



VNU Journal of Foreign Studies

Journal homepage: <https://jfs.ulis.vnu.edu.vn/>



THE INFLUENCE OF THE HALLYU WAVE ON VIETNAMESE YOUTH: FOCUSING ON THE CASE OF USING KOREAN LOANWORDS

Ha Thu Huong*, Nguyen Mai Thuy Linh

*Faculty of Korean Language and Culture, VNU University of Languages and International Studies,
No.2 Pham Van Dong, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

Received 28 February 2026

Revised 17 April 2026; Accepted 20 May 2026

Abstract: This paper analyzes the influence of the Korean Wave (Hallyu) on the linguistic behavior of Vietnamese youth, focusing on the extent and manner of using Korean loanwords in daily communication. The study employs a mixed-methods approach, combining social media corpus observation with an online survey of 306 valid responses to identify common loanwords, analyze usage frequency, and examine user attitudes. Findings reveal that loanwords belonging to expressive and address-term categories exhibit the highest frequency, suggesting that the use of Korean loanwords by Vietnamese youth primarily serves pragmatic functions — namely expressing subtle emotions, enhancing expressiveness, and strengthening social cohesion within K-culture interest groups. The results indicate a high level of recognition and usage of these terms, with the sampled group demonstrating positive or neutral attitudes toward the phenomenon. Korean television dramas and K-pop were identified as the primary transmission channels for these loanwords. These findings serve as a foundation for further research on acculturation manifested through language and the dynamic linguistic adaptation of Vietnamese youth in the current context of globalization.

Keywords: sociolinguistics, Hallyu, Korean loanwords, Vietnamese youth, online communication

* Corresponding author.

Email address: amychan712@gmail.com

<https://doi.org/10.63023/2525-2445/jfs.ulis.5777>

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA HÀN LƯU TỚI GIỚI TRẺ VIỆT NAM: TẬP TRUNG NGHIÊN CỨU HIỆN TƯỢNG DU NHẬP TỪ VAY MƯỢN TIẾNG HÀN

Hà Thu Hường, Nguyễn Mai Thùy Linh

*Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội,
Số 2 Phạm Văn Đồng, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận bài ngày 28 tháng 02 năm 2026

Chỉnh sửa ngày 17 tháng 4 năm 2026; Chấp nhận đăng ngày 20 tháng 5 năm 2026

Tóm tắt: Bài viết phân tích ảnh hưởng của Hàn lưu (Hallyu) đến hành vi sử dụng ngôn ngữ của giới trẻ Việt Nam, tập trung vào mức độ và cách thức sử dụng các từ vay mượn tiếng Hàn trong giao tiếp hàng ngày. Nghiên cứu áp dụng phương pháp hỗn hợp, kết hợp quan sát ngữ liệu trên mạng xã hội với khảo sát trực tuyến gồm 306 phản hồi hợp lệ, nhằm nhận diện các từ mượn phổ biến, phân tích tần suất sử dụng và khảo sát thái độ của người dùng. Kết quả cho thấy các từ thuộc nhóm biểu cảm và xung hô có tần suất cao nhất, hàm ý việc sử dụng từ mượn tiếng Hàn của giới trẻ Việt Nam chủ yếu phục vụ chức năng ngữ dụng nhằm biểu đạt cảm xúc tinh tế, tăng tính biểu cảm và củng cố sự gắn kết trong các cộng đồng có chung sở thích văn hóa Hàn Quốc. Mức độ nhận diện và sử dụng từ vay mượn tiếng Hàn khá cao, và nhóm mẫu tham gia khảo sát thể hiện thái độ tích cực hoặc trung lập đối với hiện tượng này. Phim truyền hình Hàn Quốc và K-pop được xác định là những kênh lan truyền quan trọng của từ mượn tiếng Hàn. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để người viết tiếp tục thực hiện các nghiên cứu tiếp theo về tiếp biến văn hóa thể hiện trong ngôn ngữ và sự thích nghi ngôn ngữ năng động của giới trẻ Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

Từ khóa: ngôn ngữ học xã hội, Hàn lưu, từ mượn tiếng Hàn, giới trẻ Việt Nam, giao tiếp trực tuyến

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và giao lưu văn hóa quốc tế sâu rộng, Việt Nam chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ Hàn lưu (làn sóng Hàn Quốc - Hallyu¹ - 한류) - hiện tượng văn hóa Hàn Quốc lan tỏa toàn cầu, được định hình chủ yếu qua các sản phẩm giải trí đại chúng. Nhiều nghiên cứu đi trước đã khẳng định sức ảnh hưởng mạnh mẽ của Hàn lưu đối với giới trẻ Việt Nam. Theo kết quả khảo sát của Cao Thị Hải Bắc và cộng sự trong công trình “Tổng mục nghiên cứu Hàn Quốc học tại Việt Nam giai đoạn 2015-2020”, bắt đầu từ nghiên cứu đầu tiên đề cập trực tiếp đến Hàn lưu là “Ảnh hưởng và tương lai của Hàn lưu ở Việt Nam” của Lê Đăng Hoan (2007), công bố trong “Hội thảo hiện trạng và triển vọng của Hàn lưu”, cho tới nay, riêng ở Việt Nam, những công trình nghiên cứu về Hàn lưu nói chung và ảnh hưởng của Hàn lưu nói riêng đã có sự gia tăng không ngừng về chất và lượng. Nhìn chung, nội dung nghiên cứu về Hàn lưu khá đa dạng, từ tổng quan về Hàn lưu, cho đến việc tập trung phân tích một số đặc điểm nổi bật của Hàn lưu. Một số tác giả có nhiều công trình nghiên cứu về Hàn lưu tại Việt Nam là: Lý Xuân Chung, Phan Thị Thu Hiền (trong giai đoạn trước 2012), hay Đặng Thiệu Ngân, Trần Thị Hường, Cao Thị Hải Bắc (trong giai đoạn gần đây), với quy mô nghiên cứu đa dạng, bao gồm: bài báo khoa học, tham luận hội thảo, đề tài cấp bộ, luận án

¹ “Hallyu” (tiếng Hàn Quốc 한류, chữ Hán 韓流) hay còn được gọi là “Hàn lưu, Làn sóng Hàn Quốc” mới xuất hiện vào cuối thế kỷ 20 đầu thế kỷ 21, được dùng để chỉ hiện tượng văn hóa Hàn Quốc được hâm mộ trên toàn cầu, đặc biệt ở các quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam.

tiến sĩ và sách chuyên khảo... (Cao Thị Hải Bắc và cộng sự, 2020). Trong đó, có không ít công trình nghiên cứu đánh giá ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam trên cơ sở quan điểm lý luận về “tiếp biến văn hóa”. Các công trình đã phân tích cụ thể sự ảnh hưởng của Hàn lưu, chỉ rõ sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng giữa các đối tượng, các lĩnh vực ngành nghề, thậm chí giữa các vùng miền khác nhau. Sự ảnh hưởng cũng được đánh giá trên nhiều phương diện đa dạng, từ phương diện đối tượng (thanh thiếu niên Việt Nam nói chung hay cụ thể hơn là thanh niên ở thành phố Vị Thanh, Hậu Giang, đối tượng sinh viên chuyên ngành Hàn Quốc, công chúng thành phố Hồ Chí Minh...), phương diện lĩnh vực (xuất bản, âm thực, điện ảnh, du lịch...). Đặc biệt, đã có những công trình tiếp cận dưới góc độ liên ngành, tiêu biểu là “Ảnh hưởng của Hallyu tại Việt Nam: nhìn từ góc độ liên ngành” của Trần Thị Hương và Cao Thị Hải Bắc (2015).

