

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

CHUYỂN MÃ GIỮA TIẾNG VIỆT VÀ TIẾNG ANH NHƯ MỘT CÔNG CỤ GIAO TIẾP Ở NƠI LÀM VIỆC

VIETNAMESE ENGLISH CODE-SWITCHING
AS A COMMUNICATION DEVICE AT WORKPLACES

LƯU QUÝ KHƯƠNG

(PGS.TS; Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng)

TRẦN THỊ THANH PHÚC

(Trường Village of Hope)

Abstract: Code-switching, the alternate use of more than one language in a discourse, has been explored in many diverse fields such as sociolinguistics, anthropology, psycholinguistics and even in language teaching and learning. This study mainly focuses on code-switching between Vietnamese and English as a communication device in conversations at workplaces. The study was conducted by means of observations, interviews, recordings and questionnaires on 200 participants from 20 companies, offices and workplaces in Hue, Da Nang city and Quang Nam province. The functions of code-switching that triggered speaker's use of English in communication process was descriptively explained. Research shows how CS operates and what impact it has on conversational processes. It is concluded that speakers use code-switching as a valuable linguistic strategy to achieve certain communicative goals. The study is hoped to contribute a small part to the field of sociolinguistics, especially to the field of code-switching.

Key words: Code-switching; communication device; function; workplaces; the field of sociolinguistics.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, tiếng Anh được xem là công cụ hữu ích và hiệu quả để giao tiếp trong xã hội. Theo xu hướng đó, chuyển mã sang tiếng Anh (CMTA) trong hội thoại của người Việt ngày càng phổ biến trên nhiều lĩnh vực: từ cuộc trò chuyện hằng ngày đến các tin tức trên truyền hình, báo, tạp chí, trong các hoạt động xã hội và ngay cả ở nơi làm việc. Dưới đây là một số ví dụ về CMTA.

(1) “Xin *research* ở Úc thì bắt buộc phải có *nominated supervisor* và *proposal* đi kèm với *application form*. Cái *express of interest* cần ghi *academic result* và đặc biệt quan trọng là *funding*” [20].

(2) “Em muốn *apply* vào công ti thì cần những *skill* gì?” [20].

(3) “Công ti đó *complain*, mình đã *explain* cái giá *fix* rồi mà họ vẫn kêu *expensive*” [21].

Thoạt đầu, người ta nghĩ rằng bản chất của CM là tự phát hoặc do thói quen sinh ngoại nhưng các nhà nghiên cứu ngôn ngữ lập luận rằng chuyển mã (CM) là một hoạt động có mục đích, nghĩa là có những chức năng và ý định cụ thể khi thực hiện hành vi này [7], [11], [13]. Dựa vào dữ liệu thu thập từ 11 trang thông tin điện tử, thu âm, bảng câu hỏi trên 200 khách thể nghiên cứu, bài này giúp người đọc hiểu rõ hơn về chuyển mã giữa tiếng Việt và tiếng Anh như một công cụ giao tiếp, một hiện tượng ngôn ngữ xã hội học trong thời hội nhập quốc tế nhằm tăng tiến khả năng giao tiếp ngôn ngữ tại nơi làm việc, đồng thời góp phần hạn chế những tác động tiêu cực có thể có của CMTA trong việc giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt.

2. Lịch sử vấn đề nghiên cứu

Cho đến nay, ngôn ngữ học đã có không ít công trình nghiên cứu về chuyển mã. Auer [1] nghiên cứu chuyển mã và ảnh hưởng của nó lên sự tương tác ngôn ngữ và bản sắc dân

tộc. Scotton [15] đã tìm ra chức năng và động cơ xã hội của hiện tượng CM. Gal [5] chứng minh CM thể hiện tính chất nội nhóm, ngoại nhóm giữa các nhóm xã hội. Ngoài ra, Gumperz [8], Scotton [14], Romaine [17] khẳng định rằng người nói song ngữ hoặc đa ngữ sử dụng CM như một chiến lược để đạt được mục tiêu giao tiếp nhất định. Thái Duy Bảo [3] nghiên cứu trường hợp cộng đồng người Việt tại Úc và cho rằng CM là một phương cách khẳng định cá tính. Hồ Thị Kiều Oanh [16] khảo sát cách sử dụng CM trên các mạng xã hội của sinh viên tại đại học Đà Nẵng. Khác với những công trình vừa nêu, bài viết này tập trung vào các chức năng của CM giữa tiếng Việt và tiếng Anh trong giao tiếp tại các nơi làm việc (NLV).

