

Thành ngữ, tục ngữ cải biên trong ngôn ngữ mạng của nhóm Gen Z ở Hàn Quốc và Việt Nam

Phùng Thị Ngọc Ánh*

Tóm tắt: Trong bối cảnh kỹ thuật số phát triển mạnh mẽ, ngôn ngữ mạng trở thành hiện tượng phổ biến, đặc biệt trong thế hệ Gen Z ở Hàn Quốc và Việt Nam. Bài viết nghiên cứu cách mà nhóm đối tượng này cải biên thành ngữ, tục ngữ gốc hoặc dựa vào những đặc tính nổi bật về mặt hình thức và nội dung để tạo thành các biến thể mới. Hiện tượng này đã xuất hiện khá lâu trong tiếng Anh và hiện nay cũng trở thành xu hướng trong tiếng Việt với các tên gọi như: “phản tục ngữ”, “tục ngữ mới”, “tục ngữ cải biên”, “tục ngữ Gen Z”. Kết quả nghiên cứu giúp làm rõ những điểm tương đồng và khác biệt trong hai ngôn ngữ về thành ngữ, tục ngữ cải biên trong ngôn ngữ Gen Z đồng thời đưa ra những khuyến nghị và đề xuất liên quan đến vấn đề này.

Từ khoá: Cải biên, thành ngữ, tục ngữ, tiếng Hàn, tiếng Việt, Gen Z.

Phân loại ngành: Ngôn ngữ học

Abstract: In the context of strong digital development, online language has become a popular phenomenon, especially among Gen Z in Korea and Vietnam. This article studies how this group of people adapts original idioms and proverbs or relies on their outstanding characteristics in terms of form and content to create new variations. This phenomenon has appeared for quite a long time in English and is now also becoming a trend in Vietnamese language with names such as "anti-proverbs", "new proverbs", "adapted proverbs", or "Gen Z proverbs", etc. The research results help clarify the similarities and differences between the two languages in terms of adapted idioms and proverbs in Gen Z language and at the same time offer recommendations and suggestions related to this issue.

Keywords: Adaptation, idioms, proverbs, Korean language, Vietnamese language, Gen Z.

Subject classification: Linguistics

1. Đặt vấn đề

Thành ngữ, tục ngữ là một bộ phận quan trọng trong kho tàng ngôn ngữ của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Thành ngữ, tục ngữ có tính nhận diện đặc trưng và mang giá trị đúc kết lâu đời của thế hệ trước. Tuy nhiên, song song với những thành ngữ và tục ngữ truyền thống, xuất hiện một xu hướng hiện đại hóa khi những biểu đạt ngôn ngữ này được biến đổi, cải biên thành những dạng mới, đặc biệt là trong giao tiếp trên mạng xã hội. Trong tiếng Việt, hiện tượng biến đổi này được gọi là: phản tục ngữ; tục ngữ mới; tục ngữ cải biên; tục ngữ gen Z; thành ngữ thời @; thành ngữ tân thời; thành ngữ, tục ngữ của giới trẻ;... (trong bài viết này chúng tôi sử dụng cách gọi: thành ngữ, tục ngữ cải biên để chỉ sự biến đổi từ thành ngữ, tục ngữ gốc). Tương tự, xu hướng này cũng đã xuất hiện trong tiếng Hàn Quốc mặc dù chưa được giới ngôn ngữ quan tâm nghiên cứu. Việc nghiên cứu sự biến đổi ngôn ngữ trong tiếng Hàn đối chiếu với tiếng Việt dựa trên nhóm ngôn ngữ gen Z góp phần làm rõ những điểm tương đồng và khác biệt về xu hướng biến đổi ngôn ngữ của giới trẻ nói riêng, xu hướng vận động và phát triển ngôn ngữ dưới góc độ ngôn ngữ học xã hội của mỗi cộng đồng ngôn ngữ nói chung. Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần chứng minh biến đổi ngôn ngữ là xu hướng tất yếu của sự phát triển bởi ngôn ngữ luôn vận động và biến đổi cùng với quy luật vận động và biến đổi của xã hội.

* Học viện Khoa học xã hội.