Một điều dễ nhận thấy trong các bài nghiên cứu về ảnh hưởng của Hàn lưu ở trong và ngoài nước, cụm từ “hiệu ứng lan tỏa” (과급효과) được sử dụng khá thường xuyên như một sự khẳng định về mức độ ảnh hưởng bao trùm của văn hóa đại chúng Hàn Quốc, không chỉ dừng lại ở một số khía cạnh văn hóa, xã hội mà còn mở rộng sang nhiều lĩnh vực khác của đời sống như: tiêu dùng, du lịch, y tế... Dù vậy, có thể thấy các công trình nghiên cứu về ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam mới chỉ tập trung vào khía cạnh văn hóa, giáo dục, hoặc ảnh hưởng đến nhận thức về bản sắc văn hóa và học tập ngôn ngữ ở mức độ chung. Trong khi đó, một hiện tượng ngôn ngữ - xã hội đáng chú ý là sự xuất hiện ngày càng phổ biến của các từ mượn tiếng Hàn như: oppa (오빠, “anh trai/người yêu nam”), unnie (언니, ‘chị gái’), jinjja (진짜, “thật sao”), hay daebak (대박, “tuyệt vời”) trong giao tiếp hàng ngày và trên các nền tảng mạng xã hội (SNS) của thanh niên Việt Nam lại chưa được đề cập tới nhiều. Các nghiên cứu về hiện tượng này có thể cung cấp thông tin tham khảo cho các nhà giáo dục trong việc nhận diện và có cách tiếp cận phù hợp với cách thức tiếp cận và biến đổi tự nhiên của ngôn ngữ trong giới trẻ, thay vì phủ nhận hoặc đánh giá một cách tiêu cực. Đây cũng là một phương thức giúp phản ánh tiếng nói và thái độ của chính giới trẻ, từ đó nâng cao nhận thức về sử dụng ngôn ngữ một cách có ý thức, sáng tạo và linh hoạt trong môi trường đa văn hóa và toàn cầu hóa hiện nay.

Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm lấp đầy khoảng trống trên, hướng đến việc làm sáng tỏ mức độ ảnh hưởng của làn sóng văn hóa Hàn Quốc thông qua việc du nhập từ vựng tiếng Hàn nêu trên vào đời sống ngôn ngữ giao tiếp của giới trẻ Việt Nam, tập trung ở không gian mạng. Từ đó, nghiên cứu góp phần làm sáng tỏ mức độ tiếp biến văn hóa của giới trẻ Việt Nam trong lĩnh vực ngôn ngữ học tiếp xúc. Nghiên cứu đặt mục tiêu đánh giá bước đầu mức độ nhận diện và sử dụng từ mượn tiếng Hàn, đồng thời tìm ra một số từ mượn tiếng Hàn có tần suất sử dụng cao nhất trên cơ sở dữ liệu thực nghiệm. Đây sẽ là nền tảng để người viết tiếp tục thực hiện các nghiên cứu về sau liên quan tới tiếp biến văn hóa thể hiện trong ngôn ngữ và sự thích nghi ngôn ngữ năng động của giới trẻ Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

2. Cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn

2.1. Khái niệm “từ mượn”

Trong nghiên cứu ngôn ngữ học, các khái niệm từ mượn (borrowed word, loanword), từ ngoại lai (foreign word) thường được sử dụng để chỉ các đơn vị từ vựng có nguồn gốc từ một ngôn ngữ khác được đưa vào và sử dụng trong một ngôn ngữ nhất định. Các học giả như Haugen (1950) và Weinreich (1953) đã đưa ra những phân biệt tinh tế giữa chúng, tập trung vào mức độ hòa nhập của từ vào ngôn ngữ tiếp nhận. Theo đó, “từ ngoại lai” (foreign word) là

những từ ngữ có nguồn gốc nước ngoài nhưng chưa được hòa nhập hoàn toàn vào hệ thống ngữ âm, ngữ pháp và ngữ nghĩa của ngôn ngữ tiếp nhận. Chúng thường được giữ nguyên hình thái gốc, được sử dụng trong các ngữ cảnh cụ thể, mang tính chuyên môn hoặc tạo hiệu ứng đặc biệt, và có thể chưa được phần lớn cộng đồng người nói nhận biết hoặc sử dụng. Còn từ mượn là những từ ngữ có nguồn gốc nước ngoài đã trải qua quá trình hòa nhập nhất định vào ngôn ngữ tiếp nhận. Quá trình này bao gồm sự điều chỉnh về mặt ngữ âm, ngữ pháp và ngữ nghĩa, khiến chúng trở nên quen thuộc hơn, dễ hiểu hơn và được sử dụng rộng rãi hơn trong cộng đồng người nói, thậm chí trở thành một phần không thể thiếu trong kho từ vựng hàng ngày.

Trên cơ sở cân nhắc tình hình thực tế du nhập và sử dụng từ gốc tiếng Hàn tại Việt Nam, trong nghiên cứu này, “từ mượn tiếng Hàn” được định nghĩa là “các từ ngữ, cụm từ có nguồn gốc từ tiếng Hàn được giới trẻ Việt Nam tiếp nhận, sử dụng trong giao tiếp hàng ngày, đặc biệt trên các nền tảng mạng xã hội, và đã trải qua các mức độ hòa nhập khác nhau”. Dù về mặt hình thức, các từ này vẫn giữ nguyên hình thái phát âm của ngôn ngữ gốc, song khá quen thuộc và không chỉ được sử dụng giới hạn trong cộng đồng người biết tiếng Hàn mà còn được biết tới rộng rãi trong giao tiếp nói chung. Một số ví dụ tiêu biểu như: oppa (오빠, “anh trai/người yêu nam”), unnie (언니, “chị gái”), kim chi (김치, “món kim chi”)...

2.2. Các lý thuyết về sự tiếp xúc và vay mượn ngôn ngữ

Sự vay mượn ngôn ngữ là một hiện tượng phổ biến, xảy ra khi hai hay nhiều ngôn ngữ tiếp xúc với nhau thông qua người nói. Các lý thuyết về sự tiếp xúc và vay mượn ngôn ngữ đã được phát triển rộng rãi, cung cấp khung phân tích cho việc hiểu cơ chế và hệ quả của hiện tượng này. Đầu tiên là lý thuyết tiếp xúc ngôn ngữ (Language Contact Theory) của Uriel Weinreich (1953). Weinreich đã đặt nền móng cho nghiên cứu tiếp xúc ngôn ngữ bằng cách hệ thống hóa các khái niệm như: "can thiệp ngôn ngữ" (linguistic interference) và "tính song ngữ" (bilingualism). Ông phân tích cách mà các yếu tố ngôn ngữ (ngữ âm, ngữ pháp, từ vựng) từ một ngôn ngữ này xâm nhập và làm thay đổi một ngôn ngữ khác khi người nói cố gắng sắp xếp hoặc chuyển đổi giữa hai hệ thống cấu trúc khác nhau trong trí não, dẫn đến sự "tái tạo các mô hình ngôn ngữ" (rearranging of patterns). Tiếp đó, lý thuyết vay mượn ngôn ngữ (Loanword Theory) của Einar Haugen (1950) đã mở rộng khái niệm vay mượn bằng cách phân loại các hình thức vay mượn (như vay mượn hình thức, vay mượn ngữ nghĩa) và phân tích các yếu tố xã hội - ngôn ngữ ảnh hưởng đến quá trình này. Ông cũng xác định các cấp độ tích hợp khác nhau trong bối cảnh tiếp xúc ngôn ngữ, chia thành ba cấp độ: chuyển mã (code-switching), tích hợp (integration) và đồng hóa (assimilation) (Haugen, 1950, 1953). Giống như Weinreich, Haugen nhấn mạnh vai trò của tính song ngữ và khẳng định quá trình vay mượn này bắt đầu và được thực hiện hoàn toàn bởi những người nói song ngữ (bilingual speakers) khi họ cố gắng áp dụng các mô hình của ngôn ngữ này vào ngữ cảnh của ngôn ngữ kia. Tiếp sau nghiên cứu kinh điển của Weinreich và Haugen là một loạt các nghiên cứu về mô hình tiếp xúc và biến đổi ngôn ngữ. Tiêu biểu là mô hình tiếp xúc ngôn ngữ của Thomason và Kaufman (1988) tập trung vào cường độ, thời gian tiếp xúc và bối cảnh xã hội giữa các cộng đồng ngôn ngữ. Các tác giả phân biệt giữa "vay mượn" (borrowing), xảy ra khi người nói tiếp nhận một số yếu tố từ ngôn ngữ khác, và "sự can thiệp do dịch chuyển ngôn ngữ" (shift-induced interference), xảy ra trong các tình huống tiếp xúc ngôn ngữ kéo dài và không cân bằng quyền lực, dẫn đến những thay đổi sâu rộng hơn. Trong bối cảnh Hàn lưu, sự vay mượn từ Hàn Quốc vào tiếng Việt có thể được xem là một hình thức vay mượn, chủ yếu ảnh hưởng đến từ vựng.

