

NGÔN NGỮ VÀ VĂN HÓA

**LỜI KHEN TRÊN FACEBOOK VỀ HÌNH THỨC
BÊN NGOÀI CỦA NỮ GIỚI VIỆT NAM HIỆN NAY****PHẠM THỊ HÀ***

TÓM TẮT: Lời khen là một hiện tượng phổ biến trong giao tiếp nói chung và ngày càng trở nên phổ biến trên mạng xã hội nói riêng. Bài viết này khảo sát 300 lời khen ngẫu nhiên trên facebook về hình thức bên ngoài dành cho nữ giới. Từ đó, bài viết chỉ ra bên cạnh những điểm tương đồng với lời khen trong giao tiếp thông thường, lời khen trên facebook còn mang những đặc trưng riêng biệt, những hiện tượng ngôn ngữ mới lạ, thể hiện sự vận động của xã hội cũng như của biến thể ngôn ngữ mạng.

TỪ KHÓA: lời khen; hình thức bên ngoài; nữ giới; facebook; mạng xã hội.

NHẬN BÀI: 07/04/2024.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 10/06/2024

1. Đặt vấn đề

Có rất nhiều cách định nghĩa khác nhau về lời khen (*compliment/praise*), tuy nhiên, tất cả đều thống nhất đó là các ngôn từ thể hiện sự công nhận, đánh giá tích cực về một đối tượng nào đó. Chẳng hạn, khen là nói đến sự đánh giá tốt về ai, về cái gì, việc gì với ý vừa lòng (Hoàng Phê, Từ điển tiếng Việt, 2006); khen là sự kết hợp của những đánh giá tích cực, những cảm xúc thi vị, tình cảm ngầm chứa và mong muốn làm người khác hài lòng (Weirzbicka, Annal, 1991); khen là hành vi ngôn ngữ thể hiện một cách rõ ràng hay ngầm ẩn sự đánh giá cao đối với ai đó (thông thường không phải là chính người nói) về tính cách, tài sản, kỹ năng...mà cả người nói lẫn người nghe đều công nhận mặt tích cực đó (Holmes, Janet, 1988).

Không phải ngẫu nhiên mà lời khen đã trở thành một trong những hành vi ngôn ngữ phổ biến nhất trong giao tiếp của toàn nhân loại và được nghiên cứu từ rất sớm. Tuy nhiên, ý nghĩa, mục đích, chức năng và cách nhận diện lời khen cũng tùy thuộc vào từng nền văn hóa khác nhau. Có những lời khen được chờ đón đối với nền văn hóa này nhưng lại là điều kiêng kỵ ở một nền văn hóa khác. Vì thế, đằng sau lời khen còn có những khoảng tối, những phần nhạy cảm và thậm chí là những “góc xấu xí” nếu nó không được xuất phát từ mục đích chân thành và không tính đến những nhân tố văn hóa - xã hội chi phối.

Cùng với sự phát triển của công nghệ số, cùng với chê, khen được coi là một trong hai đặc điểm nổi bật trong lời bình luận (comment) xuất hiện khá thường xuyên trên mạng xã hội. Theo quan sát của chúng tôi, trong giao tiếp của người Việt, mặc dù lời khen có nội dung và đối tượng rất phong phú: khen về năng lực, phẩm chất, tính cách, vật sở hữu, hình thức bên ngoài...của tất cả mọi người, ở mọi lứa tuổi khác nhau...nhưng khen về hình thức bên ngoài của nữ giới là phổ biến nhất. Điều này có lẽ xuất phát từ một “định kiến vô thức” rằng phụ nữ là phái đẹp, phụ nữ luôn muốn mình trở nên xinh đẹp và luôn chờ đón những lời khen về vẻ đẹp bề ngoài. Vì thế, không biết từ bao giờ, chúng ta đã mặc định vẻ đẹp bên ngoài như một tiêu chuẩn và tôn vinh nó thành một tố chất đương nhiên phải có của phụ nữ.

Bài viết này khảo sát 300 lời khen ngẫu nhiên, chân thành về hình thức bên ngoài dành cho nữ với tư cách là người được khen trên một số tài khoản facebook cá nhân từ tháng 1/2024 đến tháng 3/2024 để xem xét bên cạnh những điểm tương đồng với lời khen trong giao tiếp thông thường, lời khen trên facebook còn mang những đặc trưng riêng biệt, những hiện tượng ngôn ngữ mới lạ, thể hiện sự vận động của xã hội cũng như của biến thể ngôn ngữ mạng.