Email: anhkoreahanu13@gmail.com

Trong Việt ngữ học, nghiên cứu về biến thể ngôn ngữ nói chung, biến đổi thành ngữ, tục ngữ nói riêng đang dành được sự quan tâm của giới nghiên cứu. Trần Văn Tiếng (2005) đã giới thiệu một số thành ngữ, tục ngữ và cụm từ cố định mới trong bài viết “Con đường hình thành các cụm từ cố định trong tiếng Sài Gòn”. Hứa Ngọc Tân và Vương Kế Cầm (2011) đã khảo sát 269 đơn vị cụm từ cố định mới từ báo chí và sinh viên, phân tích đặc điểm cấu tạo ngữ nghĩa của chúng. Đỗ Thùy Trang (2017) khi nghiên cứu phân tích “Thành ngữ mới của giới trẻ dưới góc độ văn hoá” đã thống kê được 46 kết cấu cụm từ cố định có tư cách thành ngữ của giới trẻ; tiến hành phân loại chúng theo các con đường hình thành khác nhau. Lê Thị Hồng Minh (2019) phân tích “Vài nét về tục ngữ mới” dưới các góc độ khác về hình thức và nội dung. Đặc biệt tác giả còn đi sâu vào nhận định về thủ pháp nghệ thuật của tục ngữ mới, bày tỏ quan điểm về cái hay, cái dở của tục ngữ mới. Cuốn “Ngôn ngữ mạng - biến thể ngôn ngữ trên mạng tiếng Việt” Nguyễn Văn Khang (2019) cũng đã đề cập đến nhóm ngôn ngữ mạng được tạo ra bởi những cụm từ cố định mang tính thành ngữ. Trong đó, tác giả cũng đã phân loại dựa trên tiêu chí hình thành và liệt kê nhóm các cách nói mang tính thành ngữ trên mạng tiếng Việt theo bảng chữ cái... Như vậy, mặc dù đã có một số công trình bước đầu nghiên cứu sự biến đổi của thành ngữ, tục ngữ song, việc nghiên cứu sự biến đổi thành ngữ, tục ngữ trong ngôn ngữ mạng của nhóm gen Z Hàn Quốc và Việt Nam là cần thiết.

Thế hệ Z, nằm giữa Millennials và Alpha theo định nghĩa của Oxford Learner's Dictionaries, sinh ra từ giữa những năm 1990 đến đầu 2010 (hoặc từ 1997 đến 2012 theo nghiên cứu của Dimmock, Michael), được biết đến như “cộng dân thời đại kỹ thuật số”, thế hệ này chính là những thanh niên, học sinh, sinh viên độ tuổi trên dưới 20 tuổi, nhạy bén với cái mới, có sức sáng tạo bùng nổ, thích thể hiện cá tính độc, lạ trên các nền tảng mạng xã hội. Thuật ngữ “cư dân mạng” là để gọi tên những đối tượng này. Bên cạnh những đặc thù về gu thẩm mỹ, thời trang, áo quần, phụ kiện... thì ngôn ngữ giao tiếp, đặc biệt là ngôn ngữ mạng chính là một thế giới riêng của họ. Từ tiếng lóng, tiếng bồi, teen-code (ngôn ngữ của giới trẻ), cho đến thành ngữ, tục ngữ cũng được thế hệ gen Z biến tấu và sử dụng theo một cách rất riêng. Hiện tượng này xuất hiện ở rất nhiều ngôn ngữ, trong đó có cả tiếng Hàn và tiếng Việt.

Xét trên bình diện ngôn ngữ học xã hội, hiện tượng biến đổi ngôn ngữ - đặc biệt là cái biên của thành ngữ, tục ngữ là xu thế tất yếu của xã hội. Hiện tượng này diễn ra mạnh mẽ trên không gian mạng của giới trẻ và thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu. Mặc dù trở thành xu hướng phổ biến trong đời sống giao tiếp xã hội tại Hàn Quốc, hiện vẫn chưa có nghiên cứu chi tiết nào về hiện tượng này dưới góc độ ngôn ngữ học. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ mang lại cái nhìn tương quan so sánh về cùng một hiện tượng ngôn ngữ, với cùng một nhóm đối tượng sử dụng để làm rõ những tương đồng và khác biệt giữa hai cộng đồng ngôn ngữ khác biệt về loại hình và văn hóa Hàn Quốc và Việt Nam.

Tư liệu bài viết được khai thác ngẫu nhiên từ không gian mạng, từ các bình luận, bài đăng trên những trang mạng xã hội phổ biến ở cả Hàn Quốc và Việt Nam như Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, các Blog cá nhân, các chương trình giải trí, cùng một số diễn đàn trao đổi ngôn ngữ của giới trẻ gen Z trong khoảng thời gian từ sau năm 2015 trở lại đây.

Bài viết sử dụng những phương pháp sau: Phương pháp miêu tả được sử dụng để phân tích đặc điểm và nhận diện các nhóm biến đổi của thành ngữ, tục ngữ từ đó làm rõ sự biến đổi này trên phương diện của ngôn ngữ học; Phương pháp so sánh đối chiếu tìm hiểu sự biến đổi thành ngữ, tục ngữ trong tiếng Hàn và tiếng Việt để chỉ ra những điểm tương đồng và khác biệt. Phương pháp này cũng giúp làm rõ các yếu tố văn hóa và xã hội ảnh hưởng đến sự biến đổi ngôn ngữ trong hai cộng đồng.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm thành ngữ và thành ngữ cái biên trong tiếng Hàn và tiếng Việt

2.1.1. Khái niệm thành ngữ

a) Khái niệm thành ngữ trong tiếng Hàn

Thành ngữ tiếng Hàn được nhắc đến với tên gọi phổ biến là 관용어, 관용구, 익은 말, 숙어, 이디엄,... (Tạm dịch: quán dụng cú, những lời nói quen thuộc, quán ngữ, idiom...). Dưới đây là một số định nghĩa tiêu biểu về thành ngữ tiếng Hàn:

Theo *Đại từ điển quốc ngữ tiêu chuẩn* (표준국어대사전) “thành ngữ” là: “관용어: 두 개 이상의 단어로 이루어져 있으면서 그 단어들의 의미만으로는 전체의 의미를 알 수 없는, 특수한 의미를 나타내는 어구(語句) (Tạm dịch: Là một cụm từ gồm hai từ trở lên và thông qua nghĩa riêng lẻ của từng từ đó không thể hiểu được nghĩa tổng thể của thành ngữ mà thành ngữ mang một ý nghĩa đặc thù khác).

