



# THÀNH NGỮ MỚI GIỚI TRẺ NHÌN TỪ ĐẶC ĐIỂM NGÔN NGỮ – VĂN HÓA

Đỗ Thùy Trang

Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

**Tóm tắt.** Trong bối cảnh văn hóa xã hội hiện nay, giới trẻ Việt Nam đang có cách lựa chọn và sử dụng tiếng Việt trong giao tiếp một cách khác biệt, tạo ra biến thể ngôn ngữ giới trẻ rất đặc sắc. Một trong những hình thức thể hiện tiêu biểu của ngôn ngữ giới trẻ là các thành ngữ mới, do giới trẻ cải biên và sáng tạo ra, thường được gọi với nhiều cái tên khác nhau như thành ngữ giới trẻ, thành ngữ tân thời, thành ngữ tuổi teen... Bài báo trên cơ sở khảo sát ngữ liệu ở các tờ báo điện tử dành cho giới trẻ để nhận diện, phân tích và lí giải hiện tượng ngôn ngữ này từ góc độ ngôn ngữ – văn hóa, đặc biệt là trong mối tương quan với văn hóa giao tiếp của người Việt.

**Từ khóa.** biến thể ngôn ngữ, giới trẻ, thành ngữ, văn hóa giao tiếp

## 1. Mở đầu

Tiếng Việt hiện nay đang có sự vận động và đổi mới, phát triển mạnh mẽ trên nhiều phương diện. Một trong những biểu hiện đó là sự xuất hiện và phổ biến rộng rãi của ngôn ngữ giới trẻ. Biến thể này diễn ra trên tất cả các lĩnh vực của ngôn ngữ như ngữ âm, từ vựng ngữ nghĩa, ngữ pháp nhưng dày đặc và phổ biến nhất vẫn là ở bình diện từ vựng vì theo quy luật chung của sự phát triển ngôn ngữ, từ vựng bao giờ cũng là yếu tố biến đổi nhanh nhạy nhất. Theo đó, từ vựng tiếng Việt hiện đại xuất hiện những đơn vị từ vựng mới, cả đơn vị từ lẫn kết cấu cố định. Trong đó, có những kết cấu ít nhiều mang màu sắc thành ngữ, thường được gọi là thành ngữ mới của giới trẻ.

Thành ngữ là một đơn vị từ vựng đặc sắc của tiếng Việt. Có nhiều quan niệm về thành ngữ. Nguyễn Lâm “Thành ngữ là tập hợp từ cố định đã quen dùng mà nghĩa của nó thường không thể giải thích được một cách đơn giản bằng nghĩa của các từ tạo nên nó”. [6]

Còn theo Đỗ Hữu Châu, thành ngữ là “một bộ phận của ngữ cố định, tức là những cụm từ đã được cố định hóa, có tính chất chặt chẽ, sẵn có, bắt buộc và có tính xã hội như từ.” [1, Tr. 520] Tuy là một đơn vị từ vựng có tư cách như từ, nhưng thành ngữ có những đặc điểm ngữ nghĩa độc đáo như tính biểu trưng, tính dân tộc, tính hình tượng và tính cụ thể, tính biểu thái. Những đặc điểm này tạo nên giá trị của thành ngữ và cũng chính là lí do chúng được người Việt ưa chuộng trong giao tiếp.

---

Liên hệ: dotrangqb@gmail.com

Nhận bài: 14-12-2016; Hoàn thành phản biện: 09-02-2017; Ngày nhận đăng: 30-03-2017

Khi bàn đến thành ngữ, Đỗ Hữu Châu cũng nhắc đến khái niệm “tính thành ngữ”. Ông định nghĩa, “cho một tổ hợp có nghĩa S do các đơn vị A, B, C... mang ý nghĩa lần lượt s[1], s[2], s[3]... tạo nên, nếu như nghĩa S không thể giải thích bằng các ý nghĩa s[1], s[2], s[3] thì tổ hợp A, B, C có tính thành ngữ.” Nghĩa là trong hệ thống thành ngữ, có những ngữ cố định có tính thành ngữ thấp, có ngữ cố định có tính thành ngữ cao hơn. Không phải ngữ cố định nào cũng có tính thành ngữ như nhau.

Dựa vào quan điểm này của Đỗ Hữu Châu, chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu các kết cấu cố định mới do giới trẻ tạo ra và sử dụng trong giao tiếp tiếng Việt hiện nay. Trong những kết cấu cố định này, tính thành ngữ của chúng không phải bao giờ cũng ngang nhau. Có những kết cấu có tính thành ngữ cao, nhưng cũng có những kết cấu tính thành ngữ thấp. Chúng tạm được gọi là chung thành ngữ mới vì các nguyên nhân: (1) có kết cấu cố định, được giới trẻ sử dụng lặp đi lặp lại nhiều lần với hình thức ổn định, (2) bên cạnh ý nghĩa miêu tả, chúng còn thể hiện các đặc trưng ngữ nghĩa của thành ngữ: tính biểu trưng, tính hình tượng và cụ thể, tính biểu thái như thành ngữ truyền thống, (3) chúng có tính thời thượng, sử dụng các hình ảnh mới mẻ, tân thời của cuộc sống hiện đại. Chúng là một trong những hình thức biểu hiện sống động của ngôn ngữ giới trẻ hiện nay. Căn cứ vào những đặc điểm lí luận và thực tiễn này, bài báo tiến hành khảo sát, nghiên cứu những đặc điểm ngôn ngữ và văn hóa của hành ngữ mới giới trẻ.

## 2. Nội dung

### 2.1. Một số đặc điểm ngôn ngữ của thành ngữ mới giới trẻ

Qua khảo sát 200 bài báo trên các tạp chí điện tử dành cho giới trẻ như *Hoa học trò*, *Sinh viên Việt Nam*, *Yan News* (kênh truyền thông đa phương tiện giải trí chuyên biệt dành cho giới trẻ), *Kênh 14* và một số tờ báo giới trẻ khác, chúng tôi đã thống kê được 46 kết cấu cố định mới của giới trẻ, có tư cách thành ngữ, được chúng tôi gọi là thành ngữ mới giới trẻ: *chán như con gián, tuyệt vời ông mặt trời, dã man con ngan, sành điệu củ kiệu, đuôi như trái chuối, ngất trên cành quýt, trà chanh chém gió, chât nhất quả đất, ảo tung chảo, hồng nhan bạc tử, hồn nhiên cô tiên, da trắng mặt xinh chung tình dễ bảo, chuẩn không cần chỉnh, chân dài não ngắn, nhỏ mà có võ, hỏi xoáy đáp xoay, phim giả tình thật...*

Về cấu tạo, thành ngữ mới của giới trẻ được tạo ra bằng nhiều con đường và cách thức khác nhau. Dựa vào đặc điểm này, chúng tôi phân chia chúng thành 4 nhóm như sau:

(1) Các thành ngữ mới chỉ dựa trên quan hệ ngữ âm: *nhất quả đất, hồn nhiên cô tiên, ngất trên cành quýt, tuyệt vời ông mặt trời, dã man con ngan, chán như con gián, đuôi như trái chuối, xấu như con gấu, sành điệu củ kiệu, sành như cá cảnh, bá đạo trên từng hạt gạo...*

(2) Các thành ngữ mới được cải biên từ thành ngữ, tục ngữ truyền thống: *một điều nhịn là chín điều nhục, hồng nhan bạc tử, không mày đố thầy dạy ai, một con ngựa đau cả tàu ăn thêm cỏ, anh hùng bàn phím...*

(3) Các thành ngữ mới mượn từ tên phim, bài hát, chương trình truyền thông: *đẹp từng centimet, đến hẹn lại lên, xin một vé đi tuổi thơ, xách ba lô lên và đi, bỗng dưng muốn khóc, nhiệm vụ bất khả thi, Ocean 13, hỏi xoáy đáp xoay...*

(4) Các thành ngữ mới khác: *chân dài não ngắn, chuẩn không cần chỉnh, nhỏ mà có võ, phim giả tình thật, da trắng mặt xinh chung tình dễ bảo, mắt chữ O mồm chữ A, ảo tưởng sức mạnh...*

Mỗi nhóm thành ngữ có những đặc điểm riêng về cấu tạo và ngữ nghĩa.