3. Một số khái niệm liên quan đến chuyển mã

3.1 Khái niệm về mã

Theo Gardner-Chloros [6:11], “Mã là một thuật ngữ dùng trong chuyên ngành công nghệ thông tin, đề cập đến một cơ chế dẫn truyền tín hiệu giữa các hệ thống, tương tự như việc chuyển đổi ngôn ngữ trong giao tiếp của các cộng đồng song ngữ”.

3.2 Khái niệm về chuyển mã

Auer [1:1] đưa ra định nghĩa “Chuyển mã là sự luân phiên sử dụng hai hay nhiều ngôn ngữ trong giao tiếp” hay “Chuyển mã là kết quả của việc chuyển từ một ngôn ngữ này sang một ngôn ngữ khác trong quá trình giao tiếp”. Xét các ví dụ sau:

(4) “Bữa nọ, mình bệnh quá, đi làm hết nổi, thành ra phải *call in sick* rồi nhờ người đưa đi bác sĩ đấy!” [22].

(5) “Ngủ nhiều quá đấy. Dậy đi! *Now, get up!*” [22].

Qua hai ví dụ trên, ta thấy người nói sử dụng một chuỗi phát ngôn tiếng Việt và chủ định chèn tiếng Anh vào. Theo Cheng và Butler [4] trong quá trình luân phiên giữa hai ngôn ngữ, một ngôn ngữ đóng vai trò chủ

đạo còn ngôn ngữ kia gắn chặt và phụ thuộc vào ngôn ngữ chính. Scotton [15] đưa ra lý thuyết ngôn ngữ ma trận (The Matrix Language Frame Model) [15] như sau:

Trong chuyển mã, hai ngôn ngữ không ngang bằng về thứ bậc mà giữ vai trò khác nhau: Ngôn ngữ nền (matrix language) mang chức năng hình thái cú pháp trong câu; Ngôn ngữ gán vào (embedded language) cung cấp các thành tố phụ chèn vào ngôn ngữ nền. Ví dụ:

(6) “Xe thư bưu điện đến rồi đi/Ngoài *Coupons* ra chẳng có gì/Bạn tới chúc xuân khui nước ngọt/*Buy one* ngoài chợ *get one free*” [22].

Trong ví dụ (6), ta thấy các từ “*coupons*” (phiếu mua hàng), “*buy one*” (mua một), “*get one free*” (tặng một) là những từ tiếng Anh gán vào một bài thơ tiếng Việt. Như vậy, tiếng Việt là ngôn ngữ nền còn tiếng Anh là ngôn ngữ gán vào để cung cấp các thành phần chèn vào trong câu.

4. Các chức năng của chuyển mã

4.1. Chuyển mã để nói về một chủ đề cụ thể

Người nói thấy tiện lợi hơn khi bày tỏ cảm xúc hoặc bàn luận về chủ đề nào đó bằng ngôn ngữ khác với tiếng mẹ đẻ. Xét ví dụ sau:

(7) “Em có nên gửi mail để hỏi xin *research documents* không ạ? Theo kinh nghiệm của các anh chị thì các giáo sư có sẵn sàng *share* những tài liệu này không ạ?” [20].

(8) “Xin *research* ở Úc thì bắt buộc phải có *nominated supervisor* và *proposal* đi kèm với *application form*. Việc đầu tiên mà chị phải làm là gửi một bản *express of interest* đến khoa hay viện mà chị muốn làm....” [20].