Liên quan tới sự biến đổi của ngôn ngữ trong quá trình vay mượn và tiếp nhận, có thể đề cập tới lý thuyết về ngôn ngữ học xã hội và biến đổi ngôn ngữ (Sociolinguistics and

Language Change) của nhà ngôn ngữ học xã hội Labov (2001). Lý thuyết này chỉ ra sự thay đổi ngôn ngữ không chỉ là hiện tượng cô lập mà luôn được vận hành song hành với các yếu tố cấu trúc xã hội. Trong đó, cộng đồng ngôn ngữ (speech communities) và tính đồng nhất xã hội (social identity) đóng vai trò quan trọng. Theo Labov, các biến đổi ngôn ngữ thường được thúc đẩy mạnh mẽ bởi các nhóm xã hội có kết nối mạng lưới cao, đặc biệt là phụ nữ và giới trẻ. Trong đó, giới trẻ, với tính linh hoạt và xu hướng đổi mới, thường là nhóm tiên phong trong việc tiếp nhận, định hình và lan tỏa các yếu tố ngôn ngữ mới, như một công cụ biểu đạt gắn liền với các trào lưu văn hóa hoặc phong cách sống mà họ hướng tới.

Tại Việt Nam, “từ mượn tiếng Hàn” không chỉ là sự chuyển giao đơn thuần về mặt từ vựng mà còn mang theo những giá trị văn hóa, cảm xúc và bản sắc xã hội của văn hóa Hàn Quốc. Ví dụ: Từ "oppa" (오빠) trong tiếng Hàn, ban đầu có nghĩa là "anh trai" (chỉ nữ giới gọi nam giới lớn tuổi hơn). Tuy nhiên, khi du nhập vào tiếng Việt thông qua các bộ phim K-drama và nhóm nhạc K-pop, từ này đã mở rộng nghĩa và được sử dụng một cách linh hoạt hơn để chỉ những nam thần tượng, những người đàn ông được ngưỡng mộ, hoặc thậm chí là cách gọi thân mật giữa bạn bè, đặc biệt phổ biến trong các bình luận trên TikTok và các nhận xét trên Facebook. Hiện tượng này phản ánh sự biến đổi nghĩa của từ mượn trong ngữ cảnh mạng xã hội Việt Nam. Tương tự, "aegyo" (애교) từ khái niệm "cử chỉ dễ thương" đã trở thành một cách thức biểu đạt cảm xúc phổ biến trong cộng đồng trực tuyến Việt Nam, thể hiện rõ chức năng ngữ dụng của từ mượn. Như vậy, các lý thuyết nêu trên cung cấp một căn cứ vững chắc để nghiên cứu cách thức các từ mượn tiếng Hàn du nhập, tiếp nhận và được sử dụng trong giao tiếp của giới trẻ Việt Nam. Theo đó, quá trình vay mượn này diễn ra thông qua ba yếu tố chính: 1) Ngôn ngữ cho (donor language): tiếng Hàn; 2) Phương tiện trung gian (mediator): Làn sóng Hàn lưu - thông qua K-pop, K-drama, chương trình giải trí, và sự lan truyền trên mạng xã hội; 3) Chủ thể tiếp nhận (recipient community): giới trẻ Việt Nam.

2.3 Hàn lưu và sự du nhập của từ mượn tiếng Hàn vào Việt Nam

Sự xuất hiện của các từ mượn tiếng Hàn trong giao tiếp hàng ngày của giới trẻ Việt Nam không phải là một hiện tượng tức thời mà là kết quả của một quá trình phát triển sâu rộng của Hàn lưu, được lan tỏa qua nhiều kênh như: truyền hình, âm nhạc, phim ảnh, thời trang và đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội. Để hiểu rõ hơn về quá trình tiếp nhận và phát triển này trong bối cảnh Việt Nam, dựa trên các nghiên cứu của Trần Thị Hương và cộng sự (2020), người viết tạm chia quá trình lan tỏa của Hàn lưu tại Việt Nam thành ba giai đoạn chính, cùng với đó liệt kê một số từ mượn phổ biến trong từng thời kỳ như sau.

Giai đoạn 1: Hàn lưu 1.0 - Khởi đầu qua phim truyền hình (khoảng 1997-2007). Đây là giai đoạn khởi đầu của làn sóng Hàn lưu tại Việt Nam, chủ yếu thông qua sự phổ biến của các bộ phim truyền hình Hàn Quốc như "Mối tình đầu" hay "Nàng Dae Jang Geum". Sự tiếp cận văn hóa Hàn Quốc còn hạn chế, chủ yếu qua phụ đề phim hoặc lồng tiếng. Ở giai đoạn này, người tiêu thụ sản phẩm văn hóa bắt đầu tiếp xúc và sử dụng một số từ mượn cơ bản của tiếng Hàn như "oppa" (오빠), hay tên món ăn "kimchi" (김치) và "bulgogi" (불고기)...

Giai đoạn 2: Hàn lưu 2.0 - Bùng nổ K-pop toàn cầu (khoảng 2008-2017). Giai đoạn này chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ của K-pop với các nhóm nhạc như: TVXQ, Super Junior, Girls' Generation, Big Bang hay EXO, lan rộng ra ngoài phạm vi châu Á. Hàn lưu không còn là xu hướng thụ động qua phim ảnh mà trở thành một hiện tượng văn hóa tương tác hơn thông qua âm nhạc và thần tượng. Từ mượn nổi bật: Từ mượn tiếng Hàn bắt đầu lan rộng và chuyên biệt hóa trong các cộng đồng fan K-pop. Các thuật ngữ chuyên môn và biểu đạt cảm xúc liên quan đến văn hóa thần tượng xuất hiện như: “comeback” (컴백) - chỉ việc

nghệ sĩ trở lại với sản phẩm âm nhạc mới; “fancam” (팬캠) - video do người hâm mộ ghi lại tại các sự kiện; “bias” (최애) - thành viên được yêu thích nhất trong một nhóm nhạc; và “daebak” (대박) - từ cảm thán thể hiện sự tuyệt vời hoặc đỉnh cao.

Giai đoạn 3: Hàn lưu 3.0 - Mạng xã hội và thế hệ Z (khoảng 2018-nay). Với sự phát triển vượt bậc của các nền tảng mạng xã hội như: TikTok, YouTube, Instagram, Hàn lưu đã lan tỏa mạnh mẽ và sâu rộng hơn, vượt ra ngoài giới hạn của cộng đồng fan K-pop để đến với toàn bộ giới trẻ Việt Nam, đặc biệt là thế hệ Z. Vai trò của những người có sức ảnh hưởng tại địa phương cũng trở nên rõ rệt trong việc lan tỏa "K-Style" nói chung. Giai đoạn này, các từ mượn tiếng Hàn không chỉ giới hạn trong lĩnh vực giải trí mà còn đi vào ngôn ngữ lóng thường ngày và biểu đạt cảm xúc cá nhân. Các từ mượn tiêu biểu như: "fighting" (파이팅), thể hiện sự cổ vũ, khuyến khích; "ulzzang" (얼짱), chỉ người có khuôn mặt đẹp; các từ liên quan đến phong cách sống (chẳng hạn như: "mukbang" (먹방) hay "skincare") và biểu cảm cảm xúc như "aegyo" (애교).