### 2.1.1. Thành ngữ mới chỉ có quan hệ ngữ âm

Về cấu tạo, kết cấu thành ngữ dạng này thường gồm hai vế được triển khai trên cấu trúc so sánh, có thể có hoặc không có từ dùng để so sánh. Trung tâm thành ngữ thường là các tính từ miêu tả tính chất hoặc trạng thái tâm lý tình cảm của giới trẻ: tuyệt vời, buồn, dã man, sành điệu, chán... Còn đối tượng được so sánh là các vật không/ hoặc rất ít có liên quan về ý nghĩa với vế trung tâm. Hai vế so sánh chỉ được thiết lập quan hệ dựa trên quan hệ ngữ âm (lặp lại phần vần của âm tiết trong vế trung tâm) nên đặc điểm hình thức nổi bật của nhóm thành ngữ này là tính nhịp nhàng, vần điệu: hồn nhiên – cô tiên, tuyệt vời – mặt trời, dã man – con ngan... Nếu tính từ ở vế trung tâm gồm 2 âm tiết (tuyệt vời, dã man, sành điệu...) thì thông thường thành ngữ không cần từ để so sánh. Ngược lại, nếu tính từ chỉ có một âm tiết (xấu, chán...) thì xuất hiện từ dùng để so sánh. Cách cấu tạo này nhằm tạo nên tính đối xứng và nhịp nhàng cho toàn bộ thành ngữ. Nhóm thành ngữ này có cấu tạo tương đối chặt chẽ, cố định, được giới trẻ dùng lặp đi lặp lại trong nhiều ngữ cảnh khác nhau với hình thức xác định.

Về ý nghĩa, nghĩa miêu tả của những kết cấu này do từ trung tâm đảm nhận. Giá trị ý nghĩa của toàn bộ thành ngữ có tính chất tương đương như nghĩa của từ trung tâm. Đặc điểm ngữ nghĩa này giống với thành ngữ truyền thống: xấu như ma, đẹp như tiên... Tuy nhiên, thành ngữ giới trẻ vi phạm nguyên tắc logic về ngữ nghĩa của thủ pháp so sánh vì giữa đối tượng so sánh và vật được so sánh trong thành ngữ mới hoàn toàn không có mối quan hệ ngữ nghĩa. Khó có thể thiết lập được mối liên hệ ngữ nghĩa nào giữ tính chất “chán” với “con gián”, hay trạng thái “đuối” với “quả chuối”. Nhưng xét về chức năng, trong cấu trúc biểu đạt của thành ngữ mới, các sự vật được giới trẻ so sánh có khả năng biểu thị ý nghĩa mức độ, thường là mức độ tăng tiến. Đương nhiên nét nghĩa mức độ này không phải là ý nghĩa tự thân vốn có của từ mà chỉ là nét nghĩa lâm thời do vị trí xuất hiện trong thành ngữ mang lại.

Nói chung là chán, không biết làm gì, chán như con gián. Nghèo rớt mồng tơi, giò không có cái điện thoại mà xài nữa, chán như con gián... [NL. 3]

Trong phát ngôn trên, thành ngữ “chán như con gián” so với từ chán thì ngoài ý biểu thị chung là “trạng thái tâm lý tình cảm tiêu cực” còn hàm ý mức độ cao, như là “rất chán”. Mặt khác, dù trong logic thực tế không có liên quan gì giữa chán và con gián, nhưng trong ngữ cảnh này, sự so sánh trong thành ngữ vẫn biểu thị tính hình tượng độc đáo. Đó là lối so sánh vô lí, không có cơ sở nhưng rất riêng của giới trẻ, từ đó tạo ra sắc thái đặc biệt cho thành ngữ mới.

Do đó, tư cách thành ngữ của nhóm này được thể hiện ở các đặc điểm: (1) cụm từ đã cố định hóa, cấu tạo tương đối chặt chẽ, (2) có ý nghĩa biểu hiện như từ, (3) được giới trẻ dùng lặp đi lặp lại trong nhiều ngữ cảnh khác nhau với hình thức cố định, (4) có những đặc điểm về tính hình tượng, tính biểu cảm đặc thù của giới trẻ.

### 2.1.2. Thành ngữ mới cải biên từ thành ngữ, tục ngữ truyền thống

Thành ngữ, tục ngữ là tài sản ngôn ngữ mang đậm màu sắc văn hóa nhận thức và giao tiếp của người Việt Nam. Thành ngữ, tục ngữ vừa phản ánh đời sống vật chất, tinh thần vừa thể hiện nhận thức, lối sống và suy nghĩ bao đời của người Việt. Vì vậy, nó là tinh hoa văn hóa truyền thống của dân tộc. Giới trẻ tiếp nối sở thích giao tiếp chuộng văn điệu, hình ảnh của thành ngữ, tục ngữ truyền thống với các kết cấu mới được cải biên, sáng tạo:

STT	Kết cấu cải biên của giới trẻ	Thành ngữ, tục ngữ truyền thống
1	Một điều nhịn là chín điều nhục	Một điều nhịn là chín điều lành
2	Hồng nhan bạc tí	Hồng nhan bạc phận
3	Một con ngựa đau cả tàu ăn thêm cỏ	Một con ngựa đau cả tàu bỏ cỏ
4	Không mày đổ thầy dạy ai	Không thầy đố mày làm nên
5	Di chuột ngày đàng, học một sàng khôn	Đi một ngày đàng, học một sàng khôn
6	Anh hùng bàn phím	Anh hùng rom

Về cấu tạo, so sánh với thành ngữ, tục ngữ truyền thống, có thể dễ dàng nhận thấy các kết cấu mới này của giới trẻ có sự tương đồng lớn trong cấu trúc. Giới trẻ sử dụng cấu trúc và mô típ sẵn có của thành ngữ, tục ngữ tiếng Việt, chỉ thay đổi một phần nhỏ trong toàn thể kết cấu:

Điều nhục – thay cho điều lành

Bạc tí – thay cho bạc phận

Ăn thêm cỏ – bỏ cỏ

Thầy dạy ai – mày làm nên

Di chuột – đi một

Bàn phím – rom

Về ý nghĩa, tuy chỉ là một thành phần nhỏ nhưng bộ phận được cải biên chính là tiêu điểm thông tin, là trọng tâm thông báo, mang đầy đủ nhất giá trị ý nghĩa của kết cấu. Phần cải biên trong kết cấu giới trẻ có thể chia thành hai nhóm:

(1) Phần cải biên trái nghĩa hoàn toàn (một phần) với thành ngữ, tục ngữ gốc.

(2) Phần cải biên không trái nghĩa, chỉ thay đổi hình ảnh mang tính thời đại, cập nhật.

Đối với nhóm (1), kết cấu cải biên của giới trẻ đã chuyển tải những thông điệp hoàn toàn trái ngược với ý nghĩa của thành ngữ, tục ngữ truyền thống:

Nếu theo quan niệm truyền thống, hồng nhan – chỉ những người con gái đẹp thường phải gặp tai ương, bạc mệnh do “trời xanh quen thói má hồng đánh ghen” (Nguyễn Du) thì thành ngữ cải biên của giới trẻ mang ý nghĩa trái ngược hoàn toàn, có nhan sắc thì có tiền của:

Hiện tại, Mai Phương Thúy là một trong những “hồng nhan bạc tử” của showbiz Việt cùng với Thu Minh, Thanh Hằng, Lý Nhã Kỳ... [NL. 9]

Cách sử dụng thành ngữ cải biên “hồng nhan – bạc tử” của giới trẻ trong phát ngôn trên tạo ra sắc thái vừa quen vừa lạ. Tính chất quen thuộc do thành ngữ mới sử dụng lại kết cấu lẫn chất liệu của thành ngữ truyền thống. Nhưng phần cải biên đã tạo ra sự bất ngờ, hài hước, dí dỏm, đầy đột phá. Thành ngữ mới này được xác thực qua những điển hình có thật trong giới nghệ sĩ Việt: hoa hậu Mai Phương Thúy, ca sĩ Thu Minh, người mẫu Thanh Hằng, người đẹp Lý Nhã Kỳ đúng là những người mà tài sản gắn liền với nhan sắc, từ nhan sắc mà có. Ý nghĩa của thành ngữ cải biên, vì vậy, khác xa với ý nghĩa thành ngữ truyền thống, phản ánh một thực tế xã hội và một cách nhìn nhận khác biệt của giới trẻ ngày nay.

