai sớm. Điều này đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách ngôn ngữ phải vào cuộc khẩn trương hơn nữa và xác định rõ hơn những từ ngữ nào đã có thể là từ vay mượn chính thống để bổ sung vốn từ vựng tiếng Việt hiện nay. Việc phiên âm không chất quán, lạm dụng từ ngữ tiếng Anh khi tiếng Việt đã có từ tương đương, khi khái niệm được biểu hiện đã tồn tại tại Việt Nam và có từ ngữ đã được Việt hóa cần phải được chấn chỉnh triệt để. Lãnh đạo báo, đài trước mắt cũng cần có những quy định chặt chẽ để nhà báo có thể tuân thủ nghiêm ngặt hơn.

6.5. Vai trò nhà báo càng ngày càng được khẳng định

Vai trò của báo chí ngày càng được xã hội quan tâm hơn. Nhà báo vừa chịu trách nhiệm phản ánh các sự kiện kịp thời, chính xác, bằng ngôn ngữ chuẩn mực và bằng những từ ngữ tiếng Việt tương đương hoặc chuyển dịch trung thành ý nghĩa của các từ ngữ ngoài lai được chọn lựa tinh tế. Nhà báo còn giúp độc giả giải trí lành mạnh, giới thiệu những sản phẩm nghệ thuật nước ngoài bằng ngôn ngữ gần gũi với độc giả có tâm sinh lý phù hợp. Việc phân công nội dung, lĩnh vực của từng báo, đài phụ trách cùng với các phong cách ngôn ngữ thể hiện khi sử dụng từ ngữ nước ngoài càng nhắc nhở nhà báo phải thận trọng, phải nắm vững ngoại ngữ nhất là tiếng Anh. Những thái độ tích cực hoặc tiêu cực của công chúng đối với việc sử dụng và lạm dụng từ ngữ tiếng Anh trên báo chí cần phải được từng tòa báo, từng nhóm nhà báo trong từng lĩnh vực thông tin-giải trí cụ thể xem xét nghiêm túc. Theo chúng tôi, khi đất nước vẫn đang trong thời kỳ quá độ, khi còn nhiều lĩnh vực kiến thức của thế giới còn khá mới mẻ với nhận thức của chúng ta, khi tiếp xúc ngôn ngữ dẫn đến tiếp xúc văn hóa, giao lưu văn hóa, hội nhập văn hóa bùng nổ, việc sử dụng từ ngữ tiếng Anh của nhà báo cần phải được khuyến khích trong những khuôn khổ pháp quy nhằm lành mạnh hóa nhận thức của công chúng, bảo tồn văn hóa và ngôn ngữ dân tộc.

7. Kết luận

Trên đây chúng tôi chỉ phân tích đặc điểm ngôn ngữ và dự báo tác động xã hội của một ngữ liệu hạn chế 1000 từ ngữ tiếng Anh trên 17 báo giấy, báo mạng Việt Nam trong những năm 2010-2015. Qua khảo sát, chúng tôi nhận thấy xu hướng viết nguyên gốc các từ ngữ được sử dụng và đồng hóa phù hợp với người Việt càng bộc lộ mạnh. Từ loại của các từ ngữ được sử dụng chủ yếu là danh từ và nghĩa được giữ nguyên gốc nhằm biểu hiện chính xác đặc điểm của khái niệm hoặc sự kiện trong các lĩnh vực an ninh, chính trị, ngoại giao, quốc phòng, kinh tế, công nghệ, điện tử, y học, sức khỏe, giáo dục. Một số ít từ ngữ là danh từ, tính từ chuyển loại dẫn đến biến nghĩa bằng phương thức thu hẹp và phát triển nghĩa. Đặc điểm này chủ yếu xuất hiện ở các từ ngữ thuộc lĩnh vực tâm

