

NGÔN NGỮ HỌC VÀ VIỆT NGỮ HỌC

TỪ NGỮ MỚI TRÊN BÁO TRỰC TUYẾN TIẾNG VIỆT: SỰ TIẾP NHẬN CỦA ĐỘC GIẢ

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG TRANG* - ĐOÀN THỊ MINH CHÂU**

TÓM TẮT: Bài viết này tìm hiểu sự tiếp nhận của độc giả đối với từ ngữ mới trên một số trang báo trực tuyến và trang thông tin điện tử tiếng Việt. Nghiên cứu được thực hiện với 460 độc giả, phân tích thái độ, cách tiếp nhận các từ ngữ mới ở các nhóm tuổi khác nhau. Kết quả cho thấy giới trẻ (13-22 tuổi) dễ dàng tiếp nhận và sử dụng từ ngữ mới (đặc biệt là từ mượn tiếng Anh), trong khi các nhóm tuổi lớn hơn (23-40 tuổi; Trên 40 tuổi) có thái độ thận trọng hơn, chú ý giữ gìn sự chuẩn mực của tiếng Việt. Từ phía người viết, các nhà báo cũng khẳng định báo trực tuyến là môi trường quan trọng trong việc lan tỏa và chuẩn hóa từ ngữ mới.

TỪ KHÓA: Từ ngữ mới; báo trực tuyến; tiếng Việt hiện đại; tiếp nhận ngôn ngữ.

NHẬN BÀI: 28/04/2025.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 18/06/2025

1. Đặt vấn đề

Trong thời đại hội nhập và công nghệ số, báo trực tuyến là môi trường lí tưởng cho sự xuất hiện và lan tỏa các từ ngữ mới. Những từ ngữ mới này không chỉ làm phong phú ngôn ngữ mà còn phản ánh sự thay đổi trong tư duy và giao tiếp xã hội. Bài viết này đặt ra cho mình nhiệm vụ nghiên cứu sự tiếp nhận của độc giả đối với từ ngữ mới trên báo trực tuyến, đồng thời cũng tìm hiểu quan điểm của nhà báo về vấn đề này. Qua đó, chúng tôi hy vọng có thể hiểu hơn mối quan hệ giữa độc giả và nhà báo trong việc xây dựng và phát triển ngôn ngữ báo chí.

2. Phương pháp nghiên cứu và ngữ liệu khảo sát

Để thực hiện bài viết này, chúng tôi sử dụng các phương pháp miêu tả, phân tích, thủ pháp thống kê cơ bản kết hợp với công cụ phân tích cụ thể nhằm phân tích, thống kê tần suất, mức độ phổ biến và cách tiếp cận từ ngữ mới theo đối tượng độc giả ở từng nhóm tuổi. Cụ thể, khảo sát được thực hiện dựa trên dữ liệu thu thập qua Google Form với 460 người tham gia, được chia thành 3 nhóm tuổi. Nhóm tuổi từ 13-22 chiếm 35,2%, nhóm tuổi từ 23-40 chiếm 37,4%, và nhóm trên 40 tuổi chiếm 27,4%. Khảo sát cũng ghi nhận 8,0% số người tham gia có kinh nghiệm làm việc trong ngành báo, giúp tăng cường chất lượng đánh giá từ ngữ mới.

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Về các từ ngữ mới trên báo trực tuyến tiếng Việt

Trong quá trình nghiên cứu, chúng tôi đã liệt kê được danh sách hơn 300 từ ngữ mới và từ ngữ được làm mới thông qua việc khảo sát và phân tích các bài viết trên báo trực tuyến tiếng Việt (thời điểm 2020). Con số này cũng đã có sự xê dịch ít nhiều cho đến nay, với sự xuất hiện của các từ ngữ mới gắn với các sự kiện của đời sống xã hội gần đây (đại dịch Covid, các chương trình truyền hình thực tế, các sự kiện âm nhạc thu hút giới trẻ như: *Rap Việt*, *Anh trai say Hi*, *Anh trai vượt ngàn chông gai*, *Chị đại đập gió rẽ sóng*, *Người ấy là ai...*), chúng tôi xin phép đề cập trong một nghiên cứu khác.

Chúng tôi đã thu thập ngữ liệu chủ yếu từ các bài viết trong năm 2020, trên trang báo trực tuyến *VnExpress.net* và trang thông tin điện tử *Kenh14.vn* (để thuận tiện cho việc gọi tên, trong bài viết này chúng tôi tạm gọi chung là các báo trực tuyến). Hai trang này được chọn lựa vì tính đại diện cao: *VnExpress.net* là trang báo điện tử lớn, mang phong cách chính thống, cung cấp thông tin đa dạng và sâu sắc về nhiều lĩnh vực, trong khi đó *Kenh14.vn* hướng đến nhóm độc giả trẻ, với cách sử dụng từ ngữ sáng tạo, hiện đại, phản ánh rõ nét sự thay đổi ngôn ngữ trong cộng đồng trẻ. Ngoài ra, ngữ liệu còn được lấy từ các trang báo trực tuyến khác như *Vietnamnet*, *Dân Trí*, *Zing*. Từ các nguồn này, chúng tôi xác lập danh sách từ mới dựa trên tần suất xuất hiện, mức độ phổ biến, và ý nghĩa của