Kim Mun Chang (1974) định nghĩa “thành ngữ” là: “숙어란 두 어사 이상으로 구성된 하나의 구(절)로서 문법 의미 통사 등 제 관점에서 볼 때, 특수한 구조를 가지며 각 구성요소간의 결합도가 특별히 긴밀하여 일반적으로 분리 불가한 일종의 화석형들이다” (Tạm dịch: Thành ngữ là một ngữ đoạn cấu tạo từ hai từ trở lên, mang cấu tạo đặc thù khi xem xét ở góc độ ý nghĩa và ngữ pháp và do mức độ kết hợp giữa các thành tố rất chặt chẽ nên thường không thể phân tách ra được).

Như vậy, có thể khái quát: thành ngữ là đơn vị ngôn ngữ có cấu trúc đặc biệt mà trong đó các yếu tố tạo thành có mối liên hệ chặt chẽ không thể tách rời; chúng biểu hiện khác với các yếu tố tạo thành, được sử dụng rộng rãi trong đời sống với ý nghĩa ẩn dụ cố định.

b) Khái niệm thành ngữ trong tiếng Việt

Trong Việt ngữ học, các nhà nghiên cứu khi đưa ra khái niệm thành ngữ thường đặt trong sự đối sánh với tục ngữ nhằm làm rõ những đặc trưng khác biệt của giữa thành ngữ và tục ngữ. Trong cuốn *Việt Nam Văn học sử yếu*, Dương Quảng Hàm đã định nghĩa thành ngữ, tục ngữ như sau: “Một câu tục ngữ tự nó phải có một ý nghĩa đầy đủ, hoặc khuyên răn, hoặc chỉ bảo điều gì; còn thành ngữ chỉ là những lời nói có sẵn để ta tiện dùng mà diễn một ý gì hoặc tả một tả một trạng thái gì cho có màu mè” (Dương Quảng Hàm, 1951: 15). Vũ Ngọc Phan thì nhấn mạnh hơn đến những đặc điểm để phân biệt thành ngữ và tục ngữ: “... thành ngữ là một phần câu có sẵn, nó là bộ phận của câu mà nhiều người quen dùng nhưng tự nhiên nó không diễn được ý trọn vẹn. Về hình thức ngữ pháp, mỗi thành ngữ là một nhóm từ, chưa phải là một câu hoàn chỉnh” (Vũ Ngọc Phan, 2020: 30).

Hồ Lê (1976) cho rằng, thành ngữ là những tổ hợp từ có tính chất vững chắc về cấu tạo, và có tính bóng bẩy về ý nghĩa dùng; Theo *Từ điển tiếng Việt* của Hoàng Phê: “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” (Hoàng Phê, 2017: 915); Hoàng Văn Hành (2008: 10) cho rằng: “Thành ngữ là những tổ hợp từ đặc biệt, biểu thị những khái niệm bóng bẩy”; Nguyễn Thiện Giáp (2008: 209) trong *Giáo trình ngôn ngữ học* quan niệm “thành ngữ là những cụm từ trong cơ cấu cú pháp và ngữ nghĩa của chúng có những thuộc tính đặc biệt, chỉ có ở cụm từ đó”.

Tựu trung lại, các nhà nghiên cứu khá thống nhất khi cho rằng: thành ngữ là một cụm từ hay tập hợp từ cố định có tính vững chắc về cấu tạo, tính bóng bẩy về ý nghĩa và chưa phải là một câu hoàn chỉnh.

2.1.2. Thành ngữ cải biên

a) Thành ngữ cải biên trong tiếng Hàn

Đa số những thành ngữ, tục ngữ này được các bạn trẻ lan truyền trên mạng xã hội, các phương tiện truyền thông mang tính cá nhân như blog, instagram, twitter... Hiện thực này có quan hệ mật thiết với văn hoá giao tiếp đời thường khá khắt khe của người Hàn Quốc nơi “kính ngữ” là một bộ phận quan trọng, trở thành một trong những tiêu chí để đánh giá năng lực tiếng của người học và người dùng tiếng Hàn Quốc. Do vậy, cơ hội để những thành ngữ cải biên được chấp thuận trong đời sống hàng ngày một cách chính thức rộng rãi là khá mong manh. Theo chúng tôi được biết ở Hàn Quốc hiện nay, thành ngữ cải biên xuất hiện lác đác trong

cộng đồng giới trẻ và được đặt tên là thành ngữ, tục ngữ gen Z chứ chưa có công trình nào đi đến một khái niệm thành ngữ cải biên hay tìm hiểu hiện tượng này ở góc độ ngôn ngữ học.