Có thể thấy, việc từ mượn tiếng Hàn du nhập vào tiếng Việt không phải là một quá trình ngẫu nhiên mà diễn ra qua nhiều kênh (channels) và phương tiện khác nhau. Sự đa dạng của các kênh này quyết định dạng thức, mức độ lan tỏa và độ ổn định của từ mượn. Các con đường chính bao gồm: truyền thông đại chúng, nền tảng số, mạng xã hội, cộng đồng fan, hoạt động giao lưu kinh tế - văn hóa, và giáo dục ngôn ngữ.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Quá trình thu thập và phân tích dữ liệu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (mixed methods), kết hợp tổng hợp phân tích tài liệu và thu thập và phân tích dữ liệu định lượng. Bên cạnh đó, nghiên cứu tiến hành quan sát mô tả ngữ liệu trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến tại Việt Nam như: Facebook, TikTok và YouTube - những không gian có lượng người dùng trẻ cao và đóng vai trò quan trọng trong việc lan truyền nội dung liên quan đến K-pop và K-drama. Hoạt động quan sát tập trung vào các bài đăng, video và bình luận có chứa từ khóa liên quan đến Hàn lưu nhằm ghi nhận sự xuất hiện và cách thức sử dụng các từ mượn tiếng Hàn; tần suất được đánh giá dựa trên mức độ lặp lại của từ trong các ngữ cảnh khác nhau. Trong đó, phương pháp trọng tâm của nghiên cứu là khảo sát xã hội học được thực hiện thông qua bảng hỏi trực tuyến (Google Forms).

Việc khảo sát được thực hiện trên đối tượng là thanh thiếu niên Việt Nam, chủ yếu nằm trong nhóm 16-26 tuổi; một số phần hỏi ngoài phạm vi này (dưới 16 và trên 26 tuổi) được ghi nhận nhưng chiếm tỷ lệ không đáng kể. Đây là nhóm đối tượng chịu ảnh hưởng mạnh mẽ nhất của Hàn lưu và có mức độ tương tác cao trên các nền tảng số. Do hạn chế về mặt địa lý và thời gian thực hiện nghiên cứu, quá trình khảo sát được thực hiện theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện kết hợp lấy mẫu dây chuyền (qua mối quan hệ quen biết và sự giới thiệu mở rộng của chính các đáp viên). Do vậy, đối tượng khảo sát tập trung tại thành phố Hà Nội.

Nội dung khảo sát tập trung vào khả năng nhận diện từ/cụm tiếng Hàn; tần suất sử dụng; bối cảnh xuất hiện (phim ảnh, K-pop, đời sống, thời trang...); và thái độ/đánh giá của người dùng đối với hiện tượng này. Bảng hỏi khảo sát được chia thành bốn phần chính: (1) Thông tin nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, ngành học, khu vực sinh sống); (2) Mức độ nhận diện từ mượn tiếng Hàn; (3) Tần suất và bối cảnh sử dụng các từ/cụm từ cụ thể; (4) Thái độ và đánh giá của người tham gia đối với hiện tượng vay mượn. Các câu hỏi sử dụng kết hợp thang đo định danh (giới tính, ngành học), câu hỏi lựa chọn nhiều phương án. Trong giới hạn

phạm vi nghiên cứu, khảo sát chưa đi sâu đánh giá năng lực ngôn ngữ hay trình độ tiếng Hàn chính thức, mà chỉ xem xét mức độ nhận diện và sử dụng, đồng thời tìm ra một số từ mượn tiếng Hàn có tần suất sử dụng cao nhất. Kết quả của nghiên cứu sẽ là cơ sở để người viết tiếp tục thực hiện các nghiên cứu về sau liên quan tới cơ chế và yếu tố tác động tới quá trình tiếp nhận từ mượn tiếng Hàn, hay vấn đề tiếp biến văn hóa, bản sắc fandom của từng cộng đồng yêu thích sản phẩm văn hóa Hàn lưu cụ thể...

Khảo sát được thực hiện trong 3 tháng, từ 01/06/2025 đến 31/08/2025. Nghiên cứu đặt mục tiêu thu thập được tối thiểu 300 phản hồi hợp lệ và trên thực tế đã thu thập được 306 phản hồi hợp lệ. Dữ liệu định lượng sau đó được tổng hợp và xử lý, trực quan hóa thông qua phần mềm bảng tính (Google Sheets/Microsoft Excel). Phân tích chính tập trung vào phần thống kê mô tả về tần suất và tỷ lệ phần trăm cho các mục tiêu chính của nghiên cứu (ví dụ: tỷ lệ người nhận diện từ, tần suất sử dụng, phân bố theo bối cảnh, và thái độ).

3.2. Danh mục từ vựng khảo sát

Trước khi xây dựng bảng hỏi, nhóm nghiên cứu tiến hành khảo sát sơ bộ khoảng 200 bài đăng, video và bình luận trên các nền tảng Facebook, TikTok và YouTube trong giai đoạn 2024-2025, tập trung vào các nội dung liên quan đến K-pop và K-drama (dựa trên từ khóa như: tên nhóm nhạc, bộ phim, hashtag fandom). Danh mục từ vựng được tập hợp và xây dựng từ ba nguồn chính: (1) các nền tảng mạng xã hội phổ biến tại Việt Nam (Facebook, TikTok, X/Twitter); (2) cộng đồng người dùng chịu ảnh hưởng của Hàn lưu (K-pop, K-drama, các fandom); và (3) các nghiên cứu trước đây về ảnh hưởng của Hàn lưu tới đời sống giới trẻ Việt Nam. Từ danh mục ban đầu gồm khoảng 50-60 đơn vị từ được ghi nhận lặp lại nhiều lần trong ngữ liệu quan sát, nhóm nghiên cứu tiến hành chọn lọc theo các tiêu chí: (i) mức độ xuất hiện tương đối phổ biến; (ii) khả năng nhận diện rộng rãi trong cộng đồng người trẻ; và (iii) chức năng giao tiếp rõ ràng trong bối cảnh sử dụng thực tế. Danh mục cuối cùng được rút gọn còn 30 đơn vị và phân nhóm theo chức năng sử dụng. Sau khi chọn lọc, danh mục cuối cùng gồm các từ thuộc ba nhóm chức năng chính: (1) từ/cụm từ biểu thị cảm xúc và thán từ; (2) từ xưng hô và các từ dùng trong quan hệ thân mật/phi chính thức; (3) tên nhân vật hoặc đơn vị ngôn ngữ gắn với sản phẩm văn hóa Hàn Quốc có ảnh hưởng cao trong thời gian gần đây. Danh mục từ vựng được sử dụng trong khảo sát (kèm phân loại sơ bộ) được trình bày trong bảng sau.

Bảng 1

Nhóm Từ xưng hô/Quan hệ thân mật

STT	Từ mượn (Gốc Hàn/Phiên âm)	Nghĩa gốc
1	오빠 (Oppa)	Anh trai / người yêu (nam)
2	언니 (Unni)	Chị gái / chị bạn (nữ)
3	아빠 (Appa)	Bố
4	엄마 (Eomma)	Mẹ
5	여보야 (Yeoboya) / 여보세요 (Yeoboseyo)	Vợ / chồng ơi (gọi thân mật) / Alo (gọi điện)
6	자기야 (Jagiya)	Cung / Em yêu / Anh yêu
7	남편 (Nampyeon)	Chồng

Trong bảng hỏi, các từ vựng nêu trên được trình bày nguyên dạng tiếng Hàn kèm chuyển tự La-tinh phổ biến, nhằm đảm bảo người tham gia có thể nhận diện chính xác. Việc giới hạn danh mục ở các nhóm từ này xuất phát từ mục tiêu khảo sát: xác định mức độ nhận biết, tần suất sử dụng và ngữ cảnh vận dụng các đơn vị vay mượn trong đời sống trực tuyến, thay vì bao quát toàn bộ hệ thống từ mượn tiếng Hàn đang hiện diện trong tiếng Việt.