*PGS.TS; Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh; Email: phuongtrangbctt@hcmussh.edu.vn

**Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh; Email: dtmchau@vnuhcm.edu.vn

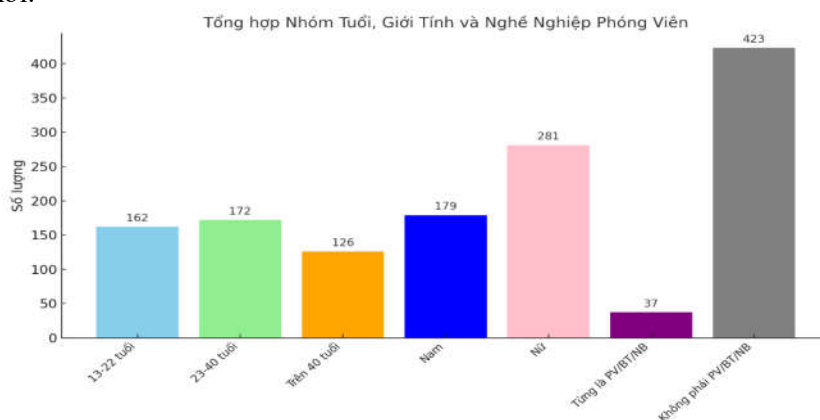
chúng trong ngữ cảnh xã hội đương đại. Đây là những từ ngữ mới chưa được đưa vào trong *Từ điển tiếng Việt* (2018) do Hoàng Phê chủ biên và *Từ điển từ mới tiếng Việt* (2002) của Viện Ngôn ngữ học do Chu Bích Thu chủ biên. Một số từ ngữ đã xuất hiện trong hai cuốn từ điển trên nhưng vẫn sẽ được xem là từ ngữ được làm mới khi chúng diễn đạt một nét nghĩa khác, một cách hiểu mới so với những cách hiểu đã được nêu trong từ điển.

Có thể kể ra một vài từ ngữ mới tiêu biểu như: *anh em cây khế, con nhà người ta, tiểu tam, anh trai quốc dân, tổng tài, đỉnh của đỉnh, đỉnh của chóp, rất gì và này nọ, ế sừng ế sữa, 24 nồi bánh chưng, siêu khổng lồ, chân dài tới nách, xịn sò, xịt máu mũi, trai thẳng, triển, toang, tình bể bình, thanh niên nghiêm túc, thánh soi, thánh ế, sương sương, sắp mặt, số nhỏ, soái ca, soái tử, phốt, không phải dạng vừa, ném đá, chiếm sòng, trà xanh, khóa môi, demo, chill, drama, corona, covid, vlog, gato, comment, hack tuổi, vlog, vote, voucher, vừa muối, vbiz, vedette, view, đu trend, trending, rich kid, ship đồ,...*

Trong bài viết này, chúng tôi chỉ tập trung tìm hiểu thái độ tiếp nhận của bạn đọc đối với các từ ngữ mới trên báo trực tuyến.

3.2. Mô tả các nhóm độc giả

Chúng tôi thực hiện khảo sát về sự tiếp nhận từ ngữ mới trên báo trực tuyến vào tháng 6 và tháng 7.2024, thu được 460 phiếu của các độc giả có độ tuổi khác nhau. Nhóm tuổi 13-22 chiếm 35,2%, nhóm tuổi 23-40 chiếm 37,4%, và nhóm trên 40 tuổi chiếm 27,4%. Khảo sát vào tháng 11.2024 cũng ghi nhận 8,0% số người tham gia là phóng viên, biên tập viên, giúp cung cấp thêm góc nhìn chuyên môn về từ ngữ mới.

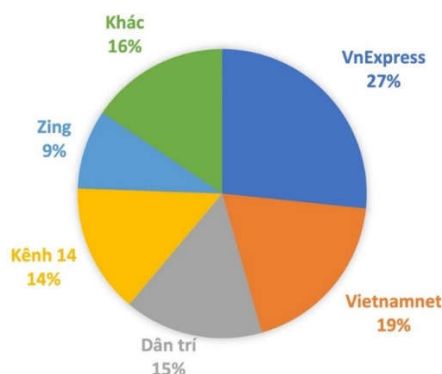


Hình 1. Thống kê số lượng và tỉ lệ các nhóm tuổi tham gia khảo sát

a. Nhóm độc giả từ 13-22 tuổi

Nhóm tuổi từ 13-22 được coi là nhóm tuổi trẻ, có mức độ tiếp xúc cao với các phương tiện truyền thông kỹ thuật số và mạng xã hội. Theo khảo sát của chúng tôi, 74% độc giả trong nhóm này sử dụng mạng xã hội từ 3 tiếng trở lên mỗi ngày, trong đó 31,5% sử dụng trên 5 tiếng. Đây là nhóm tuổi tiếp cận mạng xã hội nhiều nhất, phản ánh đặc trưng của thế hệ trẻ hiện nay.