b) Thành ngữ cải biên trong tiếng Việt

Trong tiếng Việt, sự ra đời của thể hệ gen Z ở Việt Nam đã dẫn đến việc sử dụng phổ biến những đơn vị thành ngữ mang dấu ấn của thế hệ này. Khác với tiếng Hàn, giới trẻ Việt Nam sử dụng ngôn ngữ khá cởi mở và tự do, do đó thành ngữ cải biên đã thâm nhập vào ngôn ngữ và sinh hoạt đời thường. Theo chúng tôi: thành ngữ cải biên là một sản phẩm cải biên có kế thừa các yếu tố về hình thức hoặc nội dung của thành ngữ gốc mà vẫn mang những đặc điểm cơ bản của thành ngữ như: tính ổn định về kết cấu, được quen dùng với hình thức ổn định và giàu tính biểu trưng, phù hợp với ngôn ngữ của giới trẻ. Trong nghiên cứu này, chúng tôi không đề cập đến các thành ngữ được tạo mới như: *đời rất dễ nhưng vẫn phải niềm nở, chuẩn không cần chỉnh, phim giả tình thật...* mà chỉ đề cập đến thành ngữ cải biên (sản phẩm cải biên dựa trên cái nền của đơn vị gốc, có kế thừa một số thành tố của đơn vị gốc).

2.2. Khái niệm tục ngữ và tục ngữ cải biên trong tiếng Hàn và tiếng Việt

2.2.1. Khái niệm tục ngữ

a) Khái niệm tục ngữ trong tiếng Hàn

Trong tiếng Hàn, tục ngữ có tên gọi phổ biến là 속담, ngoài ra còn một số tên gọi khác như 격언, 속언, 잠언... (tạm dịch: cách ngôn, tục ngôn, châm ngôn).

Theo tác giả Lee Ki Mun, “tục ngữ” được quan niệm là “속담: 예부터 사람들의 입에서 입으로 전해 내려오는 짧은 문장의 비유적인 말로, 경험을 통해 얻게 된 삶의 지혜와 교훈, 경계해야 할 일 등에 대한 내용을 담고 있는 말.” (Tạm dịch: Là những câu ngắn, mang tính ẩn dụ, được truyền miệng từ xưa, chứa đựng những nội dung trí tuệ, giáo huấn, cảnh tỉnh, thông qua những kinh nghiệm được đúc rút của người xưa).

Nam Young Shin trong *Từ điển quốc ngữ* định nghĩa “tục ngữ” là: “속담: 민중 속에서 자연히 이루어져 널리 구전되는 격언. 민중의 삶의 지혜, 사고방식, 가치관 따위가 반영되어 있다”. (Tạm dịch: Tục ngữ là những cách ngôn được hình thành một cách tự nhiên trong dân chúng và được lưu truyền rộng rãi. Nó phản ánh trí tuệ, lối sống, giá trị quan của nhân dân).

Tựu trung lại, tục ngữ 속담 trong tiếng Hàn là một câu nói được lưu truyền rộng rãi trong dân gian, phản ánh trí tuệ, lối suy nghĩ, giá trị nhân sinh quan... của con người về một hiện thực nhất định nào đó.

b) Khái niệm tục ngữ trong tiếng Việt

Trong tiếng Việt, theo Vũ Ngọc Phan (2008: 39), tục ngữ là: “Một câu tự nó diễn trọn vẹn một ý, một nhận xét, một kinh nghiệm, một luân lý, có khi là một sự phê phán” được sử dụng rộng rãi trong nhân dân với cấu trúc ổn định, có nghĩa hoàn chỉnh và là một thể loại văn hóa văn học dân gian... Tục ngữ thường đề đưa ra lời khuyên, đúc rút kinh nghiệm, giúp câu văn hay lời nói cô đọng, súc tích và giàu hình ảnh hơn.

Trong *Từ điển tiếng Việt*, tục ngữ được định nghĩa: “Câu ngắn gọn, thường có vần điệu, đúc kết tri thức, kinh nghiệm sống và đạo đức thực tiễn của nhân dân” [Hoàng Phê, 2004: 1062]. Các tác giả Chu Xuân Diên, Lương Văn Đang, Phương Tri (1975) cho rằng: “thành ngữ là khái niệm, tục ngữ là phán đoán”. Theo Nguyễn Văn Tu (1968), thành ngữ chỉ một nội dung đầy đủ và dùng để làm thành phần câu. Trong tục ngữ là những câu lưu truyền kinh nghiệm đời sống, kinh nghiệm xã hội, lịch sử... Như vậy, các nhà nghiên cứu đã khá thống nhất khi cho rằng, tục ngữ là một câu hoàn chỉnh và có sự phân định ranh giới giữa thành ngữ và tục ngữ dựa vào các yếu tố như ý nghĩa, cấu trúc, chức năng. Bên cạnh đó, một số ý kiến cũng cho rằng, việc chuyển hóa và xâm nhập giữa thành ngữ với tục ngữ trong một số ngữ cảnh cụ thể cho thấy thành ngữ và tục ngữ có mối quan hệ đặc biệt, khăng khít.