2. Nội dung**2.1. Chủ đề khen**

*TS; Trường Đại học Sư phạm Hà Nội; Email: hapt@hnue.edu.vn

Chủ đề khen về hình thức bên ngoài của nữ giới trên facebook có phạm vi hạn chế hơn so với giao tiếp hàng ngày. Đối tượng của lời khen trên facebook thường là những hình ảnh được chủ nhân đăng tải trên trang cá nhân. Vì thế, chiếm đại đa số là những lời khen về tổng thể hình thức nói chung. Khảo sát tư liệu thực tế 300 lời khen cho thấy:

Có 260/300 (86,7%) lời khen mang tính khái quát với nội dung khen là xinh, đẹp, trẻ, hấp dẫn... Ví dụ:

Ui, đẹp đão, đẹp mọi phương diện!

Wow, cô ơi trẻ đẹp quá!

Đẹp và mới nha, thả tim, thả tim!

Trong khi đó, chỉ có 40/300 (13,3%) lời khen tập trung vào các chi tiết cụ thể như: vóc dáng, khuôn mặt, đôi mắt, nụ cười, bàn tay hay trang phục. Ví dụ:

Vẫn nụ cười tỏa nắng làm mê đắm bao người.

Ôi, đôi mắt đầy mê hoặc!

Eo ôi thân hình chữ M...ê!

2.2. Cách thức khen

Diễn ra trong không gian ảo cùng với việc ưu tiên tốc độ truyền tin nhanh nên các lời khen trực tiếp chiếm ưu thế vượt trội, chiếm 211/300 (70,3%) PVTLSK. Số còn lại: 89/300 (29,7%) là các lời khen gián tiếp.

Lời khen trực tiếp là lời khen được đánh dấu bằng những tính từ/ động từ mang nghĩa tích cực mà người đọc có thể dễ dàng tiếp nhận, ví dụ:

Thần thái xinh đẹp ngút ngàn!

Vẫn mãi xinh đẹp như tuổi 18, H ơi.

Nhiều lời khen trên facebook không chỉ dùng một tính từ, động từ mang nghĩa tích cực đơn lẻ mà có khi là hiện tượng tính từ/ động từ “đúp” hoặc thậm chí cả chuỗi liên tiếp làm tăng thêm mức độ cũng như sắc thái cụ thể cho lời khen, ví dụ:

Đẹp, sang, gọi cảm lắm bạn iu!

Mặn mà, quyến rũ, ngọt ngào hơn cả mùa thu rồi em ơi!

Ngược lại, lời khen gián tiếp là cách nói hàm ẩn, không có những động từ, tính từ mang nghĩa tích cực nên người tiếp nhận phải sử dụng thao tác suy ý, ví dụ:

Siu mẫu xứ Hà Thành đây rồi!

AI cũng thua những tấm hình này!

Trong PVTLSK, lời khen gián tiếp được tạo thành bởi một số loại câu sau:

Câu trần thuật (49/89) chiếm 55%, ví dụ:

Wow, mình tình màn ảnh mới xuất hiện; Mẫu còn theo em dài dài đấy.

Câu so sánh (15/89) chiếm 16,7%, ví dụ:

Như nàng thiếu nữ Natasa.

Câu hỏi (14/89) chiếm 15,7%, ví dụ:

Ui, công chúa ở câu chuyện cổ tích nào đây?

Câu cảm (14/89) chiếm 15,7%, ví dụ:

Sinh viên học mãi không chịu ra trường, kém quá! (gián tiếp khen trẻ hơn so với tuổi thật)

Câu phủ định (2/89) chiếm 0,06%, ví dụ: *Ôi, không thể không wow được chị ơi, chị mình thứ hai không ai chủ nhật.*

Câu cầu khiến (2/89) chiếm 0,06%, ví dụ: *Cô cho em xin vía chiếc váy mảnh mai vạn người mê này đi ạ!*

2.3. Cấu trúc của lời khen

Đa số lời khen trên facebook là những lời khen mang dung lượng ngắn có cấu tạo gồm một từ hoặc cụm từ, vừa để nhấn mạnh, tập trung làm nổi bật tiêu điểm của thông tin vừa “tiết kiệm” thời

gian cho cả người khen và người được khen. Cụ thể, 215/300 (71,7%) lời khen dành cho giới nữ có cấu tạo là từ hoặc cụm từ, thường là tính từ/ cụm tính từ hoặc động từ/ cụm động từ. Ví dụ:

Chất ngất!