Tỉ lệ độc giả đọc các báo trực tuyến trong nhóm tuổi 13-22 được phân bổ khá đa dạng. *VnExpress* dẫn đầu với 44,4% số độc giả lựa chọn, phản ánh sự tin cậy và phổ biến của tờ báo này. *Vietnamnet* và *Dân trí* có tỉ lệ gần tương đương, lần lượt chiếm 31,5% và 25,9%, cho thấy đây cũng là những lựa chọn phổ biến. *Kênh 14* với 24,1% số độc giả nổi bật nhờ nội dung gần gũi với giới trẻ. *Zing*, mặc dù ít được nhóm độc giả nhóm này đọc hơn, vẫn đạt 14,8%, trong khi các báo điện tử khác chiếm tỉ lệ tương đối cao với 25,9%.

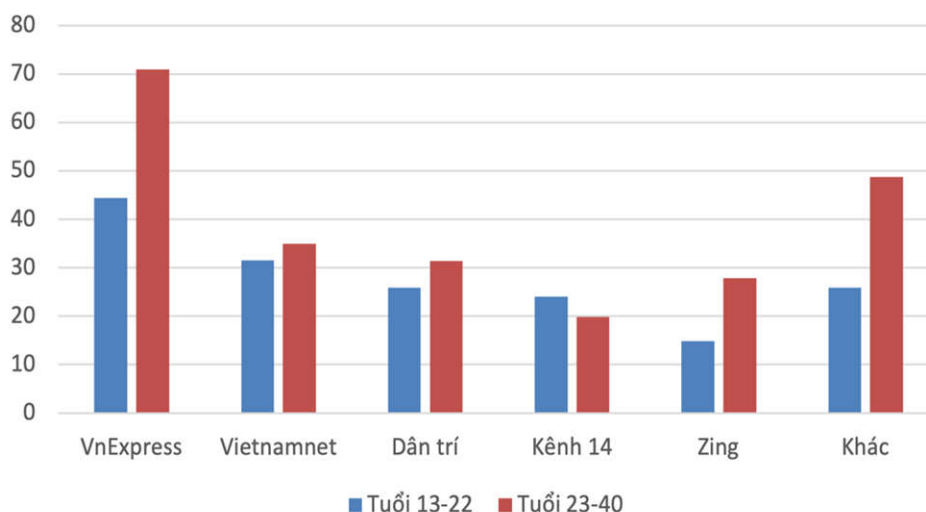


Hình 2. Tỷ lệ độc giả đọc các báo trực tuyến trong nhóm tuổi 13-22

b. Nhóm độc giả từ 23-40 tuổi

Nhóm tuổi từ 23-40 đại diện cho lứa tuổi trưởng thành, với sự cân bằng giữa trách nhiệm công việc, cuộc sống gia đình và nhu cầu giải trí. Họ có tần suất sử dụng mạng xã hội ổn định, với thời gian chủ yếu tập trung ở mức 3-5 tiếng mỗi ngày (61,6%). Khoảng 14% số người được hỏi chọn mức dưới 1 tiếng, khoảng 8% ở mức từ 1-3 tiếng. Thời gian sử dụng này thấp hơn so với nhóm trẻ, phản ánh sự ưu tiên cho các nhu cầu khác ngoài việc cập nhật thông tin qua mạng xã hội.

Khi nói đến lựa chọn báo chí trực tuyến, nhóm tuổi từ 23-40 thể hiện sự ưu tiên rõ ràng đối với các nguồn tin chính thống và đáng tin cậy. *VnExpress* dẫn đầu, được 70,9% số độc giả lựa chọn, vượt xa các báo khác. *Vietnamnet* (34,9%) và *Dân trí* (31,4%) cũng có mức độ phổ biến tương đối cao trong nhóm này. Các báo như *Zing* (19,8%) và *Kênh 14* (27,9%) có tỉ lệ độc giả thấp hơn, cho thấy nhóm tuổi trưởng thành có thể ít quan tâm đến các nguồn tin hướng đến giới trẻ hoặc giải trí. Đáng chú ý, có đến 48,8% số độc giả quan tâm đến các loại báo điện tử khác, bao gồm các tờ báo chuyên sâu hoặc cung cấp thông tin đa dạng hơn. Xu hướng này phản ánh nhu cầu tìm kiếm thông tin chuyên sâu và đa chiều, thay vì chỉ phụ thuộc vào các nguồn phổ biến.



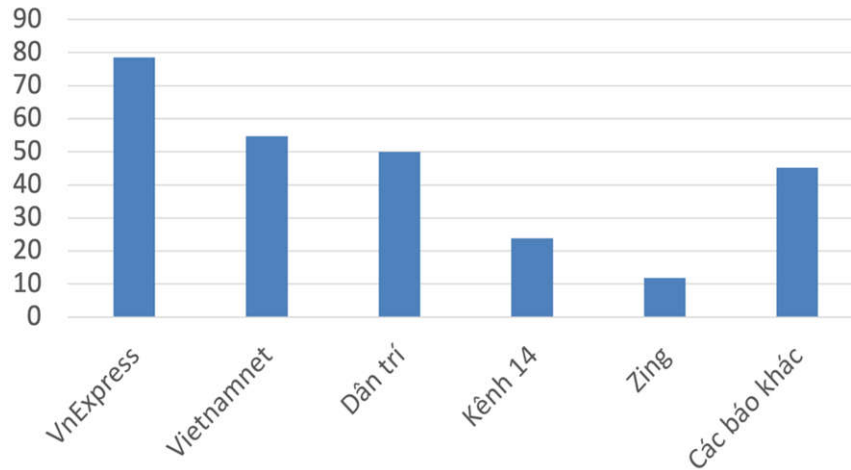
Hình 3. Tương quan giữa 2 nhóm tuổi trong việc lựa chọn trang báo

c. Nhóm độc giả trên 40 tuổi

59,5% số độc giả trong nhóm này sử dụng mạng xã hội trên 5 tiếng mỗi ngày, trong khi 21,4% số độc giả chỉ sử dụng dưới 1 tiếng. Sự phân hóa này cho thấy sự khác biệt lớn về mức độ tương tác với mạng xã hội, phụ thuộc vào lối sống, sở thích và nhu cầu cá nhân.