Trong (7) và (8), người nói sử dụng các ngữ tiếng Anh “*research documents*”, “*share*”, “*nominated supervisor*”,

“*proposal*”, “*application form*”, “*express of interest*” không phải vì thiếu các ngữ tương đương bằng tiếng Việt. Thực sự, người nói không dùng các ngữ “*tài liệu nghiên cứu*”, “*chia sẻ*”, “*người hướng dẫn đề tài được chỉ định*”, “*thư ngỏ*”, “*đơn xin học*” hay “*diễn giải về các ý định nghiên cứu*” tương ứng với các ngữ tiếng Anh trên. Thông thường, người biết song ngữ đang giao tiếp bằng ngôn ngữ thứ hai đột nhiên muốn nhấn mạnh phát ngôn thì sẽ chuyển sang tiếng mẹ đẻ và ngược lại. Trong trường hợp này, người cố vấn du học chủ tâm chen tiếng Anh vào phát ngôn vì đa số các mẫu đơn và giấy tờ liên quan đến du học, làm việc hoặc định cư nước ngoài đều sử dụng tiếng Anh. Không nhất thiết phải tốn thời gian để dịch các ngữ này sang tiếng Việt. Hiển nhiên nếu muốn đi du học thì người nghe phải hiểu và thường dùng các thuật ngữ này. Chen tiếng Anh trong tình huống này sẽ thuận tiện, tiết kiệm thời gian cũng như nhấn mạnh phát ngôn hơn dùng các ngữ tiếng Việt tương đương. Qua khảo sát, mức độ chen tiếng Anh trong các lĩnh vực du học hay xuất nhập cảnh có tần suất cao hơn nhiều so với các lĩnh vực khác.

4.2. Chuyển mã để thiết lập mối quan hệ xã hội

Trong tiếng Việt, căn cứ vào độ tuổi, cấp bậc, mối quan hệ gia đình hay xã hội mà người ta xưng hô ngôi thứ như *anh, chị, em, chú, bác, cô, cậu*... Tuy nhiên, theo Halliday [9], cách dùng đại từ tiếng Anh lại căn cứ vào số và ngôi (*I, we, you, they, he, she, it*). Trong một số trường hợp, người nói chen các đại từ tiếng Anh nhằm thu hẹp mức độ chênh lệch về tuổi tác hay vị trí xã hội và thiết lập mối quan hệ bình đẳng.

(9) “Hi. You khỏe không? I có chuyện này hay muốn *tell you* mấy bữa nay nè... Wow, áo *cute* quá!” [30].

(10) “You muốn me talk about what?” [30] (Em muốn anh nói về vấn đề gì đây?).

Trong các ví dụ trên, người nói tránh dùng đại từ “tôi, cậu” hoặc “chị, em” và chuyển sang đại từ “I”, “you”. Việc sử dụng các đại từ tiếng Anh có thể tránh được sự phân chia cấp bậc và cân bằng các mối quan hệ xã hội giữa những người đối thoại [9]. Thái Duy Bảo nhận định, “*trong tiếng Việt, dù một lỗi nhỏ trong cách xưng hô hoặc sự lơ lửng trong giao tiếp là điều khó mà chấp nhận*” [3:44]. Lẽ đó, người nói đôi lúc dùng đại từ tiếng Anh tạo được sự gần gũi, thân thiện trong cách xưng hô, từ đó đạt được mục đích giao tiếp nhất định.

4.3. Chuyển mã khi sử dụng thuật ngữ hoặc từ viết tắt

Một chức năng quan trọng của CM là lấp đầy các khoảng trống về từ vựng trong giao tiếp [1]. Qua khảo sát đã cho thấy thuật ngữ và từ viết tắt các ngành kỹ thuật, kinh tế, chính trị xuất hiện với tần suất cao trên các phương tiện thông tin đại chúng, trong công việc cũng như trong lời nói hằng ngày.

a) Thuật ngữ và từ viết tắt thuộc ngành điện tử

(11) “Em nghe mấy bác tư vấn phải độ dây *line-in*, xe em vẫn còn dùng *cassette*. Còn nếu FM thì bác đang dùng loại nào vậy?” [23].

(12) “Bạn phải mua dây RCA để gắn và chuyển sang chế độ AUX ở dàn. Nếu dàn không có ngõ vào phụ, bạn có thể biến cổng kết nối CD thành ngõ vào cho *iPod*” [23].

(13) “màn hình LCD, dòng AC, mạch IC, bản mạch *chipboard*, đèn LED” [23].

b) Thuật ngữ và từ viết tắt thuộc ngành công nghệ thông tin (CNTT)

(14) “Em đang dùng ổ chuyển âm thanh từ USB sang FM phát ra loa đây. USB của em 1GB nên *copy* thoải mái, không thích lại đút vào *laptop update* luôn” [23].