Xinh xiu!

Cứ bị mê!

Ngắm mãi không thôi!

Danh từ hoặc cụm danh từ cũng xuất hiện ở một số ít trường hợp, ví dụ:

Công chúa!

Nàng thơ!;

85/300 (28,3%) lời khen trong PVTLS có cấu tạo là câu, ví dụ:

Chị đúng là người đẹp không tuổi, lão hóa ngược là có thật.

Eo thon, dáng ngon, da đẹp, tóc thì chất trẻ xinh.

Một số cấu trúc câu phổ biến trong PVTLS:

+ Chủ ngữ + tính từ, ví dụ: *Nàng đẹp.*

+ Chủ ngữ + từ chỉ mức độ + tính từ/ Chủ ngữ + tính từ + từ chỉ mức độ, ví dụ:

Woa, cô ơi trẻ quá!

Góc hình đẹp mê li, nàng ạ.

+ Chủ ngữ + tính từ + động từ/mệnh đề bộc lộ cảm xúc, ví dụ:

Cô ấy đã xinh còn hay được đi chơi, ngưỡng mộ ghê.

Mấy cú xinh đẹp một cách thái quá như này ai chơi?

+ Chủ ngữ + tính từ + mệnh đề chia sẻ thông tin, ví dụ:

Em xinh đẹp như này những cô gái xứ Hàn không yêu đâu.

Nàng đẹp làm cho mùa thu cũng đẹp lên rất nhiều!

+ Chủ ngữ 1 + ĐT + chủ ngữ 2 + tính từ, ví dụ:

Em thấy cô vẫn xinh đẹp và dịu dàng như xưa.

+ Chủ ngữ + ngày càng + tính từ, ví dụ:

Bạn mình ngày càng sặc xi, quyến rũ nha.

2.4. Ngôn từ trong lời khen

Có thể không khó để đưa ra nhận xét rằng, lời khen trên facebook được sử dụng thoải mái (thậm chí có phần dễ dãi) hơn so với trong giao tiếp thông thường. Dưới mỗi bức ảnh được người dùng đăng tải kèm theo những dòng trạng thái, cảm xúc cá nhân, đa số bình luận là để...khen. Người khen có xu hướng sử dụng các yếu tố ngôn từ để khen ở mức độ cao, đôi khi có phần khuếch đại so với thực tế. Có lẽ vì không phải trực tiếp mặt đối mặt nên người khen dễ trao lời hơn, dù có hơi quá cũng không cảm thấy ngại ngùng. Người nhận dường như cũng ít để ý xem lời khen có đúng và phù hợp với thực tế không. Đối với một số người dùng, facebook là không gian sống ảo nên họ chấp nhận những lời khen ảo như một điều tất yếu, một phương tiện giải trí, làm giảm áp lực cuộc sống và đem lại niềm vui mỗi ngày. Vì thế, có vẻ như lời khen trên facebook càng ở mức độ cao càng làm cho người trao và người nhận cảm thấy thú vị hơn.

Những tính từ/ động từ mang nghĩa tích cực ở thang độ tuyệt đối, những từ cảm thán ở cấp độ cao có thể ít xuất hiện trong giao tiếp hàng ngày nhưng lại thường xuyên xuất hiện đến mức quá quen thuộc trong những lời khen trên facebook. Chẳng hạn:

Tính từ/ ĐT mang nghĩa tích cực, ví dụ: *ngây ngất, mê hồn, ngút ngàn, thần thánh, mê đắm, mê ly, xuất sắc, chất ngất, hút hồn, mê hoặc, đỉnh,...*

Từ chỉ mức độ, ví dụ: *tuyệt, tuyệt vời, cực, quá...đi mắt; quá....mắt thôi, quá...lun (luôn), hết nấc...*

Đặc biệt, để nhấn mạnh, nhiều lời khen trên face đã kết hợp tính từ có ý nghĩa tích cực với những những từ chỉ mức độ vốn chỉ mang nghĩa tiêu cực, tạo nên hiệu ứng mới lạ cho lời khen. Ví dụ:

xinh dã man, xinh xiu, xinh ngất, xinh vật vã, xinh quá đáng/ quá thể đáng, đẹp dzữ, đẹp không chịu nổi, đẹp thế này thì chếcc (chết), v.v.