Đối với những thành ngữ mới cải biên nhưng vẫn giữ nguyên ý nghĩa (2) thì sáng tạo của giới trẻ là ở các hình ảnh được liên tưởng, so sánh: *anh hùng bàn phím, di chuột, ngày đăng học một sàng khôn...*

Người Việt xưa đã đúc kết bài học “đi một ngày đàng học một sàng khôn” để nói về tầm quan trọng của việc đi đây đi đó, mở rộng tầm mắt, học hỏi làm giàu tri thức, hiểu biết cho mình, “đi cho biết đó biết đây/ở nhà với mẹ biết ngày nào khôn” (Ca dao). Bài học này không bao giờ cũ, nhưng với giới trẻ sống trong cuộc sống hiện đại, việc “di chuột”, tức tìm hiểu qua internet cũng học được sàng khôn. “Di chuột” là cách ví hài hước, dí dỏm và cũng phản ánh đúng thực chất lối sống, thói quen gắn chặt với mạng máy tính của thanh niên trong thời đại công nghệ. Nếu người xưa phải đi đây đi đó cho thỏa chí tang bồng thì thanh niên thời nay có lối sống gắn chặt màn hình, thậm chí sống ảo, sàng khôn thu được cũng chỉ chấp nhặt từ mạng thông tin truyền thông mà thôi.

*Anh hùng rom* là thành ngữ tiếng Việt chỉ những người bất tài, kém cỏi nhưng luôn tỏ ra tài giỏi. Hình tượng rom được ví von đậm màu sắc văn hóa nông nghiệp của người Việt Nam. Rom là phần thân, cành cây lúa đã được lấy hạt, bỏ đi, có thể làm thức ăn cho gia súc hoặc làm chất đốt. Rom có đặc tính là nhẹ, nhưng phồng lên, dễ dàng đốt cháy. Dựa vào những đặc điểm này, rom đã được ví cho những người đàn ông bốc đồng, luôn tỏ ra tài giỏi hơn người nhưng thực chất là bất tài, kém cỏi, không có thực lực. Xã hội nào cũng có đây rầy những mẫu người như thế. Nhưng giới trẻ ngày nay không dùng hình tượng rom như cha ông ta trong xã hội nông nghiệp mà lại dùng hình ảnh “bàn phím” trong thành ngữ mới: *anh hùng bàn phím*.

Mình vừa sốc vì bị vu khống, vừa buồn vì các “anh hùng bàn phím” chỉ nghe thông tin một phía nhưng đã vào a dua, chửi bới theo kiểu hội đồng”. [NL. 5]

Hiện nay, có rất nhiều thành phần “anh hùng bàn phím” đang xuất hiện ở khắp mọi nơi. [NL. 6]

Nút Dislike có thể mở cửa cho những hành động tiêu cực cũng như “anh hùng bàn phím” trên mạng xã hội Facebook. [NL. 8]

Bàn phím là thiết bị ngoại vi của máy vi tính, dùng để nhập dữ liệu. Bàn phím là một biểu hiện của đời sống công nghệ hiện đại. *Anh hùng bàn phím* trong ngôn ngữ giới trẻ cũng chỉ những người bất tài, vô dụng, giỏi nói mà không làm được. Nói được hiểu ở đây là hành động được thực hiện bằng bàn phím. *Anh hùng bàn phím* trong xã hội hiện đại chỉ những người chỉ biết a dua chỉ trích, chê bai, soi mói việc làm của người khác (qua mạng xã hội) mà không làm được việc gì hữu ích cho cộng đồng.

Những sự vật mới của đời sống hiện đại như bàn phím, con chuột, xe @, máy bay... được đưa vào thành ngữ mới, thay thế cho hệ thống những sự vật truyền thống làm cho ý nghĩa thông báo của thành ngữ không thay đổi, nhưng giá trị liên tưởng, ý nghĩa thời đại lại được cập nhật, làm mới. Chính nét nghĩa liên tưởng này làm nên giá trị mới của thành ngữ cải biên giới trẻ, làm cho chúng trở nên gần gũi hơn với thanh niên trong xã hội hiện đại.

### 2.1.3. Thành ngữ mới được tạo nên bằng cách vay mượn các cụm từ có sẵn

Các cụm từ này thường là tên các chương trình truyền hình, phát thanh, tên bộ phim, tên bài hát: *đẹp từng centimet, đến hẹn lại lên, xin một vé đi tuổi thơ, xách ba lô lên và đi, bỗng dưng muốn khóc, nhiệm vụ bất khả thi, Ocean 13, hỏi xoáy đáp xoay...*

Về cấu tạo, các thành ngữ này không có sự thống nhất vì thực chất chúng là các hiện tượng ngôn ngữ khác biệt, chỉ có điểm chung về chức năng, dùng để gọi tên các sự kiện, sản phẩm văn hóa giải trí cụ thể. Chúng có thể là một từ, có thể là cụm từ, thậm chí là câu. Nhưng theo kết quả thống kê của chúng tôi, cấu tạo của thành ngữ dạng này chủ yếu là cụm từ. Tuy cấu tạo khác nhau, nhưng chúng đều thực hiện chức năng của danh từ riêng, đó là chức năng định danh. Khi đi vào ngôn ngữ giới trẻ, tuy vẫn được vay mượn, sử dụng lại một nguyên xi, nhưng chúng mất đi chức năng gọi tên mà có ý nghĩa và chức năng như một thực từ.

Ý nghĩa của thành ngữ được tạo nên từ ý nghĩa của cụm từ, sâu xa cũng có liên quan đến nội dung ý nghĩa của sản phẩm hoặc hiện tượng văn hóa, giải trí mà nó gọi tên:

Kinh phí luôn là chuyện đau đầu với nhiều bạn trẻ, mỗi khi muốn “xách balô lên và đi”. [NL. 1]

Bản thân cụm từ “xách ba lô lên và đi” đã thể hiện được nghĩa biểu hiện của thành ngữ mới, là một cách nói chỉ hành động dịch chuyển, đi đây đi đó. Nhưng muốn hiểu hết ý nghĩa biểu trưng của thành ngữ mới này thì phải đặt trong bối cảnh văn hóa mà nó ra đời. “Xách ba lô

lên và đi” là cuốn sách nhật kí ghi lại các chuyến đi du lịch bụi của tác giả Huyền Chíp. Ngay sau khi xuất bản năm 2012 nó đã dấy lên những cuộc tranh luận trái chiều về nhiều nội dung trong cuốn sách, khi một cô gái trẻ dám một thân một mình đi 25 nước trên thế giới, với số tiền ban đầu chỉ có 700 USD. Nhưng dù khen hay chê thì cuốn sách cũng trở thành một hiện tượng trong làng xuất bản, một hiện tượng trong đời sống giới trẻ Việt, trở thành một lời kêu gọi, một lí tưởng sống của giới trẻ, hãy sống một đời sống dám trải nghiệm, dám đối mặt với thử thách toàn cầu. Đi để biết mọi người và cũng hiểu được chính mình. “Xách ba lô lên và đi” từ đó trở thành một thành ngữ mới trong ngôn ngữ của giới trẻ, thể hiện một cách sinh động và hình tượng khát vọng xê dịch, trải nghiệm và khẳng định mình của giới trẻ. Trong phát ngôn trên, *xách ba lô lên và đi* là một thành ngữ có nghĩa tương đương với cụm từ “đi du lịch”. Nhưng cách dùng thành ngữ mới thể hiện phong cách nói năng đặc thù của giới trẻ ngày nay, được dùng như một tín hiệu độc đáo, thời thượng.

Văn hóa giải trí là một lĩnh vực thu hút sự quan tâm theo dõi đặc biệt của giới trẻ. Do đó, không có gì khó hiểu khi tên các sản phẩm và sự kiện văn hóa giải trí đã được giới trẻ tạo cho một đời sống riêng trong ngôn ngữ giao tiếp của nhóm xã hội mình. Ngoài chức năng biểu thị ý nghĩa thông thường, các thành ngữ giới thuộc nhóm này còn thể hiện tính năng động, nhanh nhạy của giới trẻ trong tiếp nhận và xử lí các thông tin văn hóa nổi bật trong đời sống hiện đại.