(15) “Bạn có thể đổi lại tên *font* chữ y như cách đổi lại tên *New Menu* đã trình bày ở trên *copy* tập tin *Normal.doc*” [24].

(16) “*laptop, update, file, font, menu, edit, view, mail, print, power key, ROM, RAM, mạng LAN, CPU, program, browser, software application, voice, data, YouTube Downloader, Google Video, Yahoo, Iphone, PSP, Windows Media, Xvid, MP3, Flash*” [25].

Tiếng Anh cho CNTT có vốn từ vựng đặc trưng riêng. Một số thuật ngữ tiếng Anh được dùng nhiều hơn so với phiên bản tiếng Việt tương đương vì ngay cả khi dịch qua tiếng Việt thì những thuật ngữ chuyên ngành này vẫn mơ hồ và có thể khiến cho người nghe hiểu sai nội dung thông tin. Một lí do khác là nhân viên làm việc trong lĩnh vực CNTT đều hiểu và dùng tiếng Anh với các thuật ngữ và từ viết tắt này nên việc chèn các thuật ngữ tiếng Anh dần trở thành thói quen, kiệm lời và hiệu quả hơn trong giao tiếp.

c) *Thuật ngữ và từ viết tắt thuộc ngành kinh tế, chính trị, xã hội*

(17) “Việt Nam đảm nhận thành công vai trò chủ tịch ASEAN trong năm ASEAN 2010” [26].

(18) “Các nước này đặt ra các luật chơi cho phần còn lại của thế giới khi tham gia IMF, WB, WTO” [26].

(19) “Kí hiệp định khung với EU năm 1995, tham gia diễn đàn hợp tác Á - Âu (ASEM) năm 1996, diễn đàn APEC năm 1998” [26].

Những ví dụ trên cho thấy người nói sử dụng trực tiếp các thuật ngữ và từ viết tắt bằng tiếng Anh bởi các thuật ngữ này ngắn gọn, súc tích. Người đối thoại sẽ phản ứng kịp thời với thông tin. Nếu dịch các cụm từ này ra tiếng Việt thì sẽ mất thời gian và có độ chênh lệch về nghĩa nhất định. Mục đích quan trọng trong giao tiếp là đưa ra thông tin

chính xác với cách diễn đạt hiệu quả nhất. Bằng cách chuyển mã sang tiếng Anh, người nói tránh được sự diễn đạt dài dòng và tốn nhiều thời gian.

4.4. *Ưu tiên sử dụng tiếng Anh*

Một điều đáng ngạc nhiên rằng dù cho tiếng Việt đã có các cụm từ tương đương nhưng người dùng vẫn chèn các từ tiếng Anh vào trong phát ngôn của mình.

(20) “Anh *book* phòng ạ? Anh chọn *single* hay *double room*. Anh *sure* rồi chứ? Anh có thể *fix* lịch chính xác ngày đến được không? Trong trường hợp máy bay *delay* hoặc thay đổi kế hoạch anh phải *confirm* lại cho em” [28].

(21) “thời trang *nude, live show, topic, update*” [29].

Trong các ví dụ trên, các cụm từ *single room* (phòng đơn), *double room* (phòng đôi), *sure* (chắc), *fix* (cố định), *delay* (hoãn chuyến), *confirm* (xác nhận), *nude* (khỏa thân), *live show* (buổi biểu diễn được truyền hình trực tiếp), *topic* (đề tài), *update* (cập nhật) đều có nghĩa tiếng Việt tương đương nhưng người dùng vẫn chèn tiếng Anh vào phát ngôn. Họ cho rằng các cụm từ này quá phổ biến trên các phương tiện truyền thông như truyền hình, báo, tạp chí hoặc trên Internet nên “*lựa chọn CM hay không tùy ý người dùng miễn sao đạt được mục đích giao tiếp nhất định*” [17:143].