3.3. Thông tin đối tượng khảo sát

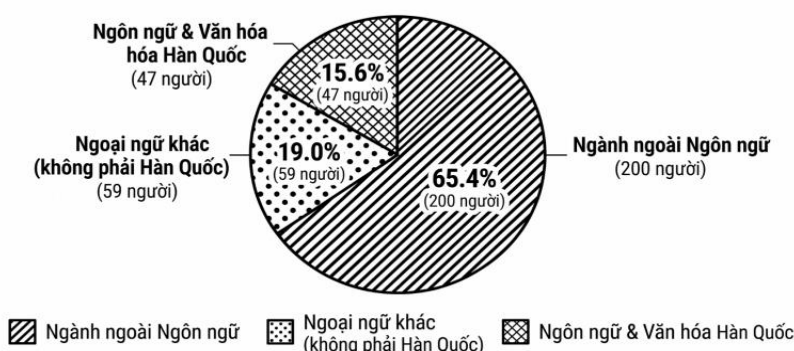
Nghiên cứu đã thu thập được 306 phản hồi hợp lệ. Các đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng khảo sát được trình bày chi tiết dưới đây:

3.3.1. Cơ cấu ngành học

Kết quả khảo sát cho thấy sự đa dạng trong cơ cấu ngành học của người tham gia: 65,4% (200 người) học các ngành ngoài ngôn ngữ; 15,6% (47 người) là người đang theo học hoặc đã tốt nghiệp chuyên ngành Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc; 19% (59 người) đang theo học hoặc đã từng học chuyên ngành các ngoại ngữ khác (không phải Hàn Quốc). Cơ cấu này phản ánh rằng hiện tượng vay mượn từ tiếng Hàn không chỉ giới hạn trong cộng đồng có chuyên môn ngôn ngữ, mà đã lan tỏa rộng rãi ra nhóm sinh viên thuộc các ngành khác.

Biểu đồ 1

Phân bố nhóm mẫu theo đối tượng ngành học

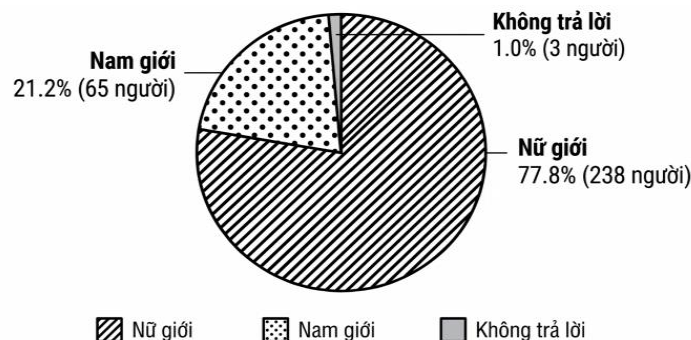


3.3.2. Giới tính và độ tuổi

Về giới tính: Nữ giới chiếm ưu thế với 77,8% (238 người); Nam giới chiếm 21,2% (65 người); 3 người không trả lời. Sự chênh lệch đáng kể này một phần xuất phát từ thực tế sinh viên nữ chiếm đa số tại các trường ngoại ngữ, đồng thời nhóm nữ giới có mức độ tiếp nhận và tương tác với văn hóa Hàn lưu mạnh mẽ hơn, đặc biệt thông qua fandom K-pop/K-drama, vốn thường có tỷ lệ người hâm mộ nữ giới cao.

Biểu đồ 2

Phân bố nhóm mẫu theo giới tính

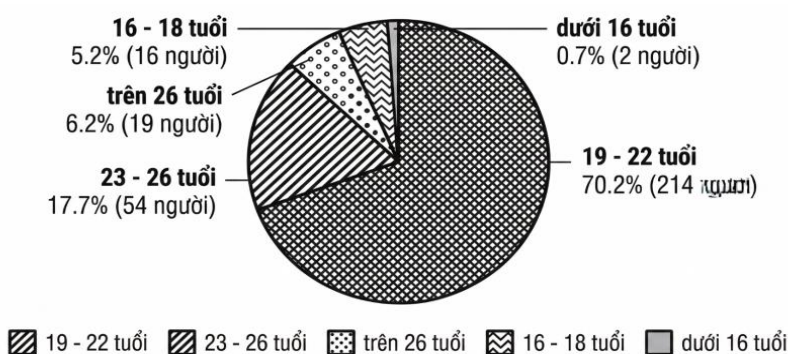


Về độ tuổi: Nhóm 19 - 22 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (70,2% - 214 người); tiếp theo là nhóm 23 - 26 tuổi (17,7% - 54 người); các nhóm còn lại (16 - 18 tuổi: 5,2% - 16 người; trên 26 tuổi: 6,2% - 19 người; dưới 16 tuổi: 0,7% - 2 người) chiếm tỷ lệ thấp hơn. Kết quả này phù

hợp với phạm vi đối tượng nghiên cứu đã đặt ra (16 đến trên 26 tuổi) và phản ánh đúng nhóm nhân khẩu học có tần suất sử dụng mạng xã hội cao nhất, nơi diễn ra hoạt động vay mượn và pha trộn ngôn ngữ thường xuyên. Đây cũng là nhóm tuổi có mức độ tiếp xúc với văn hóa Hàn Quốc cao nhất.

Biểu đồ 3

Phân bố nhóm mẫu theo độ tuổi



3.4. Hạn chế của nghiên cứu

Mặc dù cỡ mẫu 306 là tương đối lớn, nhưng việc thu thập dữ liệu qua khảo sát trực tuyến có thể dẫn đến sai lệch mẫu (self-selection bias) do phương pháp lựa chọn mẫu ngẫu nhiên, thuận tiện. Mẫu có xu hướng nghiêng về nữ giới và nhóm tuổi 16-26 tuổi, đồng thời phần lớn tập trung ở thủ đô Hà Nội, điều này có thể ảnh hưởng đến tính đại diện cho toàn bộ giới trẻ Việt Nam.

Về phạm vi nghiên cứu, nghiên cứu chỉ tập trung vào từ vựng và ngữ dụng, không đi sâu vào các khía cạnh ngữ pháp hay cú pháp. Việc chỉ khảo sát các từ mượn phổ biến có thể bỏ sót những từ ít được biết đến hơn. Cuối cùng, dữ liệu được thu thập trong một khoảng thời gian nhất định (01/06/2025 đến 31/08/2025) chỉ phản ánh thực trạng tại thời điểm đó và có thể không đại diện cho sự biến đổi ngôn ngữ dài hạn. Những hạn chế này sẽ được khắc phục và bổ sung trong các nghiên cứu về sau của nhóm tác giả.

Đồng thời, như đã trình bày ở trên, khảo sát mới chỉ dừng lại ở việc xem xét mức độ nhận diện và sử dụng, đồng thời tìm ra một số từ mượn tiếng Hàn có tần suất sử dụng cao nhất. Kết quả của nghiên cứu sẽ được sử dụng làm dữ liệu đầu vào cho các nghiên cứu sâu hơn về cơ chế và yếu tố tác động tới quá trình tiếp nhận từ mượn tiếng Hàn, hay vấn đề tiếp biến văn hóa, bản sắc fandom của từng cộng đồng yêu thích sản phẩm văn hóa Hàn lưu cụ thể về sau.

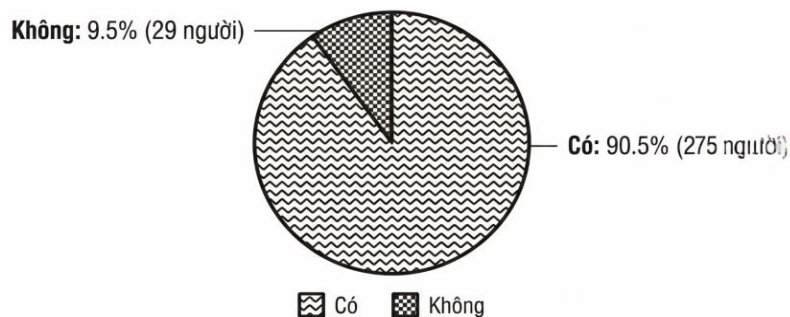
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mức độ nhận diện và sử dụng từ mượn của giới trẻ

Kết quả khảo sát cho thấy một tỷ lệ rất cao người tham gia nhận ra sự xuất hiện của từ hoặc cụm từ tiếng Hàn trong giao tiếp tiếng Việt hằng ngày. Cụ thể, 90,5% (275 người) cho biết họ nhận ra hiện tượng này.