2.1.4. Thành ngữ mới có cấu trúc đối xứng do giới trẻ tạo ra: *chân dài não ngắn, chuẩn không cần chỉnh, nhỏ mà có võ, phim giả tình thật, da trắng mặt xinh chung tình dễ bảo, mắt chữ O mồm chữ A, ảo tưởng sức mạnh...*

Tuy được cấu tạo bằng nhiều cách thức khác nhau nhưng điểm chung là những thành ngữ giới trẻ thuộc nhóm này thường có cấu trúc đối xứng. Tính chất đối được thể hiện ở vế câu, ở cả từ, đối về từ loại lẫn ý nghĩa từ vựng: chân dài – não ngắn, phim giả – tình thật, nhỏ – có võ, mắt chữ O – mồm chữ A... Các kết cấu này vừa đối về âm, nghĩa lẫn ngữ pháp. Về âm, các vế thường đối với nhau rất chuẩn. Mỗi vế thường có số lượng âm tiết cân xứng với nhau, mỗi cụm thường có số âm tiết chẵn, từ đó phân đều thành hai vế, ngắt nhịp chẵn. Sự đối xứng này còn thể hiện ở bản chất từ loại, nội dung ý nghĩa (trái nghĩa, gần nghĩa...)

Cô nàng từng được cho là “chân dài não ngắn” liên tục khiến công chúng phát hoảng về cả phát ngôn lẫn khả năng “cá kiếm”. [NL. 10]

Trên cơ sở từ lóng “chân dài” chỉ các cô gái đẹp, giới trẻ đã sáng tạo ra thành ngữ mới dựa trên thủ pháp đối xứng: *chân dài não ngắn*. Hai vế này không chỉ đối với nhau về nghĩa thực mà còn đối rất chỉnh về nghĩa lóng (nghĩa chuyển). Chân – não (danh từ), dài – ngắn (tính từ), chân dài (nhân sắc) – não ngắn (ngu dốt, kém cỏi về trí tuệ).

5 cặp đôi 'phim giả tình thật' của showbiz Việt. [26]

Các cặp đôi diễn viên "phim giả tình thật" công khai hẹn hò sau khi "phải lòng nhau" nhờ đóng chung một bộ phim. [27]

*Phim giả tình thật* là thành ngữ mới nhằm chỉ những mối tình của diễn viên có được sau khi cùng đóng phim với nhau. Mối tình diễn vai trong phim chuyển thành mối tình thật sự ngoài đời. Thành ngữ này có cấu trúc đối xứng rất chuẩn: danh từ phim – tình, tính từ giả – thật nhằm chỉ sự chuyển hóa, thay đổi, biến thành sự thật.

Tóm lại, trong giao tiếp giới trẻ đã tạo ra và sử dụng nhiều thành ngữ mới theo nhiều cách thức khác nhau. Trong đó, một bộ phận thành ngữ mới do giới trẻ kế thừa, cải biên và vay mượn từ vốn thành ngữ tục ngữ truyền thống hoặc những cụm từ có sẵn. Nhưng phần lớn thành ngữ mới vốn là các cụm từ tự do, được giới trẻ kết hợp sáng tạo mà có, được chính giới trẻ dùng với hình thức tương đối cố định, bất biến, lặp đi lặp lại trong nhiều ngữ cảnh, trở thành thành ngữ. Những thành ngữ mới của giới trẻ ngoài ý nghĩa miêu tả còn thể hiện một cách đặc sắc ý nghĩa biểu cảm theo quan điểm, nhìn nhận của giới trẻ trong bối cảnh xã hội mới.

## 2.2. Thành ngữ mới của giới trẻ nhìn từ đặc điểm văn hóa

### 2.2.1. Thành ngữ mới giới trẻ thể hiện văn hóa giao tiếp của người Việt truyền thống

Thành ngữ mới của giới trẻ nhìn từ đặc điểm ngôn ngữ học có rất nhiều khác biệt với thành ngữ truyền thống. Tuy nhiên, trên hết, việc lựa chọn và sử dụng thành ngữ mới trong nói năng giao tiếp của giới trẻ thể hiện văn hóa giao tiếp của người Việt.

Nhìn từ góc độ văn hóa giao tiếp, người Việt Nam truyền thống ưa chuộng lối nói có vần, có nhịp điệu dựa trên sự cân xứng, thường sử dụng hình ảnh giàu sức biểu trưng, có tính biểu cảm cao [5]. Chính vì đặc điểm này, giới trẻ đã không ngừng cải biên, sáng tạo ra thành ngữ mới để dùng trong nói năng giao tiếp như một cách tiếp nối truyền thống giao tiếp của người Việt.

Bản kiểm điểm của người hồn nhiên nhất quả đất. [NL. 7]

Trong phát ngôn trên, xét về ý nghĩa thông báo thì thành ngữ tương đương với từ “hồn nhiên”. Nhưng giá trị của thành ngữ ngoài ý nghĩa biểu hiện thì còn tạo ra nhiều sắc thái biểu cảm khác trong nói năng mà từ không có được. Ở đây, sử dụng thành ngữ *Hồn nhiên nhất quả đất* mang lại sự hài hòa, nhịp nhàng về vần điệu, tăng cường ý nghĩa mức độ qua đó thể hiện màu sắc dí dỏm, có pha chút khoa trương ngoa dụ hài hước. Sắc thái biểu cảm này hoàn toàn phù hợp với nội dung ý nghĩa của phát ngôn, khi nói về những bản kiểm điểm hài hước, hồn nhiên của học sinh.

So sánh là một thủ pháp thường được lựa chọn để tạo ra những thành ngữ đối xứng. Thậm chí, lối so sánh ví von trong thành ngữ giới trẻ còn diễn ra với sự phi logic về ý nghĩa như phần đặc điểm trên đã trình bày. Các cấu trúc so sánh hoặc đối xứng rất chình của giới trẻ là cơ sở tạo nên sự chặt chẽ lẫn tính nhạc điệu cho thành ngữ mới. Đặc điểm cấu tạo này là một trong những nguyên nhân đáp ứng sở thích yêu chuộng nhịp điệu vần về của người Việt Nam trong nói năng, từ đó thu hút bạn trẻ sử dụng trong lời ăn tiếng nói hằng ngày.



Những ý kiến phê phán, chỉ trích nặng nề thành ngữ mới của giới trẻ chủ yếu xoay quanh đặc điểm vô lí về ngữ nghĩa trong nhóm thành ngữ chỉ có quan hệ ngữ âm. Nhiều người xem đây là một trong những thủ phạm làm mất đi sự trong sáng, giàu đẹp của tiếng Việt. Nhưng thủ pháp ngữ âm này không phải là một cách sáng tạo ngôn ngữ cá biệt của giới trẻ. Quy luật phối âm trong văn học dân gian, đặc biệt là thể loại đồng dao truyền thống Việt Nam là một thủ pháp tạo văn bản quen thuộc được nhiều thế hệ người Việt yêu thích. Chúng tạo ra những văn bản có sự hòa kết chặt chẽ về âm thanh, không quan tâm nhiều đến bình diện ngữ nghĩa. Dù nhiều khi không lý giải được logic ngữ nghĩa, nhưng nhiều thế hệ người Việt Nam từ xưa đến nay vẫn không ngừng yêu thích những bài đồng dao thân thuộc trong kho tàng văn học dân gian.

Cư dân Việt cũng thường chọn lối nói gián tiếp tinh tế, tạo ra nhiều cách hiểu khác nhau, không nói thẳng với đối tượng giao tiếp mục đích, ý đồ giao tiếp của mình. Chính đặc điểm văn hóa này đã tạo ra cho người Việt tâm hồn văn chương ý nhị, ngay cả trong lời ăn tiếng nói hằng ngày của những người lao động bình dân, ít học. Khi khen ngợi cũng như châm biếm, thành ngữ thường có tính trào lộng, dí dỏm, hài hước, là gia vị làm cho lời ăn tiếng nói người Việt thêm phần ý nhị.