4.5. *Chuyển mã để sử dụng các danh từ riêng*

Theo Hoàng Tuệ [18], “*những tên riêng, tên của những người, những sông núi, thành phố không phải ở nước mình mà ở nước ngoài. Nội dung và hình thức của những tên riêng này là ngoại trong ý thức của người bản ngữ, và giá trị thông tin văn hoá của chúng chính là ở bản chất ngoại đó*”. Không thể phủ nhận rằng tiếng Anh là ngôn ngữ quốc tế nên các sản phẩm và dịch vụ được biết đến nhiều nhất bằng tiếng Anh như:

Sunsilk, Rejoice, Comfort, điện thoại Apple, vàng SJC, bạc PNJ, sữa Ensure, Dialac Mama, Kentucky Fried Chicken, YouTube, Facebook, Highlands Coffee, thực phẩm chức năng Amway...Giá trị thông tin văn hoá của các danh từ riêng chính là ở bản chất ngoại đó. Với ý muốn duy trì hình thức vốn có của chúng bằng tiếng Anh, người sử dụng đã không dịch chúng sang tiếng Việt mà chèn chúng vào phát ngôn tiếng Việt khi cần thiết.

Ngoài những tên riêng đó ra còn có những từ mà người bản ngữ muốn dùng với hình thức ngoại của chúng để thông tin về nội dung có sắc thái ngoại độc đáo.

(22) “Nhưng quả là so với sự ra mắt khủng của *The Voice*, người ta lại thấy nhạt vì cái lỗi mòn đi sâu vào thẩm họa âm nhạc của *Vietnam Idol*” [27].

(23) “Thí sinh *Vietnam’s Next Top Model* lên sân khấu đi dép lê hay mặc quần áo bị hở nội y đã bị giám khảo xạc cho một bài” [27].

4.6. Chuyển mã để sử dụng thán từ và các liên kết câu

Thán từ được chèn vào trong câu dùng biểu lộ cảm xúc vui sướng, bất ngờ, bức bối...Các thán từ “*Hey, Well, Look, Ok, Damn, Shit*”, các từ nối “*so, and*” hay các ngữ chuyển tiếp “*you know, by the way, you see, anyway, tell you what, you know what*” [3], chúng không có giá trị ngữ pháp nhưng được dùng thường xuyên, đặc biệt là trong văn nói. Sự chuyển đổi ngôn ngữ thường bắt đầu bằng những cụm từ này. Tuy nhiên, người nói không chủ ý chèn các yếu tố liên kết này mà nó là kết quả của diễn biến tâm lý được xen vào trong phát ngôn.

(24) *Damn!* Cuộc họp chiều nay vào lúc 3 giờ, chắc chuẩn bị report không kịp rồi! [31].

(25) *Wow! Wow!* Vậy thì tốt quá rồi! [32].

(26) *Hey, what are you doing? Everything is OK?* [33].

(27) *Well*, giờ mọi việc đã chuẩn bị xong xuôi, khỏe! [34].

(28) So, bây giờ chỉ còn chờ *reply* của công ti bên đó nữa là xong hả chị? [35].

Xét các ví dụ trên, toàn bộ nội dung thông tin bằng tiếng Việt được liên kết bởi các liên từ tiếng Anh “*damn, wow, hey, well, so*” để thu hút sự chú ý của khán giả trước khi chuyển sang chủ đề của cuộc thảo luận. Theo Scotton [13], cách chèn tiếng Anh này thường dùng ở đầu câu hoặc cuối câu như một chiến lược nhằm nhấn mạnh phát ngôn, thu hút sự chú ý của người nghe để chuyển tải tiếp các thông tin khác.

4.7. Chuyển mã để loại trừ người khác

Đôi khi người nói muốn chuyển tải thông tin với người/nhóm người này mà không muốn cho người/nhóm người khác đang có mặt biết nên người nói chủ động chuyển mã sang ngôn ngữ mà chỉ những người trong cuộc mới biết.

(29) *Du khách nước ngoài*: “This bracelet is very beautiful. I want to buy it for my daughter. How much is this bracelet?”.

Hướng dẫn viên nói với người bán hàng: “Vòng đeo tay này làm bằng gì vậy, thầy cũng được, bao nhiêu vậy chị?”.

Người bán hàng: “Vòng này đeo đẹp lắm em, dây bằng bạc có đính pha lê. Chỉ hàng chị có thôi. Em nói ông Tây 500 ngàn rồi có gì chị em mình tính sau!”.