Về lựa chọn báo chí, nhóm độc giả trên 40 tuổi thể hiện sự ưu tiên rõ ràng đối với các nguồn tin chính thống. *VnExpress* được đọc nhiều nhất, với 78,6% số độc giả lựa chọn, theo sau là *Vietnamnet*

(54,8%) và *Dân trí* (50,0%). Ngược lại, *Zing* (11,9%) và *Kênh 14* (23,8%) ít được quan tâm hơn, phù hợp với tính chất nội dung thiên về giải trí của các báo này. Đáng chú ý, có 45,2% số độc giả quan tâm đến các báo điện tử khác, cho thấy xu hướng tìm kiếm thông tin đa chiều và sự cẩn trọng trong việc chọn lọc nguồn tin.



Hình 4. Các trang báo chí được nhóm 40 tuổi hướng đến

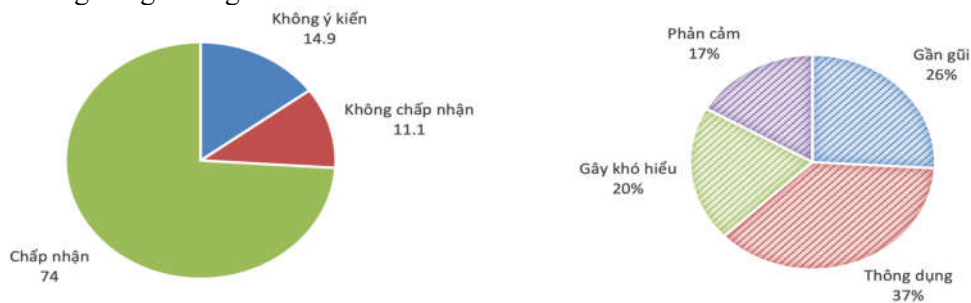
3.3. Việc tiếp nhận từ ngữ mới của các nhóm độc giả

Việc tiếp nhận từ ngữ mới của các nhóm độc giả có thể thể hiện qua thái độ tiếp nhận, khả năng hiểu, mức độ sử dụng, và sự đánh giá vai trò từ ngữ mới trên báo trực tuyến.

a. Nhóm độc giả độ tuổi 13-22

Kết quả khảo sát cho thấy 100% số độc giả nhóm tuổi này đã từng gặp các từ ngữ mới trên mạng xã hội, và 96,3% cũng gặp chúng trên báo trực tuyến. Mạng xã hội là nguồn tiếp xúc chính, nhưng báo chí trực tuyến cũng đóng vai trò quan trọng trong việc phổ biến các từ ngữ mới. Các từ như “ship”, “trend”, “order” đã trở thành phần không thể thiếu trong giao tiếp hàng ngày, với 90,7% số độc giả thừa nhận thường xuyên sử dụng hoặc kết hợp chúng với từ tương đương trong tiếng Việt.

Xu hướng này phản ánh khả năng dễ dàng thích ứng với từ ngữ mới của nhóm tuổi trẻ, đặc biệt là các từ mượn từ tiếng Anh, nhờ ảnh hưởng mạnh mẽ của mạng xã hội và văn hóa phương Tây. Sự hiện đại hóa và tiếp cận nhanh chóng công nghệ đã thúc đẩy việc sử dụng các từ mới này trong đời sống. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra câu hỏi về việc bảo tồn sự trong sáng của tiếng Việt và khả năng phát triển ngôn ngữ trong bối cảnh toàn cầu hóa.

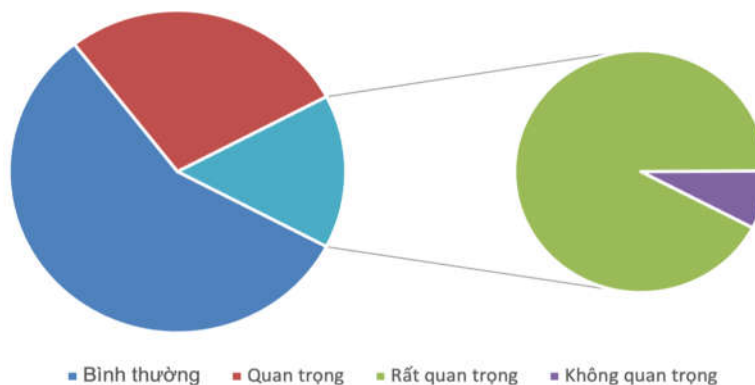


Hình 5. Thái độ và lý do ủng hộ từ ngữ mới của nhóm tuổi 13-22

Khi xem xét thái độ đối với việc sử dụng từ ngữ mới, 74% số độc giả cảm thấy bình thường và chấp nhận được, trong khi 11,1% không đồng tình. Điều này phản ánh sự cởi mở của nhóm tuổi trẻ đối với ngôn ngữ mới, mặc dù vẫn còn một bộ phận nhỏ cảm thấy khó chịu. 63% cho rằng từ ngữ mới dễ hiểu và gần gũi, 37% đánh giá cao tính thông dụng của chúng. Tuy nhiên, 40,7% cảm thấy từ