Biểu đồ 4

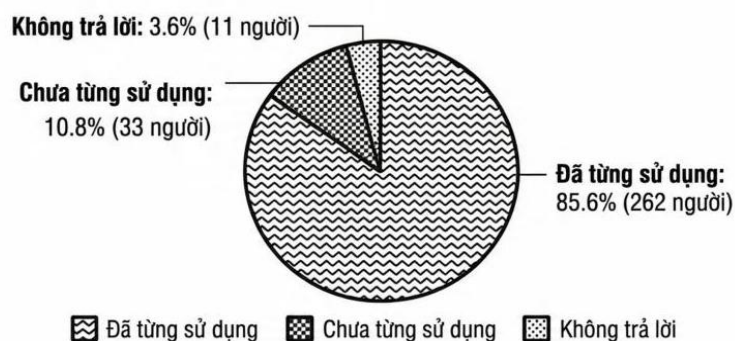
Mức độ nhận diện từ mượn tiếng Hàn trong giao tiếp hàng ngày



Đồng thời, một tỷ lệ rất cao, 85,6% (262 người), cho biết đã từng sử dụng từ mượn tiếng Hàn, chỉ 33 người (10,8%) cho rằng chưa từng sử dụng từ mượn tiếng Hàn. Đặc biệt, khi đối chiếu giữa các nhóm mẫu, kết quả cho thấy không có sự khác biệt đáng kể về mức độ sử dụng từ mượn tiếng Hàn giữa các nhóm độ tuổi/ngành nghề/chuyên ngành khác nhau. Điều này một lần nữa minh chứng cho mức độ ảnh hưởng sâu rộng của tiếng Hàn trong đời sống.

Biểu đồ 5

Kinh nghiệm sử dụng từ mượn tiếng Hàn



Trong phạm vi mẫu nghiên cứu này, chưa ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm đối tượng về mức độ nhận diện và sử dụng từ mượn tiếng Hàn. Nói cách khác, hiện tượng sử dụng từ mượn tiếng Hàn có xu hướng phân bố tương đối đồng đều trong giới trẻ, phản ánh tính phổ quát của ảnh hưởng văn hóa Hàn Quốc trong môi trường giao tiếp hiện nay.

Liên quan đến tần suất sử dụng các từ/cụm từ tiếng Hàn cụ thể, kết quả khảo sát cho thấy sự phổ biến rộng rãi của một số từ nhất định. Dữ liệu cho thấy các từ như: *Michyeosseo?* (85,2%), *Oppa* (79,4%), *Annyeong* (71,6%), *Saranghae* (71,1%), *Gwenchana* (67,1%), *Wae?* (65,4%), *Jinjja?* (63,2%), *Ssibbal* (61,2%), *Unni* (56,5%), *Aigo/Chugullae?* (53,6%) là những từ được sử dụng với tần suất cao nhất. Trong đó, các nhóm từ thuộc loại cảm thán, biểu cảm và xưng hô (ví dụ: *oppa*, *unni*, *aegyo*, *jinjja*, *daebak*) có tần suất được nhắc đến hoặc nhận diện cao nhất.

Cụ thể, **nhóm từ biểu cảm/cảm thán/tình thái** là nhóm chiếm tỷ lệ cao nhất trong các từ được sử dụng phổ biến nhất, phản ánh nhu cầu biểu đạt cảm xúc mạnh mẽ của giới trẻ trên môi trường trực tuyến. Trong đó, một số từ mượn tiếng Hàn có tần suất sử dụng cao (trên 50% đáp viên lựa chọn) được trình bày trong Bảng 2 dưới đây.

Bảng 2

Các từ vựng có mức độ sử dụng trên 50% thuộc nhóm từ biểu cảm/cảm thán/tình thái

Từ mượn	Nghĩa gốc	Mức độ sử dụng	Đặc điểm
미쳤어? (Michyeosseo?)	"Mày/Bạn điên à?", dùng để hỏi một cách ngạc nhiên, tức giận, hoặc trêu chọc.	85,2%	Thường được dùng với giọng điệu vui vẻ, trêu chọc bạn bè khi họ làm điều gì đó bất ngờ, hoặc đôi khi biểu thị sự ngạc nhiên cao độ. Hiếm khi được dùng với hàm ý tiêu cực nghiêm trọng.
안녕 (Annyeong)	"Xin chào" (thân mật) hoặc "Tạm biệt" (thân mật)	71,6%	Thường được dùng như lời chào hỏi thân mật giữa bạn bè, đặc biệt trong giao tiếp trực tuyến, tạo không khí vui vẻ, trẻ trung.
사랑해 (Saranghae)	"Anh/Em yêu anh/em"	71,1%	Thường được dùng để bày tỏ tình cảm yêu mến, thân thiết một cách vui vẻ, đôi khi có phần "pha trò" với bạn bè thân thiết, hoặc trong các bình luận thể hiện sự yêu thích thần tượng. Hiếm khi dùng trong ngữ cảnh nghiêm túc như lời tỏ tình chính thức.
괜찮아 (Gwenchana)	"Không sao đâu", "Ổn rồi"	67,1%	Dùng để an ủi, trấn an hoặc bày tỏ rằng mọi thứ đều ổn, thường trong ngữ cảnh không trang trọng.
왜? (Wae?)	"Tại sao?"	65,4%	Thường được sử dụng như một thán từ ngắn gọn trong giao tiếp trực tuyến nhằm biểu đạt sự ngạc nhiên, chất vấn hoặc phản ứng tức thời trước một tình huống bất ngờ. Trong nhiều trường hợp, từ này được lồng ghép vào câu tiếng Việt để tăng sắc thái biểu cảm và tạo hiệu ứng hài hước.
진짜? (Jinjja?)	"Thật sao?", "Thật ư?", dùng để hỏi hoặc cảm thán sự thật thà, hoặc bất ngờ.	63,2%	Thường được dùng như thán từ để biểu đạt sự ngạc nhiên, khó tin, hoặc đôi khi là yêu cầu xác nhận một thông tin.
씨발 (Ssibbal)	Từ chửi thề rất nặng	61,2%	Thường được dùng trong ngữ cảnh chửi thề/biểu lộ sự tức giận hoặc thất vọng tột độ, nhưng trong giới trẻ có thể được dùng với sắc thái nhẹ hơn, đôi khi là hài hước hoặc để thể hiện sự "bất cần" trong các cộng đồng mạng.
아이고 (Aigo)	Thán từ biểu lộ sự ngạc nhiên, than vãn, mệt mỏi, hoặc đau đớn	53,6%	Dùng phổ biến để than thở nhẹ nhàng, biểu lộ sự mệt mỏi hoặc ngạc nhiên một cách hài hước.

<p>죽을래? (Chugullae?)</p>	<p>“Muốn chết à?” (cách nói mang tính đe dọa hoặc trêu chọc)</p>	<p>53,6%</p>	<p>Trong giao tiếp của giới trẻ Việt Nam, từ này thường được sử dụng với sắc thái hài hước hoặc trêu đùa thay vì mang nghĩa đe dọa nghiêm trọng như trong ngữ cảnh gốc. Việc sử dụng cho thấy xu hướng vay mượn các cấu trúc cảm thán mang tính kịch tính để tăng hiệu ứng biểu cảm trong môi trường mạng xã hội.</p>
------------------------------	--	--------------	---

Nhóm từ xưng hô và quan hệ thân mật cho thấy cách từ mượn được dùng để thiết lập và củng cố các mối quan hệ xã hội trong cộng đồng. Tuy nhiên, chỉ có 2 từ mượn thuộc nhóm này có tỷ lệ lựa chọn cao hơn 50% như trình bày trong Bảng 3 dưới đây.