Hướng dẫn viên nói với du khách nước ngoài: “Do you really want that bracelet? It is very nice and it is made of silver, so it costs 50 dollars. I think it deserves”. (Ông thực sự thích chiếc vòng này chứ? Nó trông rất đẹp và làm bằng bạc giá 50 đô. Tôi nghĩ đúng giá đó).

Du khách nước ngoài: “No problem, I buy it” (Được thôi. Tôi mua nhé.) [36].

Trong đoạn trích, hướng dẫn viên là người duy nhất biết song ngữ Anh Việt. Một mặt, ông nói chuyện với khách du lịch bằng

tiếng Anh để loại trừ cô bán hàng ra ngoài cuộc đàm thoại hoặc tránh bị nghe lén. Mặt khác, người hướng dẫn nói chuyện với cô bán hàng bằng tiếng Việt vì không muốn người khách du lịch biết thông tin về giá cả. Bằng cách chuyển mã giữa tiếng Anh và tiếng Việt một cách khéo léo, người hướng dẫn loại trừ các bên và hưởng lợi nhiều nhất trong cuộc mua bán này. Chức năng của CM để loại trừ những người không nói được ngôn ngữ thứ hai. Theo mô hình đánh dấu (The Markedness Model) của Scotton [14], người biết song ngữ áp dụng lựa chọn đánh dấu (marked choice) để loại trừ người thứ ba. Người nói sử dụng CM để thay đổi người tham gia, lựa chọn đối tượng giao tiếp, loại trừ người thứ ba không cần thiết trong cuộc nói chuyện [2].

4.8. Chuyển mã để lặp lại thông tin

Theo Gumperz [8], lặp lại là nhắc lại một phần hay toàn bộ thông tin trong phát ngôn. Sự lặp lại này có hai chức năng: thứ nhất để làm rõ ý thông tin, thứ hai để nhấn mạnh phát ngôn.

(30) “Mua sắm, *shopping* ở những cửa hàng trong khu chợ đêm vừa thú vị vừa hợp với túi tiền của khách du lịch khi đến Đà Nẵng. Để có một *motivation* cho du khách thì công ti chúng ta phải chú trọng đến điểm này” [37].

Trong ví dụ trên, người nói muốn làm rõ lời của mình bằng cách sử dụng “mua sắm” và “shopping” để chỉ cùng một thông điệp. Thông thường, một thông điệp bằng ngôn ngữ nguồn sẽ được dịch và lặp lại ở ngôn ngữ đích để nhấn mạnh phát ngôn.

4.9. Chuyển mã để trích dẫn

Trích dẫn là một chức năng phổ biến của CM. Một từ, cụm từ, câu tục ngữ, ngạn ngữ, đoạn thơ, văn... được trích nguyên bản từ ngôn ngữ đích sẽ tạo ấn tượng mạnh mẽ và nhấn mạnh phát ngôn hơn là dịch ra bằng ngôn ngữ nguồn.

(31) “Khi em vào làm ở công ti này thì phải *Do as the Romans do*” [38] (Khi em vào làm ở công ti này thì phải *nhập gia tùy tục*).

Trong ví dụ trên, thay vì dùng tiếng Việt, người nói trích dẫn một thành ngữ tiếng Anh nổi tiếng đưa ra lời khuyên cho một nhân viên mới phải tuân theo các quy định trong môi trường làm việc mới. Một số trường hợp, người nói sử dụng tiếng Anh để trích dẫn tên sách, lời bài hát có nguồn gốc từ lịch sử nước Anh.

(32) What about sunrise? What about rain? What about all the things that you said we were to gain?...Lời bài hát này sâu sắc nhỉ. Đồ you biết bài này là ai đang hát?

Đây là bài Earth Song của Michael Jackson chứ gì. Sắp tới công ti mình sẽ có giao lưu ca nhạc với công ti X về chủ đề môi trường đó. You tập bài này hát trong dịp này được đấy.

Thôi, khó lắm. Chỉ thích nghe thôi, tui không thích làm famous person đâu. [39]

4.10. Chuyển mã để nhấn mạnh các từ, cụm từ trọng tâm

Trong các giao tiếp tiếng Việt hằng ngày đôi khi người ta chuyển mã ở các từ, cụm từ trọng tâm có ý nghĩa biểu cảm cao để tạo ra một hiệu ứng ấn tượng nhằm thu hút sự chú ý của người nghe.