Người con gái khi sinh ra đến khi lớn lên, phải chịu rất nhiều định kiến. Nếu xinh quá, người ta sẽ nghĩ cô ấy “chân dài nảo ngắn” [NL. 28]...

Chân dài nảo ngắn là một thành ngữ mới nói về những cô gái có hai đặc điểm nổi bật, thường song hành với nhau: đẹp và trí tuệ có hạn, kém cỏi. Trong cách diễn đạt này tuy hai vế song hành nhưng hàm ý mỉa mai, chê bai là nổi trội. Thông tin chân dài – vẻ đẹp ngoại hình chỉ là tiền đề lập luận, còn nảo ngắn – kém cỏi về trí tuệ mới là thông tin chính.

Hay thành ngữ “phi công trẻ lái máy bay bà già” trong ngữ liệu sau thoạt nghe có vẻ rất hài hước, dí dỏm, nhưng hàm ý châm chọc, mỉa mai, cười cợt rất thâm thúy.

"Phi công trẻ lái máy bay già" dạo gần đây bỗng chốc trở thành mốt của showbiz Việt. Ngày càng nhiều những cặp đôi nghệ sĩ "lệch tuổi" sẵn sàng công khai tình yêu của mình trước công chúng. [NL. 24]

Vì thế, tuy được tạo ra và sử dụng bởi những người trẻ tuổi nhưng thành ngữ mới không vì thế mà hời hợt. Tiềm ẩn dưới màu sắc hài hước, dí dỏm là tầng ý nghĩa mỉa mai, giễu cợt đầy thâm thúy.

Thành ngữ mới của giới trẻ tiếp tục kế thừa hệ thống hình ảnh ví von so sánh đậm chất dân tộc của kho tàng văn hóa dân gian truyền thống như: gà què, chó mực, con ngan, mèo hen, củ kiệu, chó mực, nai chuối, quả cau, giàn mướp... Chúng là những chất liệu quen thuộc có từ ngàn xưa trong lời ăn thành ngữ truyền thống, phản ánh cuộc sống bình dân, tạo nên phong vị dân tộc của thành ngữ Việt Nam. Có thể trong đời sống hiện đại hôm nay có những thứ đã dần xa vắng, nhưng chúng vẫn xuất hiện trong thành ngữ mới như một thứ chất liệu tâm lý in đậm

trong tâm thức ngôn ngữ của người Việt. Nó làm cho mỗi người Việt Nam đều nhận thấy dù hết sức mới mẻ nhưng thành ngữ tân thời vẫn gắn bó, không hề xa lạ với cuộc sống, bản sắc vốn có của dân tộc mình.

Đã trót ăn mặc “sành điệu củ kiệu” rồi thì chắc chắn không thể bước ra phố xá đông vui với tâm trạng chán chường sâu não đúng không nào? [NL. 11]

Thiên Bình có thể gọi là cung có tính cách "bá đạo hơn hạt gạo" khiến nhiều người chỉ biết lắc đầu cười trừ. [NL. 12]

Các sự vật như củ kiệu, hạt gạo... biểu trưng cho đời sống văn hóa lúa nước của người Việt vẫn tiếp tục đời sống sinh động trong ngôn ngữ giới trẻ. Dù xét về ý nghĩa thực, những sự vật này hoàn toàn không có giá trị biểu đạt gì về ý nghĩa. Nhưng giới trẻ vẫn tiếp tục dòng chảy ngôn ngữ truyền thống theo một cách đặc sắc, khác biệt.

Thành ngữ mới của giới trẻ vẫn tiếp tục dòng chảy thành ngữ tục ngữ Việt Nam, tiếp nối truyền thống nói năng ưa chuộng sự nhịp nhàng, vần điệu, thường sử dụng ví von so sánh đặc sắc, mang lại những ý nghĩa bất ngờ, thú vị. Thành ngữ mới giới trẻ cũng thể hiện văn hóa giao tiếp của người Việt, ưa lối nói gián tiếp, ý nhị, giàu biểu trưng, nếu có mĩa mai châm biếm thì cũng nhẹ nhàng, hài hước và sâu cay. Chất liệu ngôn từ trong thành ngữ mới giới trẻ cũng phản ánh đặc sắc của đời sống văn hóa tinh thần của người Việt. Cho nên, dù chưa thật sự có đời sống bền vững trong tiếng Việt, nhưng thành ngữ mới ngày càng được giới trẻ ưa chuộng, phạm vi sử dụng không ngừng được mở rộng trong cộng đồng.

### 2.2.2. Thành ngữ giới trẻ phản ánh văn hóa thanh niên thời đại mới

Văn hóa thanh niên là một phạm trù được các nhà nghiên cứu thế giới cũng như Việt Nam bàn luận sôi nổi. Đặc biệt từ những năm 70 của thế kỉ XX trở lại đây, các trào lưu mới nổi của thanh niên trên khắp thế giới đã khơi nguồn cảm hứng cho việc nghiên cứu văn hóa thanh niên. Tuy có nhiều quan niệm khác nhau, nhưng một cách tiếp cận và quan niệm được chấp nhận khá rộng rãi hiện nay là coi văn hóa thanh niên là một loại “tiểu văn hóa”, được nhận biết bởi tính đặc trưng của phong cách, ứng xử và các sở thích. Theo Hebdige thì các thành viên của tiểu văn hóa này thường bộc lộ tư cách thành viên của mình thông qua những lựa chọn vật thể hữu hình có tính biểu tượng và rất điển hình về phong cách ăn mặc, đầu tóc và giày dép... lẫn những yếu tố phi vật thể như sở thích chung, phương ngữ, tiếng lóng, loại hình âm nhạc và cả những không gian tụ tập được ưa thích cũng đều là những yếu tố nhận biết quan trọng. Michael Brake cho rằng “tiểu văn hóa thanh niên” có thể được định nghĩa là những hệ thống biểu đạt ý nghĩa (meaning systems), những mô thức tự bộc lộ bản thân mình (modes of expression) hay phong cách sống (lifestyle) do các nhóm xã hội tạo nên... [9]

Chúng tôi dựa vào quan niệm này về văn hóa thanh niên để nghiên cứu cách sử dụng thành ngữ mới như là một phương tiện để biểu đạt ý nghĩa và bộc lộ bản thân mình, thể hiện phong cách sống của thanh niên.

Một đặc trưng nổi bật trong văn hóa giao tiếp của người Việt là tính rụt rè, bẽn lẽn. Trước đám đông, thường tỏ thái độ dĩ hòa vi quý, ít khi dám bày tỏ thái độ không đồng ý, phản bác ý kiến người khác. Đặc biệt, đối với những người vốn được văn hóa phương Đông nghìn đời xem là bề trên, luôn luôn đúng, người dưới phải chấp hành như “quân – sư – phụ”. Nhưng giới trẻ ngày nay lại kêu gọi tư duy phản biện, luôn tinh táo tiếp nhận thông tin, phải biết “bật lại”:

“Thứ nhất ngồi lì, thứ nhì đồng ý”! Thôi nào, đó là quan điểm học của những người chậm tiến... Đừng chỉ tỏ ra là một “trò ngoan” khi chỉ ú, ó nhai đi, nhai lại vài từ cảm thán như: Dạ đúng, vâng ạ, đúng ạ... hãy để bộ não của bạn hoạt động, phân tích các thông điệp mà thầy cô truyền tải xem đúng hay sai và ngay lập tức “bật” lại. Đừng bao giờ sợ sai, vì sợ sai thì mãi mãi bạn sẽ chẳng biết cái gì là đúng cả, luôn mơ hồ và hoài nghi, không dám khẳng định. [NL. 13]

Lời kêu gọi sinh viên “đừng tỏ ra chỉ là một trò ngoan” thoát nghe có vẻ rất trái ngược với đạo đức truyền thống nhưng trong phát ngôn này, trò ngoan được giới trẻ định nghĩa bằng một thành ngữ mới “nhất ngồi lì, nhì đồng ý”. Nói rộng ra đây cũng là thái độ phê phán đối với lối sống thụ động, bàng quan, không có chính kiến của một bộ phận không nhỏ thanh niên trong đời sống hiện đại. Im lặng, dĩ hòa vi quý, không có tiếng nói riêng không còn là tiêu chuẩn đáng khen ngợi của thanh niên thời đại mới. Biết lắng nghe một cách chủ động, đồng thời phải biết tư duy phản biện để nhận ra chân lí là một phẩm chất cần có của giới trẻ ngày nay. Thành ngữ “thứ nhất ngồi lì, thứ nhì đồng ý” thẳng thắn bày tỏ thái độ phê phán một lối sống từng được coi là an lành trong cộng đồng xã hội, phản ánh cách nhận thức độc lập, đầy trách nhiệm của thanh niên ngày nay.