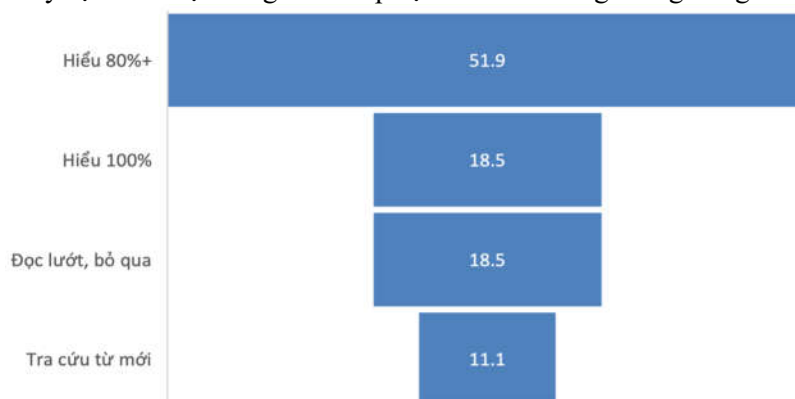
ngữ mới có thể gây khó hiểu hoặc phản cảm, cho thấy sự phân vân về tính phù hợp và sự trong sáng của chúng trong tiếng Việt.

Về vai trò của từ ngữ mới trên báo trực tuyến, 56,8% số độc giả cho rằng chúng chỉ giữ vai trò bình thường, 27,8% đánh giá chúng quan trọng, và 14,2% cho rằng chúng rất quan trọng. Chỉ 1,2% cho rằng chúng không quan trọng, phản ánh thái độ tích cực của giới trẻ đối với sự đổi mới ngôn ngữ trong xã hội hiện đại.



Hình 6. Vai trò của từ ngữ mới đối với nhóm tuổi 13-22 tuổi

Khảo sát cho thấy 51,9% số độc giả tự tin hiểu trên 80% từ ngữ mới, trong khi 18,5% hiểu hoàn toàn (100%) từ ngữ mới. Tuy nhiên, 18,5% cho biết họ thường lướt qua và bỏ qua các từ khó hiểu thay vì tìm hiểu thêm. Một nhóm nhỏ, 11,1%, sẽ tra cứu nghĩa hoặc hỏi người khác khi gặp từ mới. Những kết quả này phản ánh khả năng linh hoạt trong việc tiếp nhận ngôn ngữ mới của nhóm tuổi trẻ, đồng thời cho thấy sự khác biệt trong cách tiếp cận và xử lý thông tin ngôn ngữ.



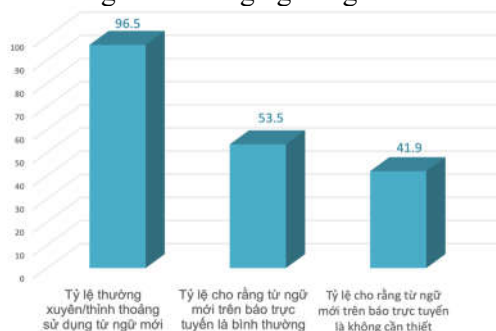
Hình 7. Khả năng tiếp nhận từ ngữ mới đối với độc giả nhóm 12-22 tuổi

Nhìn chung, từ ngữ mới không phải là rào cản lớn đối với nhóm tuổi 13-22. Họ sẵn sàng tiếp nhận và dễ dàng thích nghi, sử dụng chúng trong giao tiếp hàng ngày. Tuy nhiên, mặc dù thoải mái và tự tin, vẫn tồn tại một số thách thức trong việc hiểu sâu sắc các từ ngữ mới. Điều này phản ánh sự cởi mở của thế hệ trẻ với đổi mới, nhưng cũng cho thấy họ cần thời gian và công cụ hỗ trợ để hoàn thiện khả năng sử dụng ngôn ngữ trong bối cảnh toàn cầu hóa.

b. Nhóm độc giả độ tuổi 23-40

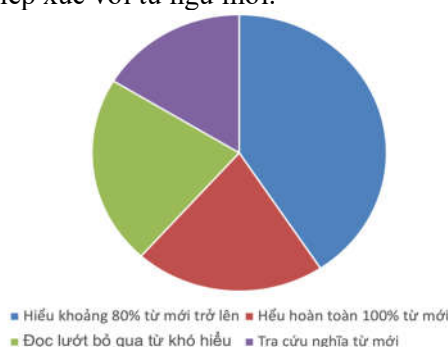
96,5% số độc giả trong nhóm tuổi này có sử dụng từ ngữ mới trong giao tiếp hàng ngày (thường xuyên hoặc thỉnh thoảng), phản ánh sự phổ biến của chúng trong đời sống hiện đại. Tuy nhiên, nhóm tuổi này không chỉ tiếp nhận thụ động mà còn có sự phê phán. Chỉ 53,5% cho rằng việc sử dụng từ mới trên báo trực tuyến là bình thường, trong khi 41,9% cảm thấy chúng không cần thiết. Người đọc có ý thức sử dụng các từ ngữ Việt và muốn bảo tồn bản sắc văn hóa trên phương diện ngôn ngữ.