2.2.2. Tục ngữ cải biên

a) Tục ngữ cải biên trong tiếng Hàn

Trong tiếng Hàn, thì không có sự phân biệt rõ ràng giữa thành ngữ và tục ngữ. Để đáp ứng nhu cầu giao tiếp của giới trẻ ở Hàn Quốc, việc sáng tạo thành ngữ, tục ngữ mới diễn ra sôi nổi trong những năm gần đây. Một số chương trình truyền hình nổi tiếng như Beat Coins (KBS, 2023) và Earth Arcade (2022) đã sử dụng thành ngữ, tục ngữ cải biên làm nội dung chính để thu hút người xem. Trong các tập phát sóng, người tham gia thường vô tình “sáng tạo” ra các thành ngữ mới khi đoán nghĩa, tạo ra tiếng cười và thu hút tương tác lớn từ khán giả. Tuy nhiên, theo tìm hiểu của chúng tôi, ở Hàn Quốc hiện nay chưa có công trình nghiên cứu về hiện tượng cải biên trong tục ngữ Hàn Quốc. Hơn nữa ở góc độ văn hóa và ngôn ngữ việc tiếp nhận tục ngữ mới hay tục ngữ cải biên ở tiếng Hàn không sôi nổi như tiếng Việt. Hiện tượng cải biên tục ngữ trong tiếng Hàn cũng có một số yếu tố tương đồng như tiếng Việt. Vì vậy, chúng tôi cũng dựa trên cơ sở đó để phân chia các nhóm cải biên trong quá trình khảo sát.

b) Tục ngữ cải biên trong tiếng Việt

Bản chất của ngôn ngữ là sinh động và linh hoạt, vì vậy không phải bây giờ mới có hiện tượng cải biên trong tục ngữ. Tuy nhiên với sự bùng nổ công nghệ thông tin và mạng xã hội như hiện thì hiện tượng này không chỉ xuất hiện nhiều trong ngôn ngữ của giới trẻ trên các nền tảng mạng xã hội mà nó đã đi vào giao tiếp hàng ngày và có đời sống riêng. Đôi khi những câu cải biên tục ngữ không chỉ tạo ra tính bất ngờ hài hước mà còn đạt được hiệu quả trong giao tiếp khi nó chứa đựng những giá trị hay bài học trong đó. Theo chúng tôi: tục ngữ cải biên là một sản phẩm cải biên có kế thừa các yếu tố về hình thức hoặc nội dung của tục ngữ gốc mà vẫn mang những đặc điểm cơ bản của tục ngữ như: Câu ngắn gọn, thường có vần điệu, đúc kết tri thức, kinh nghiệm sống và đạo đức thực tiễn của nhân dân, kết hợp với ngữ liệu của đời sống hôm nay, phù hợp với ngôn ngữ của giới trẻ.

Dựa trên những kết quả nghiên cứu trước đây, chúng tôi kế thừa quan điểm khi cho rằng, thành ngữ là một cụm từ hay tập hợp từ cố định có tính vững chắc về cấu tạo, tính bóng bẩy về ý nghĩa và chưa phải là một câu hoàn chỉnh; còn tục ngữ là một câu hoàn chỉnh thường có vần điệu, đúc kết tri thức, kinh nghiệm sống và đạo đức thực tiễn của nhân dân.

Trong phạm vi nghiên cứu này, chúng tôi tập hợp và nghiên cứu tổ hợp gồm cả thành ngữ lẫn tục ngữ cải biên trong tiếng Hàn và tiếng Việt mà không đi sâu phân biệt hai đối tượng ngôn ngữ này. Do sự chuyển hóa và xâm nhập giữa thành ngữ với tục ngữ nên chúng tôi gọi tổ hợp thành ngữ, tục ngữ khảo sát là các đơn vị gốc và thành ngữ, tục ngữ cải biên được gọi là sản phẩm cải biên.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Qua nghiên cứu, khảo sát và thống kê dữ liệu trên các nền tảng mạng xã hội thịnh hành tại Hàn Quốc và Việt Nam, chúng tôi đã thu thập và chọn lọc được 72 đơn vị thành ngữ, tục ngữ gốc với 118 sản phẩm cải biên tương ứng (do có những đơn vị gốc có nhiều hơn một sản phẩm cải biên) phổ biến trong giới trẻ Hàn Quốc và 250 sản phẩm cải biên thịnh hành trong tiếng Việt. Dựa vào số liệu này, chúng tôi tiến hành phân loại thành ngữ, tục ngữ cải biên từ góc nhìn của ngôn ngữ học và chia thành các nhóm có mô hình tương đồng để làm đối tượng nghiên cứu. Mặc dù vậy, cũng không tránh được sự chồng lấn giao thoa giữa các mô hình, vì vậy việc phân loại cũng chỉ là một hình thức mang tính chất tương đối. Trong tiếng Việt, khái niệm thành ngữ, tục ngữ có sự phân định tương đối rõ ràng hơn so với tiếng Hàn. Việc phân loại thành ngữ, tục ngữ gen Z cũng theo đó mà có những tiêu chí riêng. Tuy nhiên, trong bài viết này, để thống nhất với khái niệm 속담 trong tiếng Hàn, chúng tôi sẽ phân loại thành ngữ, tục ngữ cải biên trong tiếng Việt dựa trên những đặc điểm ngữ âm, ngữ pháp và chủ yếu là ngữ nghĩa và ngữ dụng học. Số liệu được lấy từ 250 câu thành ngữ, tục ngữ cải biên phổ biến trên các nền tảng mạng xã hội như Tiktok, Facebook, Blog mà chúng tôi sưu tầm và chọn lọc.