Thậm chí, một số lời khen còn dùng cách nói ngược, chê để khen, ví dụ:

Tao không thích bọn trẻ dai như này đâu.

Cứ cái ảnh nào che bớt được mặt, tao thấy mày xinh kì lạ.

Tuy nhiên, những lời khen này thường có biểu tượng mặt cười đi kèm để tránh bị hiểu lầm.

Các từ cảm thán thường được xuất hiện, như: *ôi, ui, ối, ồa, wow, úi tà tà (úi chà chà), ối giờ ơi, chắc chắc chắc, uầy, ừ ời, chời, eo ơi, ...*

Trong lời khen trên facebook hiện nay xuất hiện một số thành ngữ hiện đại đã trở nên khá phổ biến dành cho giới trẻ, ví dụ:

mê chữ ê kéo dài; em đẹp em có quyền; ngất trên cành quất; ngoan xinh yêu; thần tiên tí tí; chất như nước cất; chất phát ngất; thứ hai không ai chủ nhật; lão hóa ngược; người đẹp không tuổi; chuẩn không cần chỉnh; sang chảnh, chanh sả; tuyệt vời ông mặt trời, ...

Bên cạnh những hiện tượng ngôn ngữ mới, lời khen trên facebook cũng xuất hiện một số hiện tượng đặc trưng chung của ngôn ngữ mạng hiện nay như:

Tạo ra cách phát âm lệch chuẩn để tạo điểm nhấn cho lời khen, ví dụ: *quá chất lun (luôn); xênh quớ (xinh quá); đẹp xé (đẹp thế); xinh ziên năm nhứt (sinh viên năm nhất); 10 điểmmmmmm (10 điểm); yêu nhờ (yêu nhí); xuynh đẹp tuyệt vời c ơi (xinh đẹp tuyệt vời chị ơi), ...*

Việc sử dụng tiếng Anh theo lối trộn mã (*Uầy, lạng lạng girl, chất quá chị iu/ Trẻ trung, xinh đẹp, chúng tớ đang rất happy/ Cô sắp debut thành người mẫu luôn rồi hờ cô? ...*); phiên âm theo kiểu Việt hóa (*Nghìn lai/ Sec xi lady/ Đùa, như sờ tui đừn...*) hoặc đôi khi có thể sử dụng hoàn lời khen bằng tiếng Anh (*Pretty women/Lovely girl...*).

Trong PVTLKS, chúng tôi cũng thấy xuất hiện một số từ lóng trong lời khen, ví dụ: *hot, khét, slay, cháy...* thường được sử dụng bởi người dùng gen Z nhằm thể hiện thái độ ngạc nhiên trước một hiện tượng mang phong cách riêng, cá tính, thời thượng. Các từ này có thể đứng riêng lẻ hoặc nằm trong một kết hợp tùy theo mức độ của lời khen, ví dụ: *hot hòn hot, khét lẹt, khét lên lẹt, slay quá, cháy ghê...*

3. Thảo luận và kết luận

1) Lời khen là những yếu tố ngôn ngữ nhằm tôn vinh thể diện, là cách thể hiện sự công nhận hình ảnh tích cực của mỗi cá nhân. Lời khen về hình thức bên ngoài có thể xuất hiện ở mọi mối quan hệ thân - sơ, mọi lứa tuổi và địa vị xã hội khác nhau. Bài viết này khảo sát lời khen dành cho nữ với tư cách là người tiếp nhận lời khen và không quan tâm đến yếu tố giới của người khen. Tuy nhiên, trong phạm vi tư liệu khảo sát, chúng tôi nhận thấy đa số người đưa ra lời khen về hình thức bên ngoài của nữ giới chính là nữ giới. Điều này tương đối thống nhất với kết quả của các nghiên cứu đi trước cho rằng phụ nữ có xu hướng thực hiện lời khen nhiều hơn nam giới và cũng không quên trao lời khen nhiều hơn cho người cùng giới. Phụ nữ có xu hướng sử dụng lời khen như một phương tiện để thiết lập mối quan hệ gần gũi trong cả không gian giao tiếp thực lẫn không gian giao tiếp ảo.