Một lí do khiến nhóm tuổi trưởng thành không ủng hộ từ ngữ mới là cảm giác khó hiểu hoặc phản cảm. Điều này tạo ra sự khác biệt rõ rệt so với nhóm tuổi trẻ, với nhóm trưởng thành cân trọng hơn và đặt câu hỏi về tính phù hợp của từ ngữ mới trong ngôn ngữ chính thống.



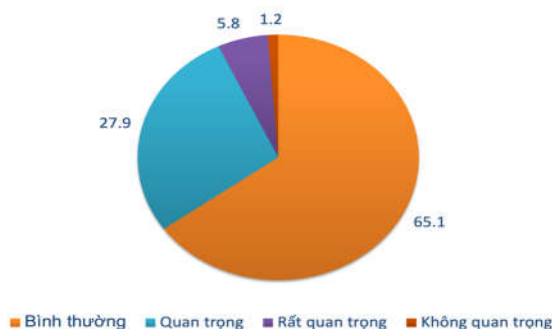
Hình 8. *Mức độ và quan điểm khi sử dụng từ ngữ mới của nhóm tuổi 23-40*

Khả năng tiếp nhận từ ngữ mới của nhóm tuổi này thể hiện sự đa dạng. 40,7% số độc giả hiểu trên 80% từ mới, và 20,9% hiểu hoàn toàn. Tuy nhiên, 22,1% cho biết họ lướt qua các từ khó hiểu, trong khi 16,3% phải hỏi người khác hoặc tra cứu thêm. Mặc dù nhóm này có khả năng tiếp nhận từ ngữ mới tốt, nhưng mức độ am hiểu hoàn toàn không cao như nhóm tuổi trẻ, có thể do sự khác biệt về ngữ cảnh sử dụng hoặc mức độ tiếp xúc với từ ngữ mới.



Hình 9. *Khả năng tiếp nhận từ ngữ mới của nhóm 23-40 tuổi*

Về vai trò của từ ngữ mới trên báo trực tuyến, 65,1% số độc giả trong nhóm này đánh giá từ ngữ mới có vai trò bình thường, cho thấy thái độ trung dung và có phần bảo thủ hơn. Có 27,9% số độc giả nhận định rằng chúng quan trọng, và chỉ 5,8% đánh giá là rất quan trọng. Đáng chú ý, có 1,2% số độc giả cho rằng từ ngữ mới là không quan trọng, cho thấy có một bộ phận nhỏ độc giả giữ quan điểm cứng rắn ủng hộ việc sử dụng các từ ngữ tiếng Việt quen thuộc. So với nhóm trẻ hơn, nhóm tuổi này thể hiện một sự thận trọng hơn, đánh giá từ ngữ mới như một yếu tố có thể thay đổi nhưng không hoàn toàn cần thiết trong các phương tiện truyền thông chính thống.



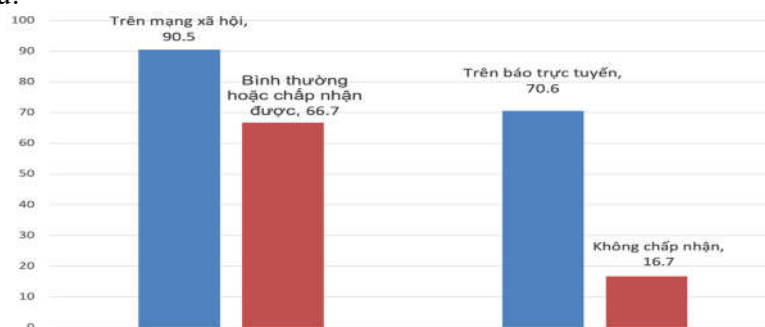
Hình 10. Vai trò của từ ngữ mới đối với nhóm 23-40 tuổi

Như vậy, độc giả từ 23-40 tuổi phản ánh một thể hệ đang dung hòa giữa sự thay đổi và sự bền vững, thể hiện thái độ chừng mực hơn trong việc tiếp nhận và sử dụng ngôn ngữ.

c. Nhóm độc giả độ tuổi trên 40

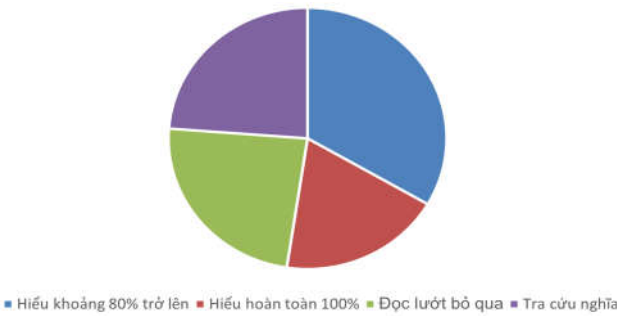
Nhóm này thể hiện thái độ chừng mực hơn trong việc tiếp nhận từ ngữ mới. Mặc dù 90,5% số độc giả nhóm này đã gặp từ ngữ mới trên mạng xã hội và 70,6% gặp trên báo trực tuyến, nhưng họ vẫn tiếp nhận chúng một cách thận trọng. 66,7% cảm thấy bình thường hoặc có thể chấp nhận được, nhưng 16,7% không đồng tình, cao hơn so với các nhóm trẻ hơn. Điều này phản ánh sự lo ngại của nhóm này về việc giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt trong ngôn ngữ báo chí.