3.1. Một số mô hình của biến thành ngữ, tục ngữ gen Z trong tiếng Hàn và tiếng Việt

Trong tiếng Hàn và tiếng Việt, qua ngữ liệu khảo sát, chúng tôi nhận thấy thành ngữ, tục ngữ thể hệ gen Z xuất hiện hai nhóm cải biên phổ biến, trong mỗi nhóm lại chia thành các tiểu nhóm với các tính chất tương đồng.

Bảng 1: Nhóm cải biên thành ngữ, tục ngữ trong tiếng Hàn (118 đơn vị) và tiếng Việt (250 đơn vị)

STT	Các dạng thành ngữ, tục ngữ cải biên	Số lượng đơn vị cải biên trong tiếng Hàn	Số lượng đơn vị cải biên trong tiếng Việt
Nhóm 1	Thay thế một/ một số yếu tố trong đơn vị gốc nhưng vẫn giữ nguyên mô hình cấu trúc	85 (72,1%)	195 (78%)
Nhóm 2	Mở rộng hoặc rút gọn mô hình cấu trúc của đơn vị gốc	33 (27,9%)	55 (22%)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.1.1. Thay thế một/ một số yếu tố trong đơn vị gốc nhưng vẫn giữ nguyên mô hình cấu trúc

Trong nhóm này, có thể phân chia thành một số tiểu nhóm như sau:

a) Thay thế bằng từ khác nghĩa

Ví dụ: 가는 말이 고와야 오는 말이 곱다 *Lời nói đi phải đẹp thì lời nói đến mới hay* hay cải biên thành 가는 말이 거칠어야 오는 말이 곱다 *Lời nói đi phải rắn thì lời nói đến mới hay/ ngoan* (được dùng khá phổ biến trong thăm vấn tội phạm). Theo đó cấu trúc cơ bản của câu vẫn được duy trì nhưng từ vựng trong câu đã được thay đổi. (고와야: *đẹp* → 거칠어야: *rắn*). Trong tiếng Việt, mô hình này cũng khá phổ biến, bởi tính chất dễ sử dụng, dễ sáng tạo do dựa vào cấu trúc có sẵn nhưng vẫn tạo ra sự hài hước, dí dỏm, với nét nghĩa mới, có thể gây thú vị, bất ngờ.

Trong tiếng Việt, tiểu loại này cũng có 2 trường hợp: (1) Sản phẩm cải biên không làm thay đổi nghĩa của đơn vị gốc: *Của một đồng công một nén* cải biên thành *Của một đồng công một đồng*; *Anh hùng rom* cải biên thành *Anh hùng bàn phím* (trường hợp này số lượng tuy không nhiều, song được dùng khá phổ biến). *Anh hùng rom* là thành ngữ tiếng Việt chỉ những người bất tài, kém cỏi nhưng luôn tỏ ra tài giỏi¹. Hình tượng rom mang 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 đầy rẫy những mẫu người như thế (Đỗ Thùy Trang, 2017). Giới trẻ ngày nay ít sử dụng hình tượng rom như cha ông ta trong xã hội nông nghiệp mà lại dùng hình ảnh “bàn phím” trong thành ngữ cải biên mới: *Anh hùng bàn phím*. Dù có sự thay đổi về từ vựng, song ý nghĩa của câu không thay đổi, không những thế mà nó còn được cho là phù hợp với giới trẻ và xã hội hiện đại². (2) Sản phẩm cải biên mang sắc thái ý nghĩa mới so với đơn vị gốc. Trong tiếng Việt hiện tượng này rất phổ biến và thịnh hành trong ngôn ngữ mạng của giới trẻ hiện nay, do sử dụng cấu trúc có sẵn của đơn vị gốc để cải biên nên rất thuận miệng trong giao tiếp hàng ngày, bởi cấu trúc quen thuộc và lời nói có vần điệu. Ví dụ:

¹ Nội dung diễn giải các đơn vị thành ngữ, tục ngữ gốc được chúng tôi tham khảo trong các công trình: *Từ điển tiếng Việt* (Hoàng Phê, 2004, Nxb Đà Nẵng) và *Từ điển thành ngữ và tục ngữ Việt Nam* (Nguyễn Lân, 2013, Nxb Văn học).

² Nội dung diễn giải các đơn vị thành ngữ, tục ngữ cải biên được chúng tôi tham khảo từ các trường hợp, tình huống sử dụng trên mạng xã hội và trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Khỏe như voi; Chết như ngã rạ; Sống như tiên (có cấu trúc A như B) được cải biên thành một trào lưu phổ biến hiện nay: *Hồn nhiên như cô tiên; Buồn như con chuồn chuồn; Chán như con gián; Phê như con tê tê...*