Bảng 3

Các từ vựng có mức độ sử dụng trên 50% thuộc nhóm từ xưng hô và quan hệ thân mật

Từ mượn	Nghĩa gốc	Mức độ sử dụng	Đặc điểm
오빠 (Oppa)	"Anh trai", dùng bởi nữ giới để gọi nam giới hơn tuổi	79,4%	Đã mở rộng nghĩa để gọi các nam thần tượng K-pop, diễn viên Hàn Quốc, hoặc thậm chí là bạn trai, bạn bè thân thiết hơn tuổi. Thường đi kèm với sắc thái yêu mến, ngưỡng mộ, hoặc làm nũng.
언니 (Unni)	"Chị gái", dùng bởi nữ giới để gọi nữ giới hơn tuổi	56,5%	Dùng để gọi các nữ thần tượng, diễn viên, hoặc bạn bè nữ thân thiết hơn tuổi với sắc thái gần gũi, thân mật.

Nhóm từ Tên nhân vật/liên quan đến sản phẩm văn hóa cụ thể không ghi nhận trường hợp nào đạt tỷ lệ lựa chọn trên 50%. Kết quả này cho thấy, dù thường xuyên xuất hiện trên mạng xã hội và được sử dụng ở một mức độ nhất định trong cộng đồng người yêu thích Hàn lưu, song mức độ phổ biến của nhóm từ này trong bối cảnh giao tiếp nói chung của giới trẻ vẫn còn khá thấp.

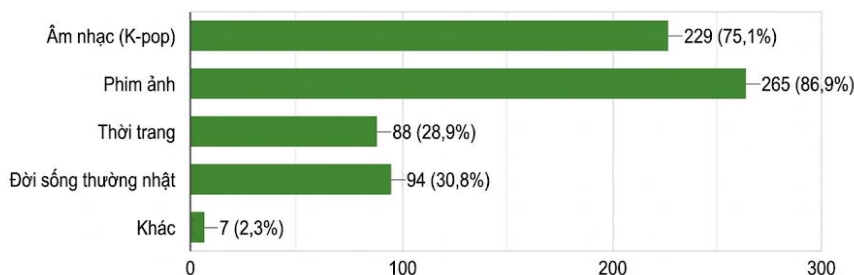
Như vậy, thông qua việc liệt kê các từ mượn tiếng Hàn được sử dụng phổ biến, nghiên cứu đã cho thấy việc sử dụng từ mượn tiếng Hàn trong giới trẻ Việt Nam chủ yếu phục vụ chức năng ngữ dụng nhằm biểu đạt cảm xúc tinh tế, tăng tính biểu cảm và củng cố sự gắn kết trong các cộng đồng có chung sở thích văn hóa Hàn Quốc. Đối với việc biểu đạt cảm xúc và phong cách, các từ mượn phổ biến nhất như: *Michyeosseo?* (85,2%), *Daebak* (43,8%), *Jinjja?* (63,2%), *Aigo* (53,6%), *Saranghae* (71,1%) đều là những từ biểu cảm mạnh mẽ. Việc 67,3% người tham gia sử dụng chúng để “tăng tính biểu cảm và phong cách riêng trong giao tiếp” đã minh chứng cho điều này. Các từ này lấp đầy một khoảng trống về sắc thái biểu cảm mà tiếng Việt có thể diễn đạt được nhưng không cùng độ ngắn gọn hoặc sự "thời thượng", "viral" như từ mượn. Ở khía cạnh gắn kết cộng đồng và bản sắc, 45,6% người tham gia sử dụng từ mượn để “thể hiện sự đồng điệu với cộng đồng fandom hoặc nhóm bạn”. Cùng với việc các từ xưng hô như *Oppa* (79,4%) và *Unni* (56,5%) được sử dụng rộng rãi cho thấy vai trò của từ mượn như biểu tượng nhận diện/bản sắc nhóm (identity markers). Điều này một lần nữa nhấn mạnh việc sử dụng ngôn ngữ chung không chỉ là phương tiện giao tiếp mà còn là cách để khẳng định mình là thành viên của một cộng đồng cụ thể, chia sẻ cùng sở thích và giá trị văn hóa.

4.2. Kênh tiếp cận từ mượn tiếng Hàn

Đối với kênh tiếp cận từ mượn tiếng Hàn, tức nơi giới trẻ có thể tiếp xúc và tiếp nhận các từ mượn được nêu, kết quả khảo sát cho thấy Phim ảnh Hàn Quốc được xác định là nguồn ảnh hưởng chính với 86,9% (265 người). Tiếp theo là K-pop với 75,1% (229 người); Các lĩnh vực khác như đời sống thường nhật (30,8%) và thời trang (29,2%) cũng ghi nhận sự xuất hiện của các từ mượn, song ở mức độ thấp hơn. Điều này cho thấy, đứng trên phương diện cá nhân, đa phần thanh thiếu niên nhận diện được sự xuất hiện thường xuyên của từ mượn trong cuộc sống, đặc biệt là trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật. Như vậy, sự phổ biến của phim ảnh (86,9%) và K-pop (75,1%) như nguồn tiếp nhận chính đã xác nhận các phương thức du nhập thông qua truyền thông đại chúng và nền tảng số. Điều này cho thấy Hàn lưu chính là một cơ chế dẫn truyền ngôn ngữ mạnh mẽ, nơi các sản phẩm giải trí trở thành kênh để truyền tải các yếu tố từ vựng và tạo động lực cho quá trình tiếp biến văn hóa Hàn Quốc vào đời sống của giới trẻ Việt Nam.

Biểu đồ 6

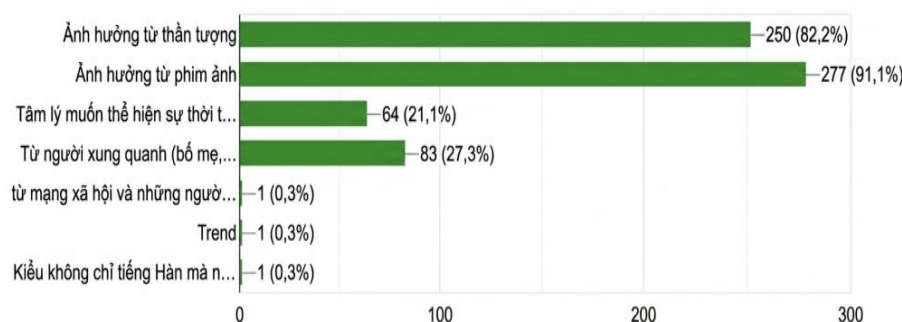
Đánh giá về các kênh tiếp cận từ mượn tiếng Hàn



Không chỉ khẳng định trải nghiệm của bản thân, câu trả lời của các đáp viên khi được hỏi về nguyên nhân khiến từ mượn tiếng Hàn trở nên phổ biến trong giới trẻ Việt Nam một lần nữa khẳng định vai trò của Hàn lưu trong sự du nhập của từ mượn tiếng Hàn. Theo đó, ảnh hưởng từ phim ảnh (91,1% - 277 người) là nguyên nhân hàng đầu; ảnh hưởng từ thần tượng (82,2% - 250 người); tâm lý muốn thể hiện sự thời thượng (21,1% - 64 người); từ người xung quanh (27,3% - 83 người); các yếu tố khác như "Mạng xã hội và người bạn học tiếng Hàn thường xuyên sử dụng các từ mượn đó" và "Trend" cũng được ghi nhận nhưng với tỷ lệ rất thấp (0,3%). Kết quả này làm rõ động lực chính đằng sau sự lan rộng của từ mượn, trong đó yếu tố văn hóa đại chúng (phim ảnh, thần tượng) là chủ đạo, cùng với động cơ xã hội (thể hiện bản thân, ảnh hưởng từ người xung quanh).