Lí do chính khiến nhóm tuổi này có thái độ như vậy vì họ cho rằng từ ngữ mới không phù hợp với truyền thống văn hóa và có thể làm suy giảm giá trị của tiếng Việt. Tuy nhiên, hơn 60% số độc giả trên 40 tuổi thừa nhận vai trò quan trọng của từ ngữ mới trong phản ánh sự phát triển xã hội. Họ mong muốn báo chí chọn lọc và sử dụng từ ngữ mới một cách phù hợp, giữ gìn được bản sắc văn hoá thông qua ngôn ngữ.



Hình 11. Mức độ bắt gặp từ ngữ mới và khả năng chấp nhận chúng của nhóm tuổi trên 40

Khả năng tiếp nhận từ ngữ mới của nhóm độc giả trên 40 tuổi cho thấy sự đa dạng. 33,4% số độc giả hiểu hơn 80% từ ngữ mới, nhưng chỉ 19% hiểu hoàn toàn. 23,8% chọn lướt qua các từ khó hiểu, và tỉ lệ tương tự cho biết họ phải hỏi hoặc tra cứu thêm. Mặc dù khả năng tiếp nhận của nhóm trên 40 tuổi là khá ổn định, nhưng tỉ lệ hiểu hoàn toàn thì thấp hơn các nhóm tuổi khác, có thể giải thích do tần suất tiếp xúc bị hạn chế hoặc sự thận trọng trong đánh giá của họ. Tỉ lệ độc giả cần tìm hiểu thêm hoặc bỏ qua từ khó hiểu cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc báo chí nên sử dụng từ ngữ mới một cách rõ ràng, dễ hiểu, tạo điều kiện thuận lợi để nhóm tuổi này tiếp nhận từ mới mà không gặp trở ngại.



Hình 12. Khả năng tiếp nhận từ ngữ mới của nhóm tuổi trên 40

Nhìn chung, nhóm tuổi trên 40 thể hiện sự dung hòa giữa việc bảo vệ truyền thống và chấp nhận những đổi mới trong ngôn ngữ. Họ đánh giá cao sự trong sáng của tiếng Việt, đồng thời nhận thức được vai trò không thể phủ nhận của từ ngữ mới trong xã hội hiện đại.

3.4. Ý kiến của nhà báo về việc sử dụng từ ngữ mới

Để hiểu hơn quan điểm sử dụng từ ngữ mới trên báo trực tuyến tiếng Việt, chúng tôi đã tiến hành lập bảng hỏi khảo sát và đã thu nhận ý kiến của 37 phóng viên, biên tập viên đang công tác tại các cơ quan báo chí như: báo *Nhân dân*, *Sài Gòn giải phóng*, *VnExpress*, *Thông tấn xã Việt Nam*, *Thanh niên*, *Tuổi trẻ*, *Dân trí*, *Người lao động*, *Giáo dục TP. HCM*, *Bình Dương*, *Đồng Nai*, và một số cơ quan khác. Thời điểm khảo sát là tháng 11.2024. Bảng sau trình bày tóm tắt kết quả khảo sát của chúng tôi.

Bảng khảo sát ý kiến các phóng viên (PV), biên tập viên (BTV) được hỏi

Tiêu chí khảo sát	Kết quả tổng hợp
Quan điểm về sự xuất hiện của từ ngữ mới	90% số các PV-BTV đều đồng ý rằng từ ngữ mới phản ánh sự thay đổi trong xã hội và ngôn ngữ, đồng thời giúp bài viết thu hút và gần gũi với độc giả trẻ.
Ảnh hưởng của từ ngữ mới đối với độc giả	60% số PV-BTV cho rằng từ ngữ mới có cả ảnh hưởng tích cực lẫn tiêu cực. Tích cực ở việc tăng tính thu hút; tiêu cực khi sử dụng không đúng ngữ cảnh gây hiểu lầm hoặc phản cảm.
Từ mới và tính chuyên nghiệp của báo chí	80% số PV-BTV đồng ý rằng việc sử dụng từ ngữ mới có thể làm giảm tính chuyên nghiệp nếu lạm dụng hoặc sử dụng không phù hợp.
Khó khăn trong cân bằng phong cách ngôn ngữ	Khoảng 40% số PV-BTV cho biết gặp khó khăn trong việc cân bằng giữa tính trang trọng và xu hướng ngôn ngữ hiện đại.
Mong muốn của độc giả về ngôn ngữ báo chí	90% số các PV-BTV đều đồng ý rằng từ ngữ mới phản ánh sự thay đổi trong xã hội và ngôn ngữ, đồng thời giúp bài viết thu hút và gần gũi với độc giả trẻ.
Ảnh hưởng của ngôn ngữ mạng xã hội	60% số PV-BTV cho rằng từ ngữ mới có cả ảnh hưởng tích cực lẫn tiêu cực. Tích cực ở việc tăng tính thu hút; tiêu cực khi sử dụng không đúng ngữ cảnh gây hiểu lầm hoặc phản cảm.
Nguyên tắc lựa chọn từ ngữ mới trong bài viết	80% số PV-BTV đồng ý rằng việc sử dụng từ ngữ mới có thể làm giảm tính chuyên nghiệp nếu lạm dụng hoặc sử dụng không phù hợp.
Cần quy định hướng dẫn sử dụng từ ngữ mới	Khoảng 40% số PV-BTV cho biết gặp khó khăn trong việc cân bằng giữa tính trang trọng và xu hướng ngôn ngữ hiện đại.
Vai trò của từ ngữ mới trong việc thu hút độc giả trẻ	90% số các PV-BTV đều đồng ý rằng từ ngữ mới phản ánh sự thay đổi trong xã hội và ngôn ngữ, đồng thời giúp bài viết thu hút và gần gũi với độc giả trẻ.