Ví dụ: *Còn nước còn tát* cải biên thành *Còn nước còn khát; Không thầy đồ mày làm nên* cải biên thành *Không mày đồ thầy dậy ai; Sai đâu sửa đấy* cải biên thành *Sửa đâu sai đấy*. Cải biên vẫn giữ được một nét nghĩa nào đó của câu gốc hoặc tạo ra ý nghĩa mới hoàn toàn, không phụ thuộc vào ý nghĩa của câu gốc. *Còn nước còn tát* (ý nói dù tình huống đã nguy ngập lắm rồi, nhưng vẫn cố gắng cứu chữa cho đến cùng), *Còn nước còn khát* chỉ thay đổi một từ nhưng ý nghĩa toàn câu đã hoàn toàn thay đổi. Nếu như câu gốc *Còn nước còn tát* mang hàm ý tích cực, động viên, khích lệ khi còn cơ hội hoặc điều kiện, chúng ta nên cố gắng nỗ lực đến cùng thì sản phẩm cải biên lại nêu ra hiện tượng khi người ta còn nhìn thấy lợi ích thì còn ham muốn. *Có phúc cùng hưởng có họa cùng chịu* cải biên thành *Có phúc cùng hưởng có họa cùng chạy; Một điều nhịn chín điều lành* cải biên thành *Một điều nhịn, chín điều nhục; Trong cái rủi có cái may* cải biên thành *Trong cái rủi có cái đen; Chị ngã em nâng* cải biên thành *Chị ngã em vui*. Nếu như *Chị ngã em nâng* thể hiện tình cảm gắn bó, yêu thương, đùm bọc, đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau giữa các thành viên trong gia đình, nhất là giữa anh chị em thì câu cải biên *Chị ngã em vui* lại đi ngược lại với những giá trị tốt đẹp này, nó thể hiện thái độ thờ ơ, ích kỷ trước nỗi đau của người thân.

b) Thay thế bằng từ/cụm từ có yếu tố đồng âm nhưng khác nghĩa

Loại cải biên được tạo lập do hiện tượng đồng âm mặc dù ít hơn so với các loại cải biên khác. Hiện tượng này trong tiếng Hàn khá tương đồng với hiện tượng chơi chữ trong tiếng Việt. Ví dụ: 발 없는 말이 천리 간다 *Lời nói không chân đi ngàn dặm* thành 발 없는 말은 일미터도 못 간다 *Ngựa không chân thì một mét cũng không đi được* (Do danh từ “말” có cùng một phát âm nhưng vừa có nghĩa là “lời nói”; vừa có nghĩa là “con ngựa”). Trong tiếng Việt, mô hình này khá thịnh hành, do tính hài hước và yếu tố bất ngờ mà sản phẩm cải biên tạo ra: *Của ít lòng nhiều* cải biên thành *Của ít lòng vòng; Chín bỏ làm mười* cải biên thành *Chín bỏ vào mâm; Hồng nhan bạc mệnh* cải biên thành *hồng nhan bạc tử...*

Loại cải biên được tạo lập mà vẫn sử dụng cấu trúc của đơn vị gốc hoặc mở rộng từ cấu trúc có sẵn. Điều này cũng hoàn toàn hợp logic bởi bản chất của cải biên là phải bắt nguồn từ một đơn vị thành ngữ, tục ngữ gốc sau đó tạo thành một sản phẩm cải biên. Tuy nhiên ý nghĩa của đơn vị gốc đã được thay thế bằng một ý nghĩa khác, tạo ra tính hài hước bất ngờ, phù hợp với suy nghĩ của giới trẻ hiện nay, và có những sản phẩm cải biên phản ánh một hiện tượng đáng suy ngẫm trong xã hội hiện đại. Ví dụ: *Hồng nhan bạc mệnh* chỉ người con gái đẹp trong xã hội phong kiến bị áp bức nặng nề nên chịu nhiều nỗi đau khổ, gian truân. *Hồng nhan bạc tử* ngày nay ý chỉ những cô gái xinh đẹp dễ dàng có được cuộc sống giàu sang, sung sướng. Ngoài ra, cũng phản ánh hiện thực xã hội, đó là một số hoa hậu, người mẫu hay những cô gái có nhan sắc đề cao và chạy theo cuộc sống vật chất. Rõ ràng, ý nghĩa của thành ngữ gốc phản ánh hiện thực xã hội phong kiến đã không còn phù hợp với thời đại ngày nay, thậm chí có sự đối lập rất rõ với thành ngữ cải biên khi vị thế của người phụ nữ đã thay đổi trong xã hội.

c) Thay thế ngữ cố định

Thay thế một thành phần để tạo ra sắc thái nghĩa mới dựa. Đặc điểm tiêu biểu của loại này là sử dụng hình ảnh ví von để truyền tải ý nghĩa ẩn dụ. Những hình ảnh này, dễ nhớ, dễ hiểu nhưng không phải lúc nào cũng phản ánh đúng logic tự nhiên. Chính điều này thôi thúc các bạn trẻ “chỉnh” lại logic theo nghĩa đen của đơn vị gốc và tạo ra thành ngữ, tục ngữ cải biên mới. Ví dụ 사공이 많으면 배가 산으로 간다 *Nếu nhiều lái đò thì đò lên núi* thành 사공이 많으면 배가 가라 앉는다 *Nếu nhiều lái đò thì đò chìm*. Đơn vị gốc ẩn dụ rằng nhiều người cùng chèo lái một con thuyền theo ý cá nhân thì kết quả là thuyền không thể đi xuống nước mà đi lên núi, ám chỉ sự thiếu lãnh đạo. Câu cải biên thay đổi ý tứ, sử dụng nghĩa đen để mô tả nguy cơ thuyền chìm do quá tải khi có nhiều lái đò.