(33) “Tuổi *teen*, *hot girl*, *hot boy*, rất *hot*, *idol*, *catwalk*, *fair play*, *street-style* mùa đông, *update xì-tai shorts* cho mùa đông, đồ siêu *cute* với *ankle boots*, gây *shock*, *mini-skirts* sắc màu, theo xu hướng *bodysuit*” [29].

Ở ví dụ trên, người dùng có chủ ý chèn tiếng Anh để nhấn mạnh thông tin. Trong đó, tiếng Việt là ngôn ngữ nền (the matrix language) và tiếng Anh là ngôn ngữ gán vào (the embedded language). Theo Jacobson [12], sắc thái biểu cảm sẽ đạt được thông qua việc sử dụng CM để chèn các từ khóa nổi bật vào ngôn ngữ nền tạo ra tính chuyên

dụng và thích hợp hơn cho người biết song ngữ.

5. Tần suất sử dụng các chức năng của chuyển mã giao tiếp ở nơi làm việc

Chức năng của chuyển mã trong giao tiếp	Số lượng người chọn	Tỉ lệ phần trăm (%)
Để dùng trong một đề tài cụ thể	60	30
Để thiết lập mối quan hệ xã hội	58	29
Để sử dụng thuật ngữ hoặc từ viết tắt	190	95
Ưu tiên dùng tiếng Anh	82	41
Để trình bày yếu tố văn hóa của danh từ riêng	150	75
Để sử dụng thán từ và các liên kết câu	52	26
Để loại trừ người không liên quan ra khỏi cuộc nói chuyện	24	12
Để lặp lại thông tin	90	45
Để trích dẫn	112	56
Để nhấn mạnh các từ, cụm từ trọng tâm	136	68%

6. Kết luận

Hiện tượng CMTA diễn ra khá phổ biến trong giao tiếp ở nơi làm việc khi nhiều người có một năng lực ngoại ngữ nhất định. Những điều đã trình bày cho thấy rằng CM có thể là một công cụ hữu ích cho việc duy trì và tăng cường hiệu quả giao tiếp. Hơn nữa, CMTA được khai thác triệt để khi tiếng Việt không có từ hoặc cụm từ tương đương để diễn đạt. Ngoài ra, người dùng có mục đích xây dựng bản sắc nhóm và một môi trường làm việc chuyên nghiệp trong đó tiếng Việt và tiếng Anh có thể được sử dụng luân phiên để truyền đạt các thông tin được chính xác. Theo Wardhaugh [19:103], “Các chức năng CM như tạo liên kết nhóm, thích hợp cho từng chủ đề giao tiếp, thu hẹp khoảng cách xã hội, tất cả cùng nhau đóng một vai trò quan trọng trong sự lựa chọn chuyển mã”. Tuy nhiên, Halmari [10:115] cho rằng: “việc sử dụng chuyển mã phụ thuộc phần lớn vào đối tượng giao tiếp, bối cảnh và thời điểm giao tiếp cũng như nội dung thông tin cần truyền tải”. Thật vậy, nếu CMTA bị lạm dụng một cách thái quá sẽ gây tác động tiêu cực, làm mất sự trong sáng

của tiếng Việt. Muốn phát huy tính tích cực, linh hoạt và hiệu quả trong CMTA thì người dùng phải căn cứ vào đối tượng, thời điểm và nội dung giao tiếp. Nếu được dùng đúng người, đúng nơi, đúng chỗ thì CM trở thành một lợi thế cho người biết song ngữ, một phương tiện hỗ trợ giao tiếp chứ không phải là một trở ngại cho giao tiếp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Auer, P. (1984), *Bilingual conversation*, Benjamins, Amsterdam.
2. Auer, P. (1998), *Code-switching in conversation. Language, interaction and identity*, Cambridge University Press, Cambridge.
3. Thái Duy Bảo (2008), *Codeswitching as a means of confirming identity: The case study of the Vietnamese community in Australia*.
4. Cheng, L. and Butler, K. (1989), *Code-switching: A natural phenomenon versus language deficiency*, World Englishes 8(3).
5. Gal, S. (1979), *Language shift: social determinants of linguistic change in bilingual Austria*, Academic Press, New York.
6. Gardner-Chloros and Penelope (2009), *Code-Switching*, Cambridge Press.
7. Gumperz, J. J. (1971), *Bilingualism, bidialectalism and classroom interaction in*

language in social groups, Stanford University Press.