Phẩm chất của thanh niên thời đại mới qua thành ngữ là những người có khát vọng “Sáng tạo là phải táo bạo”. Bản chất của tuổi trẻ là năng động, sáng tạo, không bao giờ chịu lùi bước trước khó khăn. Sáng tạo – táo bạo – bá đạo là thành ngữ mang màu sắc dí dỏm, hài hước nhưng đã khẳng định quan niệm và khát vọng của thanh niên.

Cuộc sống là không ngừng sáng tạo, mà “sáng tạo là phải táo bạo”.

Chiêm ngưỡng những phát minh sáng tạo đến bá đạo của sinh viên Việt Nam. [NL. 14]

Qua thành ngữ mới, giới trẻ Việt cũng bộc lộ một quan niệm sống mới: vui hết mình, quẩy nhiệt tình/ Học hết mình, quẩy nhiệt tình/ Chơi hết sức, học hết mình...

Thầy trò Wellspring vui hết mình, quẩy nhiệt tình chào Giáng sinh. [NL. 15]

Chơi hết sức, học hết mình, team Nhi – Thắng chúng ta là một gia đình [NL. 16]

Đó là những nỗ lực hết mình của đội ngũ làm chương trình, mong chúng ta sẽ mãi là một gia đình "Học hết mình – Quẩy nhiệt tình" và sẽ cùng nhau tổ chức nhiều hoạt động hay, bổ ích. [NL. 17]

Văn hóa của người Việt truyền thống chuộng sự chừng mực, điềm đạm, ôn hòa, đề cao sự tiết chế trong biểu hiện tình cảm thái độ, không thích những biểu hiện ồn ào, thái quá. Văn hóa Việt Nam nhìn chung thiên về âm tính [5]. Nhưng giới trẻ trưởng thành trong bối cảnh giao lưu

tiếp xúc với văn hóa phương Tây nên chịu ảnh hưởng mạnh mẽ, sâu sắc của nền văn hóa dương tính, thích và dám bộc lộ cái tôi của mình. Trong đó, quan niệm nổi bật là dám sống hết mình, làm việc hết mình và hưởng thụ hết mình. Có một thời, quan niệm về hưởng thụ trong xã hội Việt Nam bị dán nhãn là suy đồi, cá nhân ích kỷ, là lối sống lệch lạc. Nhưng giới trẻ hiện nay nêu cao một quan niệm sống cởi mở: “Vui hết mình, quẩy nhiệt tình/ Học hết mình, quẩy nhiệt tình/ Chơi hết sức, học hết mình/ Làm hết mình, quẩy nhiệt tình”... Thành ngữ mới này thể hiện phương châm sống hết mình, làm hết mình, hưởng thụ hết mình của thanh niên hiện đại. Quan niệm sống mới mẻ này dù khác xa với văn hóa truyền thống nhưng đã thể hiện ý nghĩa tích cực của những công dân trẻ thời đại toàn cầu đúng như “mô thức tự bộc lộ bản thân mình” trong văn hóa thanh niên. Xã hội sẽ không ngừng phát triển nếu có một tầng lớp thanh niên dạt dào sức trẻ dám cống hiến hết mình và hưởng thụ hết mình, không e dè ngại khó khăn, thử thách, không ngại va chạm, nói như khẩu hiệu của thanh niên là “yêu nước không ngại trầy xước”.

Dám thể hiện hết mình cái tôi, giới trẻ còn đặt ra những chuẩn mực, hệ giá trị mới giới thể hiện cách nhìn nhận và phong cách sống mới qua thành ngữ. Nếu văn hóa truyền thống Việt Nam coi trọng “tốt gỗ hơn tốt nước sơn” thì giới trẻ lại thẳng thắn khẳng định: “đẹp nhân tạo hơn xấu tự nhiên”

Ca sĩ Thùy Tiên: Thà đẹp giả tạo còn hơn xấu... tự nhiên. [NL. 18]

Teen thích đẹp nhân tạo còn hơn xấu tự nhiên. [NL. 19]

Tôi nghĩ là đẹp nhân tạo sẽ tốt hơn xấu tự nhiên. Tôi cũng nghĩ người của công chúng phải có ngoại hình... Ngoại hình cũng là một lợi thế lớn và tôi biết mình cần làm đẹp những gì. [NL. 20]

Tuy còn nhiều tranh luận trong xã hội về quan điểm này, những ngôi sao trẻ của truyền thông giải trí Việt, nhiều đại diện thanh niên đã nêu cao quan điểm có vẻ duy mỹ, trái với quan niệm trọng nội dung, coi thường hình thức của người Việt xưa.

Trong xã hội hiện nay, hình thức bên ngoài cũng là một giá trị, một cơ sở giúp cho con người, đặc biệt là thanh niên bước tới thành công. Thực tế cuộc sống đã chứng minh, những cô gái đẹp, những ca sĩ, diễn viên điện ảnh, MC... người của công chúng đều xuất hiện với một ngoại hình long lanh, dù chấp nhận đau đớn, đổ máu vì dao kéo phẫu thuật thẩm mỹ. Hàn lưu là làn sóng văn hóa Hàn Quốc có ảnh hưởng mạnh trên toàn cầu, đặc biệt là đối với giới trẻ các nước châu Á. Trong đó xuất hiện những khuôn mẫu mỹ nam mỹ nữ “long lanh như sao Hàn”, trở thành chuẩn mực mới trong cảm nhận cái đẹp của giới trẻ:

Hot girl Thảo Nhi long lanh như sao Hàn. [NL. 21]

Hot boy Hà Nội long lanh như sao Hàn. [NL. 22]

Sao Hàn – những cô gái chàng trai trong các sản phẩm văn hóa giải trí Hàn Quốc với nét đẹp chung “da trắng mặt xinh” trở thành khuôn mẫu, tiêu chuẩn cho vẻ đẹp hiện đại, đáng mơ

ước của giới trẻ Việt. Các mô típ so sánh trong thành ngữ truyền thống như “đẹp như tiên”, “đẹp như hoa” tỏ ra quá mơ hồ, trừu tượng và cổ điển so với mô típ so sánh đầy thực tế và thời thượng trong thành ngữ mới giới trẻ “đẹp như sao Hàn”, “đẹp như phẫu thuật thẩm mỹ”. Truyền thông hiện đại ngày càng làm lan rộng những chuẩn mực mới này đến đông đảo giới trẻ, thổi bùng khao khát về vẻ đẹp ngoại hình long lanh, “hồng nhan bạc tử” với mơ ước nhan sắc giúp giới trẻ đổi đời, bước chân vào showbiz, sải chân trên ánh đèn sân khấu, làm người nổi tiếng. Khát khao này như trở thành một nỗi ám ảnh của thanh niên, đi vào cả trong lời ăn tiếng nói, trở thành một tiêu chuẩn để so sánh, để hướng tới.