Sự xuất hiện từ ngữ mới trên mạng xã hội và báo trực tuyến phản ánh hai khía cạnh biểu hiện của ngôn ngữ hiện đại: tính linh hoạt ở mạng xã hội và tính tương đối ổn định ở báo trực tuyến. Có thể thấy, mạng xã hội góp phần thúc đẩy sự sáng tạo và lan tỏa nhanh chóng các từ ngữ mới, trong khi báo trực tuyến có xu hướng cân nhắc và chọn lọc từ ngữ để duy trì tính chính xác và chuẩn mực.

4. Kết luận

Có thể thấy sự xuất hiện từ ngữ mới trên báo trực tuyến (và mạng xã hội) đang ngày càng phổ biến và có sự khác biệt trong cách tiếp cận, tiếp nhận và sử dụng giữa các nhóm tuổi độc giả.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển của công nghệ, tiếng Việt đang đối mặt với sự thay đổi nhanh chóng, đặc biệt là việc gia tăng từ ngữ vay mượn. Điều này đặt ra yêu cầu về việc sử dụng từ ngữ một cách có trách nhiệm, có hiệu quả để bảo vệ giá trị ngôn ngữ dân tộc và giữ gìn bản sắc tiếng Việt trong quá trình hội nhập. Báo chí cần kiểm soát chặt chẽ việc sử dụng từ ngữ mới, đảm bảo tính đúng đắn và phù hợp với ngữ cảnh.

Các nhóm tuổi độc giả trẻ hơn dễ dàng tiếp nhận và sử dụng từ ngữ mới, trong khi các nhóm tuổi độc giả lớn hơn thể hiện sự thận trọng hơn trong việc bảo vệ ngôn ngữ truyền thống.

Việc xuất hiện từ ngữ mới trên báo trực tuyến tiếng Việt cũng như việc tiếp nhận chúng là vấn đề không chỉ liên quan đến sự phát triển của ngôn ngữ mà còn phản ánh cách báo chí tương tác với độc giả, phản ánh lựa chọn của nhà báo, tờ báo. Quyết định sử dụng từ ngữ mới cần cân nhắc thái độ tiếp nhận của công chúng, cân nhắc sự thích hợp của từ ngữ mới trong truyền thông hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Cao Xuân Hạo (1998), *Tiếng Việt: Mấy vấn đề ngữ âm, ngữ pháp, ngữ nghĩa*. Nxb Giáo dục.
2. Đinh Văn Đức (2000), “Ngôn ngữ báo chí tiếng Việt đầu thế kỉ XX: một quan sát về ngôn ngữ báo chí trong cách mạng Việt Nam (giai đoạn 1925-1945)”. Tạp chí *Ngôn ngữ*, số 3.
3. Đoàn Thiện Thuật (2002), *Giữ gìn sự trong sáng và chuẩn hóa tiếng Việt*. Kì yếu Hội nghị Bảo vệ và phát triển tiếng Việt trong thời kì công nghiệp hóa và hiện đại hóa (tập 2), TP Hồ Chí Minh.
4. Hoàng Anh (2008), *Những kĩ năng về sử dụng ngôn ngữ trong truyền thông đại chúng*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Vũ Quang Hào (2001), *Ngôn ngữ báo chí*. Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.

Tiếng Anh

6. Brian Carroll (2010), *Writing for Digital Media*. Routledge, United Kingdom.

New words on Vietnamese online newspapers: readers' reception

Abstract: This article shows findings about readers' reception of new words across several Vietnamese online newspapers and news websites. The study surveyed 460 readers, analyzing attitudes and the way new words are received across different age groups. The results show that young people (aged 13-22) are quick to adopt and use new words (especially English loanwords), while older age groups (aged 23-40 and over 40) exhibit a more cautious attitude, paying greater attention to preserving the standards of the Vietnamese language. From the writers' perspective, journalists also affirm that online newspapers serve as an important environment for the dissemination and standardization of new words.

Key words: New words; online newspapers; modern Vietnamese; language reception.