8. Gumperz, J. J. (1982), *Discourse strategies*, Cambridge University Press, Cambridge.

9. Halliday, M.A.K. (1975), *Learning how to mean: Explorations in the development of language*, Edward Arnold, London.

10. Halmari, Helena (2004), *Codeswitching patterns and developing discourse competence in L2*. In Boxer, Diana and Andrew D. Cohen (eds.). 2004. Studying speaking to inform second language learning. 115144. [Online] Available at <http://ebrary.com> (accessed November 2nd, 2008).

11. Hoffmann, C. (1991), *An Introduction to Bilingualism*, Longman, London.

12. Jacobson, R. (2001), *Language alternation: The third kind of code-switching mechanism*. In R. Jacobson (Ed.), *Code-switching Worldwide II* (pp. 59-72), Germany: Mouton de Gruyter, Berlin.

13. Myers-Scotton, C. (1989), *Code-Switching with English: Types of Switching, Types of Communities*

14. Myers-Scotton, C. (1993), *Common and uncommon ground: social and structural factors in codeswitching*, *E-Language in Society*, 22(4), 475-503. Retrieved from URL: <http://www.jstor.org/stable/4168471>.

15. Myers-Scotton, C. (1993b), *Social motivations for codeswitching. Evidence from Africa*, Clarendon Press, Oxford.

16. Hồ Thị Kiều Oanh (2013), *Switching in speech behavior on the facebook of students at the University of DaNang*, *Science magazine* no 2 (63), volume 1.

17. Romaine, S. (1995), *Bilingualism* (2nd ed.), Oxford, Blackwell.

18. Hoàng Tuệ (2006), *Một số vấn đề về chuẩn mực hoá ngôn ngữ*, *Tạp chí Ngôn ngữ &*

đời sống, số 2 (190). Retrieved from URL:<http://ngonngu.net/index.php?p=167>.

19. Wardhaugh, R. (2010), *An Introduction to sociolinguistics*, Wiley Blackwell, Malden.

NGUỒN TƯ LIỆU DẪN CHỨNG

Nguồn từ Internet:

20. <http://vietphd.org/forum/archive/index.php/t-4658.html> (April 20th, 2013).

21. <http://quyphanchautrinh.apps.vn/a/news?b=public&id=979624> (April 25th, 2013).

22. <http://www.huyenthoai.org/Sach/vh/GiaoDuyenNgonNgu.pdf> (May 12th, 2013).

23. <http://www.otosaigon.com/forum/Message/405837-T%C3%ACm-hi%E1%BB%83u-th%C3%AAm-v%E1%BB%81-chuy%E1%BB%83n-%C4%91%E1%BB%95i-%C3%A2m-thanh-sang-s%C3%B3ng-FM/> (May 10th, 2013).

24. <http://z10.invisionfree.com/7a7tdn/ar/24.htm> (May 16th, 2013).

25. <http://root.vn/threads/youtube-downloader-pro-phan-mem-ho-tro-download-video-tren-youtube.4009/> (May 20th, 2013).

26. <http://www.bienphongvietnam.vn/cong-tac-bien-phong/doi-ngoai-bien-phong/677-ac.html> (May 22th, 2013).

27. <http://www6.vnmedia.vn/NewsDetail.asp?NewsId=313473&CatId=58> (May 22th, 2013).

28. <http://2sao.vn/p0c1005n20120430104925925/tieng-ngoai-lan-at-tieng-noi-sanh-dieu-hay-tu-danh-mat-minh.vnn> (May 25th, 2013).

29. <http://dantiengtrung.com/forum/showthread.php?t=19738> (May 24th, 2013).

30. <http://2sao.vn/p0c1005n20120430104925925/tieng-ngoai-lan-at-tieng-noi-sanh-dieu-hay-tu-danh-mat-minh.vnn> (June 8th, 2013).

Nguồn từ đĩa CD tự ghi âm:

Từ [31] đến [39]: Trong đĩa CD

(Ban Biên tập nhận bài ngày 17-03-2014)