Những quan niệm về giá trị và mong muốn này của giới trẻ chính là kết quả của bối cảnh xã hội trong thời đại mới. Nó hàm chứa nhiều điều tốt đẹp như khát vọng vươn lên, khát vọng thay đổi cuộc đời, được cống hiến và hưởng thụ hết mình vì quỹ thời gian cuộc đời và tuổi trẻ rất ngắn ngủi. Động lực này tạo ra sự phát triển cho thanh niên cũng chính là sự phát triển của xã hội. Tuy nhiên, mặt trái của văn hóa thanh niên cũng xuất phát từ đây. Có thể bắt gặp lối sống thực dụng, vị kỷ, tôn sùng và đề cao giá trị vật chất, lấy ngoại hình và tài sản làm thước đo giá trị con người, giá trị của tình yêu:

Đúng là đẹp trai đi bộ không bằng mặt rỗ đi xe xịt, hãy cùng chứng minh bằng clip dưới đây... [NL. 23]

Lê Phương từng tố anh mê người phụ nữ lớn tuổi nhưng có tiền mà bỏ rơi vợ con. Phải chăng Phương Chanel là nguyên nhân khiến anh quyết định li hôn và dẫn đến nghi án “phi công trẻ lái máy bay bà già”? [NL. 25]

Những thành ngữ giới trẻ có nội dung này chịu nhiều dư luận chỉ trích, lối nói này bị cho rằng đã cổ xúy cho chủ nghĩa vật chất thực dụng. Nhưng từ trong những ngữ cảnh cụ thể, rõ ràng chúng mang màu sắc mỉa mai, chế giễu hóm hỉnh, hài hước và cũng không kém phần sâu cay của giới trẻ hiện đại. Vẫn tiếp tục phong cách mỉa mai dí dỏm của thành ngữ truyền thống, nhưng thành ngữ của giới trẻ lại hiện đại hóa bằng những biểu trưng của xã hội hiện đại, như xe cộ, máy móc, nhà lầu, xe hơi. Nếu chênh lệch tuổi tác trong nạn tảo hôn xưa được ví von là “bồng bồng bế chồng đi chơi/ đi đến chỗ lội đánh rơi mất chồng” thì vấn đề tình yêu lệch tuổi theo trào lưu và cám dỗ vật chất được giới trẻ ẩn dụ bằng cặp hình ảnh hiện đại: phi công trẻ – máy bay bà già. Phi công trẻ được ẩn dụ để chỉ những nam thanh niên trẻ cặp với máy bay bà già – một loại máy bay đời cũ ám chỉ những người phụ nữ lớn tuổi thừa tiền hám tình trẻ. Phi công trẻ – máy bay bà già là cặp ẩn dụ song hành thú vị chỉ quan hệ tình tiền của những đối tượng bất cân xứng tuổi tác này. Rõ ràng, được dùng trong phát ngôn trên, thành ngữ “phi công trẻ lái máy bay bà già” có hàm ý mỉa mai, châm chọc thâm thúy, chứ không phải là cổ súy cho lối sống lệch lạc, thực dụng như nhiều ý kiến đã phê phán thành ngữ giới trẻ.

Vì vậy, cũng như mọi hiện tượng ngôn ngữ khác, muốn hiểu được đích thực giá trị ý nghĩa và thông điệp nội dung của thành ngữ mới giới trẻ, cần đặt trong từng ngữ cảnh cụ thể mà nó xuất hiện, chứ không thể suy đoán theo kiểu diễn giải theo ý nghĩa từng từ ngữ riêng lẻ

trên câu chữ bởi ý nghĩa của thành ngữ chỉ được thể hiện trọn vẹn trong ngữ cảnh nó xuất hiện. Là sản phẩm mới của thanh niên trong cuộc sống hiện đại, thành ngữ mới là tấm gương phản chiếu bộ mặt của đời sống xã hội theo cách nhìn và cảm nhận của giới trẻ. Nếu có những ý nghĩa lệch lạc, chưa chuẩn mực trong thành ngữ mới thì đó phải chăng cũng là sự soi chiếu những bộn bề trắng đen, trái phải của hiện thực đời sống hiện đại. Thành ngữ mới cũng là một cách phân biệt xã hội bằng ngôn ngữ như truyền thống thành ngữ từ xưa đến nay của người Việt.

Được giới trẻ sáng tạo và sử dụng như là một tín hiệu của nhóm, thành ngữ mới còn thể hiện nhu cầu và văn hóa giao tiếp của giới trẻ. Chúng xuất hiện phổ biến trong ngôn ngữ của cộng đồng mạng xã hội, trong giao tiếp nội bộ của nhóm giới trẻ, trên ngôn ngữ truyền thông dành cho thanh niên, học sinh sinh viên. Sự xuất hiện của chúng cũng gây ra những “con bão truyền thông” lớn trong giới xuất bản, truyền thông, các nhà ngôn ngữ học, báo chí, phụ huynh... Mặc dù có những khen chê gay gắt, trái chiều nhau nhưng chúng vẫn nhanh chóng trở thành trào lưu thời thượng, có sức hút mạnh mẽ đối với giới trẻ. Điều này có thể dễ dàng lí giải từ góc độ mô hình và hiệu quả giao tiếp.

Trước hết, lựa chọn một ngôn ngữ hoặc biến thể ngôn ngữ nào để giao tiếp phụ thuộc vào chủ thể và đối tượng tham gia giao tiếp. Ở đây có thể dễ dàng nhận thấy giới trẻ là chủ thể lẫn đối tượng tiếp nhận giao tiếp, cùng thống nhất lựa chọn các hình thức ngôn ngữ lệch chuẩn để giao tiếp với nhau. Sự quy ước ngầm này làm nên tính thống nhất của các nhân vật trong cuộc giao tiếp. Sự lựa chọn ngôn ngữ này còn diễn ra tùy theo phạm vi và hoàn cảnh giao tiếp. Có thể thấy lĩnh vực giao tiếp thường xuất hiện thành ngữ mới nói riêng và các hình thức của ngôn ngữ giới trẻ nói chung là những kênh thông tin về đời sống giới trẻ, văn hóa, giải trí. Trên các tờ báo giới trẻ, các lĩnh vực này được thiết kế như các chuyên mục trọng yếu: phim, âm nhạc, sao, thời trang... Đây chính là những lĩnh vực nội dung mà giới trẻ quan tâm, hứng thú, có lượng theo dõi cao hơn cả. Đồng thời cũng là diễn đàn cộng đồng mà giới trẻ gặp gỡ, cập nhật thông tin nhanh nhạy nhất. Trong phạm vi giao tiếp này, sử dụng thành ngữ mới với tư cách là một biến thể của giới trẻ như là mã giao tiếp ngầm, một tín hiệu nhận biết trong nội bộ nhóm, giới xã hội. Ở đây, thanh niên có thể thoải mái dùng các biến thể ngôn ngữ của nhóm mình mà ít chịu những định kiến thiên lệch của các thành viên xã hội. Các thành ngữ này chủ yếu đề cập đến những đề tài và chủ đề giới trẻ quan tâm như lối sống của thanh niên, đời sống showbiz, các hiện tượng nổi cộm của xã hội được nhìn bằng con mắt của giới trẻ.

Mặt khác, việc sử dụng thành ngữ mới còn là cách giới trẻ tự thể hiện bản thân mình, nhóm mình. Giới trẻ – họ là thanh niên, học sinh, sinh viên có độ tuổi trên dưới 20, là lực lượng tiên phong trong những trào lưu tân thời của xã hội hiện nay. Họ là những người nhanh nhạy với cái mới, cùng với áo quần, xe cộ, phụ kiện tân thời là gu thị hiếu thẩm mỹ và phong cách tân thời, đi kèm với ngôn ngữ tân thời. Đặc trưng tâm lí lứa tuổi của tầng lớp thanh niên là tính sáng tạo, phá cách, luôn muốn tìm tòi, khám phá, thể nghiệm những điều mới. Thành ngữ mới

một mặt thỏa mãn nhu cầu nói năng có vần điệu, nhịp nhàng như cốt cách giao tiếp của người Việt từ ngàn đời, một mặt thỏa mãn nhu cầu sáng tạo, phá cách của giới trẻ. Không hứng thú với những quy định chuẩn tắc trong ngôn ngữ, giới trẻ tỏ ra thích thú với những biến dị bất ngờ trong thành ngữ mới. Chúng vừa tạo ra hiệu ứng ngôn ngữ vừa tạo ra hiệu ứng ý nghĩa, mới lạ, thậm chí gây sốc cho cộng đồng. Đây phải chăng là hiệu quả giao tiếp mà giới trẻ muốn thông qua biến thể ngôn ngữ này để khẳng định bản sắc riêng của nhóm xã hội.