Biểu đồ 7

Đánh giá về các nguyên nhân khiến từ mượn tiếng Hàn trở nên phổ biến

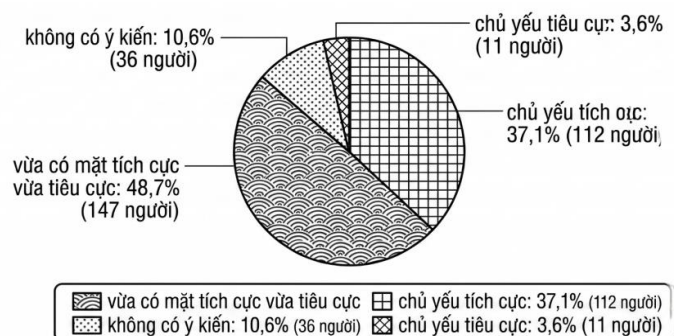


4.3. Đánh giá về hiện tượng từ mượn tiếng Hàn

Khi được hỏi về thái độ đối với việc sử dụng từ mượn tiếng Hàn trong giao tiếp hàng ngày: 48,7% (147 người) người tham gia cho rằng hiện tượng này “vừa có mặt tích cực vừa tiêu cực”; 37,1% (112 người) thiên về nhận định “chủ yếu tích cực”; chỉ 3,6% (11 người) xem đây là hiện tượng “chủ yếu tiêu cực”; 10,6% (36 người) không có ý kiến.

Biểu đồ 8

Đánh giá về việc sử dụng từ mượn tiếng Hàn



Cách nhìn nhận này phản ánh một xu hướng tiếp nhận văn hóa cởi mở và mang tính toàn cầu hóa trong giới trẻ Việt Nam. Mặc dù có gần một nửa số người nhận thấy cả tích cực lẫn tiêu cực, nhưng chỉ một phần rất nhỏ thực sự xem là tiêu cực. Điều này cho thấy giới trẻ Việt Nam không hoàn toàn thụ động trong việc tiếp nhận ngôn ngữ mà có sự đánh giá, lựa chọn. Họ nhận thức được những lợi ích (tính biểu cảm, phong cách) và cả những mặt trái tiềm ẩn (nguy cơ pha tạp). Sự đa dạng trong thái độ này khẳng định sự phức tạp của biến đổi ngôn ngữ xã hội, nơi các giá trị văn hóa và xã hội cùng lúc định hình và định hình lại ngôn ngữ.

5. Kết luận

Như vậy, nghiên cứu đã làm rõ ảnh hưởng của Hàn lưu tới đời sống ngôn ngữ của giới trẻ Việt Nam, thể hiện qua sự du nhập của từ mượn tiếng Hàn trong đời sống ngôn ngữ của giới trẻ trên không gian mạng xã hội. Kết quả khảo sát cho thấy 90,5% người tham gia nhận diện được sự xuất hiện của từ mượn tiếng Hàn trong giao tiếp hàng ngày và 85,6% cho biết đã từng sử dụng các đơn vị này. Phim truyền hình Hàn Quốc (86,9%) và K-pop (75,1%) được xác định là những kênh tiếp xúc chủ yếu. Về thái độ, đa số người tham gia đánh giá hiện tượng này ở mức tích cực hoặc trung lập (85,8%). Các từ thuộc nhóm biểu cảm và xưng hô như *Michyeosseo?* (85,2%), *Oppa* (79,4%), *Annyeong* (71,6%) và *Saranghae* (71,1%) ghi nhận tần suất sử dụng cao, cho thấy xu hướng vay mượn tập trung vào chức năng biểu đạt cảm xúc và xây dựng sự gắn kết trong giao tiếp của giới trẻ.

Với kết quả như vậy, nghiên cứu có ý nghĩa về mặt thực tiễn như sau: Đối với giáo dục và chính sách ngôn ngữ, có thể nói, thay vì lo ngại về "pha tạp" ngôn ngữ, cần có cách tiếp cận năng động hơn, hiểu và chấp nhận những biến đổi tự nhiên này. Có thể sử dụng các từ mượn phổ biến làm cầu nối trong giảng dạy ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc, hoặc làm ngữ liệu để phân tích trong giáo dục tiếng Việt. Trong lĩnh vực truyền thông, đối với truyền thông và sáng tạo nội dung, các nhà sáng tạo nội dung, đặc biệt là những người hướng đến giới trẻ, có thể tận dụng hiểu biết về các từ mượn này để tạo ra nội dung hấp dẫn, gần gũi hơn, nhưng cũng cần có ý thức về vai trò của mình trong việc định hình ngôn ngữ. Cuối cùng, hiện tượng từ mượn cho thấy sự giao thoa văn hóa Hàn - Việt đang diễn ra mạnh mẽ ở cấp độ ngôn ngữ,

phản ánh sự mở cửa và thích ứng của giới trẻ Việt Nam với các xu hướng toàn cầu.

Tổng kết lại, việc vay mượn từ tiếng Hàn là một hiện tượng ngôn ngữ - xã hội phức tạp, không chỉ đơn thuần là sự bổ sung từ vựng mà còn là một phương tiện biểu đạt bản sắc, cảm xúc và sự gắn kết cộng đồng của giới trẻ Việt Nam trong bối cảnh Hàn lưu phát triển mạnh mẽ.

Từ những phát hiện của nghiên cứu, chúng tôi đưa ra một số kiến nghị như sau: Các nhà làm chính sách và giáo dục ngôn ngữ, cần có cái nhìn cởi mở và linh hoạt hơn đối với sự biến đổi ngôn ngữ tự nhiên trong giới trẻ. Thay vì nhìn nhận hiện tượng này theo hướng tiêu cực, nên tập trung vào việc giáo dục về ý thức sử dụng ngôn ngữ, phân biệt giữa giao tiếp chính thức và phi chính thức, và khuyến khích sự sáng tạo có ý thức. Cần khuyến khích giới trẻ ý thức được vai trò của mình trong việc định hình ngôn ngữ. Việc sử dụng từ mượn một cách sáng tạo có thể làm phong phú ngôn ngữ, nhưng cũng cần cân nhắc đến bối cảnh giao tiếp và đối tượng để đảm bảo hiệu quả và sự tôn trọng tiếng Việt. Cuối cùng, đối với các nhà nghiên cứu văn hóa và truyền thông, cần tiếp tục theo dõi và nghiên cứu các xu hướng giao thoa văn hóa, để hiểu rõ hơn về những tác động đa chiều của Hàn lưu không chỉ đến văn hóa mà còn đến các khía cạnh khác của đời sống xã hội.

Tài liệu tham khảo

- Cao, T. H. B., Ha., T. H., Tran, M. L., Nguyen, T. H., Tran, T. N., & Bui, T. O. (2020). *Tổng mục nghiên cứu Hàn Quốc học tại Việt Nam giai đoạn 2015–2020* [Comprehensive bibliography of Korean studies in Vietnam for the period 2015–2020]. Social Sciences Publishing House.
- Haugen, E. (1950). The analysis of linguistic borrowing. *Language*, 26(2), 210–231. <https://www.jstor.org/stable/4217046>
- Haugen, E. (1953). *The Norwegian language in America: A study in bilingual behavior*. University of Pennsylvania Press. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1042013>
- Labov, W. (2001). *Principles of linguistic change: Social factors* (Vol. 2). Blackwell Publishers. <https://fr.scribd.com/document/520014402/Language-in-Society-29-William-Labov-Principles-of-Linguistic-Change-Volume-2-Social-Factors-Blackwell-2001>
- Thomason, S. G., & Kaufman, T. (1988). *Language contact, creolization, and genetic linguistics*. University of California Press. <https://www.ucpress.edu/books/language-contact-creolization-and-genetic-linguistics/paper>
- Tran, T. H., & Cao, T. H. B. (2015). Ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam: Nhìn từ góc độ liên ngành [The influence of Hallyu in Vietnam: An interdisciplinary perspective]. *Journal of Korean Studies*, 4, 3–25. <https://www.studocu.vn/vn/document/hoc-vien-ngoai-giao-viet-nam/chinh-sach-doi-ngoai-viet-nam/anh-huong-cua-han-luu-phan-1-word-2003-12/58969717>
- Tran, T. H., Cao, T. H. B., & Ha, T. H. (2020). *Ảnh hưởng của Hallyu đến lối sống và nhận thức của thanh thiếu niên Việt Nam* [The influence of Hallyu on the lifestyle and perception of Vietnamese youth]. Vietnam National University Press.
- Weinreich, U. (1953). *Languages in contact: Findings and problems*. Linguistic Circle of New York. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9783110802177_A19970832/preview-9783110802177_A19970832.pdf