2) Có thể coi lời khen là một trong những yếu tố ngôn ngữ phản chiếu rõ nét các giá trị văn hóa bởi nội dung, cách thức khen phải phù hợp với chuẩn mực chung và phải được các thành viên trong cộng đồng nhận diện như là những yếu tố mang tính tích cực. Vì thế mà ngay cả trên facebook, chúng ta cũng dễ dàng bắt gặp những lời khen giống nhau, lặp đi lặp lại về hình thức bên ngoài của nữ giới. Và có lẽ trên không gian ảo này, yếu tố chân thành trong lời khen đang được nói rộng hơn về biên độ bởi những lời khen “có cánh”, “lên tận mây xanh” xuất hiện ngày càng nhiều khiến đôi khi chúng ta cảm thấy khó phân biệt giữa lời khen thật và lời khen ảo.

3) Khi phỏng vấn sâu một số người dùng facebook về những lời khen có mức độ cao được lặp đi lặp lại với nhiều đối tượng khác nhau, chúng tôi nhận được câu trả lời rằng về đẹp về hình thức bên ngoài, bên cạnh chuẩn mực chung của cả cộng đồng xã hội còn phụ thuộc vào quan niệm thẩm mỹ của người nhìn nhận và đánh giá. Hơn nữa, khi sử dụng những yếu tố ngôn từ có tính chất phóng đại,

đưa mức độ lời khen đến giới hạn gần như tuyệt đối (không thể xinh đẹp hơn) là họ muốn nhấn mạnh, tạo ấn tượng cho người tiếp nhận về sự thừa nhận một vẻ đẹp đã được nâng cấp hơn so với phiên bản của chính mình chứ không phải trong sự so sánh với người khác.

4) Dù lời khen trên facebook được hiển thị bằng chữ viết nhưng thực chất là lại là ngôn ngữ nói, mang tính khẩu ngữ rõ rệt, bao gồm cả ngôn ngữ tự nhiên, được sử dụng trong giao tiếp đời thường và ngôn ngữ mới được tạo ra để “thích ứng” với không gian thoại trường ảo là mạng xã hội, góp phần tạo thành “biến thể ngôn ngữ mạng” (Nguyễn Văn Khang, 2019). Trong tư liệu mà chúng tôi thu thập được, dường như người dùng càng trẻ tuổi thì ngôn ngữ càng tiệm cận hơn với những cái mới, cái độc, lạ và phá cách để khẳng định cái tôi cá nhân tự do, thoát ra khỏi những ràng buộc gò bó của khuôn mẫu cũ. Điều đó thể hiện sự vận động của xã hội đã tác động, phản chiếu lên ngôn ngữ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

Tiếng Việt

1. Hoàng Phê (chủ biên) (2010), *Từ điển tiếng Việt*. Nxb Đà Nẵng.
2. Phạm Thị Hà (2020), *Ngôn ngữ và giới: khen – hỏi đáp khen trong tiếng Việt*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
3. Nguyễn Văn Khang (2015), *Một số vấn đề về ngôn ngữ mạng tiếng Việt*, t/c Nguồn nhân lực, Học viện Khoa học xã hội số 11.
4. Nguyễn Văn Khang (2019), *Ngôn ngữ mạng – Biến thể ngôn ngữ trên mạng tiếng Việt*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

Tiếng Anh

5. Anna Wierzbicka (1991), *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. Werner Winter, Volume 53 in the series Trends in Linguistics. Studies and Monographs [TiLSM]
https://doi.org/10.1515/9783112329764https://www.academia.edu/5947434/Wierzbicka_Ann_1991_Cross_cultural_pragmatics
6. Holmes Janet (1988), *Paying compliments: A sex-preferential politeness strategy*.
<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-pragmatics>

Compliments on Facebook about the appearance of women in Vietnam nowadays

Abstract: Compliments are a common phenomenon in communication and have become increasingly prevalent on social media platforms. This study examines 300 randomly selected compliments posted on Facebook about the physical appearance of women in Vietnam. The findings indicate that while these online compliments share similarities with compliments in traditional communication, they also exhibit unique characteristics, novel linguistic phenomena, and reflect social trends and network language variations.

Key words: compliments; appearance; women; facebook; social networks.