Cũng như truyền thống, “thành ngữ chỉ hình thành ở những phạm vi mà sự phản ánh đòi hỏi cần có sự bình giá và biểu cảm. Thành ngữ của tiếng Việt chủ yếu biểu thị những hiện tượng thuộc đời sống sinh hoạt của con người như cách sống, phương châm xử thế, tính cách, phẩm hạnh...” [2, Tr. 80]. Theo đó, thành ngữ mới của giới trẻ không chỉ phản ánh hiện thực mà còn bộc lộ sự “bình giá và biểu cảm” của giới trẻ. Qua thành ngữ mới, giới trẻ thể hiện cái tôi thẳng thắn, dám nói thẳng nói thật, dám biểu hiện bộc trực cái tôi của mình. Thanh niên Việt ngày nay không còn e sợ hay ngại ngùng bày tỏ quan điểm cá nhân mình, văn hóa giao tiếp của giới trẻ vì vậy có nhiều điều khác biệt với thói quen giao tiếp truyền thống, dần hòa vào xu hướng chung của thời đại toàn cầu hóa. Cách khẳng định cái tôi của mình qua thành ngữ mới cũng là một cách giới trẻ tự biểu hiện cá tính, nhận thức. Có thể nhận thấy một lớp thanh niên mới đầy hoài bão, cá tính, thẳng thắn, dám nghĩ, dám làm và dám nói đang xuất hiện và trưởng thành trong xã hội Việt Nam đương đại. Tầng lớp ấy với sức lan tỏa mạnh mẽ của tuổi trẻ, cộng hưởng với sự trợ giúp của truyền thông hiện đại làm cho biến thể ngôn ngữ giới trẻ ngày càng lan rộng. Biên độ độ tuổi sử dụng cũng có xu hướng giãn rộng, lôi cuốn cả trẻ em, người lớn tuổi, đủ trình độ học vấn, nghề nghiệp tham gia sử dụng trong nhiều phạm vi giao tiếp khác nhau. Chúng trở thành một tín hiệu quan trọng trong giao tiếp, đánh dấu người nghe và thiết lập mạng xã hội giao tiếp của mình. Có thể xem giới trẻ đã thiết lập nên mạng xã hội của giới nhóm mình, lựa chọn mã ngôn ngữ riêng làm tín hiệu giao tiếp đặc trưng trong mạng của mình. Việc sử dụng thành ngữ mới đã trở nên quen thuộc, được chấp nhận với một thái độ cộng tác đầy hứng khởi trong nội bộ mạng. “Đời sống giới trẻ nói vốn rất tươi trẻ, trí tuệ và cũng rất nghịch ngợm, vì thế biến thể ngôn ngữ trong nhóm xã hội này ngày càng được phát triển là điều dễ hiểu... họ là những người thích đổi mới ngay trong sử dụng ngôn ngữ, không thích dùng những từ ngữ đã mòn như những đồng xu” [4, Tr. 326]

Nhận thấy những tín hiệu tích cực này, nhân kỷ niệm ngày thành lập Đoàn Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh năm 2014, Trung ương Đoàn đã công bố 20 câu “thành ngữ thời a còng” kèm theo hình minh họa để cổ động, tuyên truyền lối sống đẹp, sống có ý nghĩa của thanh niên:

Sống nhân ái đời không tê tái.

Yêu nước chẳng ngại trầy xước.

Trung thực dù đời cơ cực.

...[NL. 4]

Những thành ngữ mới của thanh niên từ “thân phận” ngôn ngữ mạng, mang tính khẩu ngữ phi chính thống đã dần được công nhận trên những diễn đàn nghiêm túc. Thay vì những khẩu hiệu giáo điều khô khan mang nặng tính triết lý giáo huấn cũ kỹ, không hợp thời, không hợp đối tượng, Trung ương Đoàn Thanh niên đã nhanh nhạy nắm bắt tín hiệu thẩm mỹ ưa thích của giới trẻ, sử dụng chúng như công cụ giao tiếp hiệu quả để tiếp cận thanh niên. Quan điểm cởi mở, sáng tạo, phá cách này đã được đoàn viên thanh niên hưởng ứng nhiệt liệt, phản ánh phần nào hiệu quả giao tiếp mà thành ngữ giới trẻ mang lại. Thế nên bản thân ngôn ngữ hoàn toàn không có lỗi. Sử dụng ngôn ngữ như thế nào cho đạt được mục đích và hiệu quả giao tiếp là việc của người dụng ngôn.

### 3. Kết luận

Thành ngữ mới là sản phẩm độc đáo của giới trẻ Việt ngày nay trong giao tiếp. Sáng tạo và sử dụng thành ngữ mới là một biểu hiện nổi bật của ngôn ngữ giới trẻ trong bối cảnh hiện nay. Tuy thời gian xuất hiện chưa dài và bước đầu chỉ dừng lại ở ngôn ngữ nội bộ của nhóm giới trẻ nhưng thành ngữ mới đã thể hiện những đặc điểm ngôn ngữ và văn hóa nổi bật của tiếng Việt và người Việt.

Về mặt ngôn ngữ, thành ngữ mới đã kế thừa những đặc điểm về hình thức cấu tạo, mô típ diễn đạt, tính biểu trưng của thành ngữ truyền thống. Thành ngữ mới đã góp phần làm phong phú, đa dạng diện mạo của tiếng Việt hiện đại.

Về mặt văn hóa, thành ngữ mới đã kế thừa, tiếp nối truyền thống văn hóa giao tiếp chuộng vắn điệu, nhịp nhàng, cân xứng về ngữ âm, tính hình tượng, biểu trưng về ý nghĩa, sắc thái biểu cảm hài hước, dí dỏm, có phần châm biếm, mỉa mai nhẹ nhàng, tinh tế. Mặt khác, thành ngữ mới đúng như tên gọi của nó, bằng những sáng tạo, phá cách riêng đã phản ánh những nét văn hóa thanh niên mới trong nhận thức, suy nghĩ và bộc lộ cái tôi, bộc lộ cảm xúc của một thế hệ mới trong bối cảnh xã hội ngày nay. Biến thể ngôn ngữ mà giới trẻ đang tạo ra góp phần làm nên “tính đa dạng của ngôn ngữ... làm cho sự hội nhập có thể được thực hiện mà không dẫn tới sự đơn điệu, tẻ nhạt.” [3, Tr. 36] Do đó, thành ngữ mới của giới trẻ không những là một hiện tượng ngôn ngữ thú vị mà còn là một hiện tượng văn hóa độc đáo của tầng lớp thanh niên trong dòng chảy văn hóa thời hiện đại cần được quan tâm nghiên cứu.

### Tài liệu tham khảo

1. Đỗ Hữu Châu (2005), *Đỗ Hữu Châu tuyển tập, Tập 1 Từ vựng ngữ nghĩa*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
2. Nguyễn Thiện Giáp (2002), *Từ vựng học tiếng Việt*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
3. Cao Xuân Hạo (2003), *Tiếng Việt Văn Việt Người Việt, lần thứ 3*, Nxb. Trẻ TP HCM.
4. Nguyễn Văn Khang (2012), *Ngôn ngữ học xã hội*, Nxb. Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.



5. Trần Thị Ngọc Lang (chủ biên) (2005), *Một số vấn đề về phương ngữ xã hội*, Nxb. KHXH.
6. Hoàng Phê (2000), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb. Đà Nẵng.
7. Trần Ngọc Thêm (2000), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
8. Nguyễn Đức Tôn (2002), *Tìm hiểu đặc trưng văn hóa dân tộc của ngôn ngữ và tư duy người Việt*, Nxb. ĐHQGHN.
9. Phạm Hồng Trung (2008), Văn hóa và lối sống của thanh niên Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế – Một số vấn đề về khái niệm và cách tiếp cận, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Khoa học Xã hội và Nhân văn*, 24, 148–156.
10. Tuyển tập dịch (2006), *Ngôn ngữ văn hóa và xã hội – Một cách tiếp cận liên ngành*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.

## YOUTH'S IDIOMS FROM VIEWPOINTS OF LINGUISTICS AND CULTURE

**Do Thuy Trang**

Hu – University of Sciences

**Abstract.** Currently, Vietnamese youth tend to create and use new idioms to communicate with each other in their group. This article looks into new expressions of youth language variations with the aim to find the explanation for this interesting linguistic phenomenon from the viewpoints of linguistics and culture.

**Keywords.** language variations, youth, idioms, culture