sinh lý, tính cách thanh niên, văn hóa, giải trí... Từ các xu hướng viết nguyên gốc từ ngữ tiếng Anh, sử dụng từ loại gốc, giữ nguyên nghĩa các từ ngữ chúng tôi dự báo năm vấn đề có thể xuất hiện mà nhà báo cần quan tâm trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đỗ Thùy Trang, Từ ngữ tiếng Anh trên báo chí tiếng Việt, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Quảng Bình, T4, S1, 2015.
- [2] Hymes, D., *The Ethnography of Speaking*, in *trong Readings in the Sociology of Language*, J.A.Fishman (chủ biên), The Hague: Mouton 1968.
- [3] Moradi, Hamzeh, A Survey on Code-Mixing, Code-Switching, Language Alteration and Interference, *Indian Journal of Applied Research*, India, Vol 4, Issue 10, Oct. 2014
- [4] Muysken, Pieter, *Bilingual Speech: A Typology of Code-Mixing*, CUP, 2000.
- [5] Myers-Scotton, C., *Social motivation for code-switching*, Oxford: Clarendon Press, 1993.
- [6] Ngô Hữu Hoàng, Về hiện tượng tiếng Anh của người Việt hay Vietlish, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Chuyên san Nghiên cứu nước ngoài*, tập 29, số 3, 2013.
- [7] Nguyễn Tài Thái, Việc dùng từ ngữ nước ngoài trên báo chí hiện nay: Nghiên cứu trường hợp sử dụng từ tiếng Anh trên báo in và báo điện tử, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học quốc tế: Ngôn ngữ học Việt Nam trong bối cảnh đổi mới và hội nhập*, 2014.
- [8] Nguyễn thị Mỹ Trang, *Vấn đề "tiếng Anh vừa là cơ hội, vừa là thách thức" – tiếp cận từ lý thuyết tiếp xúc ngôn ngữ*, in *trong Tiếp xúc ngôn ngữ ở Việt Nam*, Viện KHXH Việt Nam, Viện KHXH Vùng Nam bộ, 2005.
- [9] Nguyễn Văn Khang, *Từ ngoại lai trong tiếng Việt*, NXB Giáo dục, 2007.
- [10] Spolsky, Bernard, *Sociolinguistics*, OUP, 1998.
- [11] Thái Duy Báo, Vay mượn, chuyển di, chuyển mã, hòa mã và thích ứng: thực tiễn tiếp xúc ngôn ngữ của tiếng Việt ở châu Úc, *Hội thảo: Đào tạo và nghiên cứu ngôn ngữ ở Việt Nam: những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Trường ĐHKHXH&NV – ĐHQGHN, 2011.
- [12] Thomason, Sarah G., *Language Contact*, Edinburgh University Press, 2001.
- [13] Trần Văn Phước, *More than just a description of Vietnamese-English*, Institute for Applied Language Studies 8th IALS Symposium, Edinburgh, Great Britain, 2000.
- [14] Trần Văn Phước, *Is there a Vietnamese-English in International Communication in Vietnam?*, The First Asia TEFL International Conference, Korea, Nov. 7th-9th, 2003.
- [15] Trần Văn Tiếng, *Mấy nhận xét về những từ gốc Anh trong tiếng Việt và tiếng Hàn*, Những vấn đề ngữ văn (Tuyển tập 40 năm nghiên cứu khoa học của Khoa VH&NN Hàn Quốc), Trường ĐHKHXHNV TP Hồ Chí Minh, cập nhật ngày 9/5/2015.
- [16] Trần thị Mai Đào, Hiện tượng dùng chêm tiếng Anh trên một số tạp chí dành cho thanh thiếu niên Việt Nam, *Ngôn ngữ và Đời sống*, 10 (168), 2009.
- [17] Trần Thị Tinh, *Việt hóa từ tiếng Pháp, tiếng Anh trên báo chí tiếng Việt hiện nay*, in *trong Tiếp xúc ngôn ngữ ở Việt Nam*, Viện KHXH Việt Nam, Viện KHXH Vùng Nam bộ, 2005.
- [18] Wardhaugh, R., *An Introduction to Sociolinguistics*, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA, 2003.
- [19] Weinreich, Uriel, *Languages in Contact*, The Hague: Mouton, 1953, in lại năm 1968.

(BBT nhận bài: 15/08/2015, phản biện xong: 25/08/2015)