Ví dụ: 소 잃고 외양간 고친다 *Mất bò mới lo làm chuồng được cải biên thành* 소 잃고 돼지 키운다 *Mất bò rồi thì lại nuôi lợn*. Đơn vị gốc phê phán việc sửa chữa sau khi sự cố đã xảy ra là vô ích, còn sản phẩm cải biên đưa ra giải pháp khắc phục: mất bò thì nuôi lợn để không phí cái chuồng trống. Như vậy, đơn vị gốc mang ý nghĩa phê phán tiêu cực được biến tấu ở sản phẩm cải biên theo hướng tích cực, giải quyết vấn đề nêu ra.

Một số câu giữ nguyên cấu trúc hoặc ngữ nghĩa cốt lõi của câu gốc, nhưng thay thế hình ảnh mang tính thời đại. Ví dụ 천리길도 한걸음부터 *Đường vạn dặm cũng bắt đầu từ một bước chân* đã được cải biên thành 천리길로도 시동부터 걸고 *Đường vạn dặm cũng phải bắt đầu từ việc nổ máy*. Nội dung thông điệp của câu biến thể và câu gốc không thay đổi nhấn mạnh tầm quan trọng của khởi đầu trong mọi việc. Tuy nhiên, hình ảnh biểu trưng đã được cập nhật để phù hợp với xã hội hiện đại. Trước đây, khi phương tiện giao thông chưa phát triển, đi bộ là phương thức di chuyển chủ yếu. Ngày nay, với sự phát triển của khoa học công nghệ, việc di chuyển trở nên dễ dàng hơn với các phương tiện xe cộ, và “nổ máy” trở thành hình ảnh ẩn dụ tương đương với “bước chân” ở đơn vị gốc.

3.1.2. Mở rộng hoặc rút gọn mô hình cấu trúc của đơn vị gốc

a) Mở rộng mô hình cấu trúc của đơn vị gốc

Tiêu chí chủ yếu để chúng tôi phân loại nhóm này là đặc tính biến các đơn vị câu gốc trở thành một bộ phận của sản phẩm cải biên. Trục quan thì sản phẩm cải biên thuộc nhóm này thường “dài” hơn so với đơn vị gốc dù đó không phải đúng trong mọi trường hợp. Ví dụ trong tiếng Hàn: 작은 고추가 맵다 *Ớt nhỏ mà cay* thành 작은 고추는 맵지만 수입 고추는 더 맵다 *Ớt nhỏ thì cay đấy, nhưng ớt nhập ngoại còn cay hơn*. Bằng việc sử dụng liên từ 지만 (nhưng) gắn vào sau đơn vị gốc thay thế cho vĩ tố kết câu, sản phẩm cải biên đã khiến đơn vị gốc trở thành một vế của câu nhượng bộ: (Tuy/dù)... nhưng... đồng thời bổ sung thêm một vế câu nữa để hoàn thiện tổng thể cho câu cải biên.

Trong tiếng Việt, hiện tượng mở rộng từ mô hình của đơn vị gốc cũng thường xuyên bắt gặp trong đời sống hiện nay. Ví dụ từ đơn vị gốc *Vạn sự khởi đầu nan* tạo ra sản phẩm cải biên: *Vạn sự khởi đầu nan, gian nan bắt đầu nan*; đơn vị gốc: *Lá lành đùm lá rách* tạo ra sản phẩm cải biên: *Lá lành đùm lá rách, lá rách đùm lá nát*. Đơn vị gốc *Lá lành đùm lá rách* mang hàm ý người có điều kiện tốt hơn giúp đỡ người khó khăn hơn. Sản phẩm biến thể đã được mở rộng nội dung và vẫn sử dụng mô hình của đơn vị gốc: *lá rách đùm lá nát* có thể hiểu là ngay cả người đang rất khó khăn cũng có thể giúp đỡ người khó khăn hơn.

b) Rút gọn mô hình cấu trúc của đơn vị gốc

Loại cải biên này được tạo lập do rút gọn câu gốc, là một trong hai tiểu loại chiếm tỷ trọng nhỏ nhất trong ngữ liệu chúng tôi đã sưu tầm, xuất hiện ở 2/118 câu biến thể (chiếm 1,7%). Đối lập với biến thể bổ sung, về hình thức thì biến thể gián lược “ngắn” hơn so với câu gốc do một hoặc một vài bộ phận ban đầu đã được lược bớt. Ví dụ: 안 되는 놈은 뒤로 넘어져도 코가 깨진다 *Người đen đui có ngã ngựa thì vẫn bị gãy mũi* thành 안 되는 놈은 안 된다 *Người đen đui thì đen đui*.

Trong Việt, loại cải biên này thường xuất hiện ở các đơn vị gốc có cấu trúc so sánh. Ví dụ: *Khỏe như voi; Nhanh như cắt; Trắng như trứng gà bóc; Chậm như sên*. Sản phẩm cải biên thường sử dụng quan hệ ngữ âm để thuận miệng khi nói mà đôi khi không quan tâm đến thuộc tính ban đầu của sự vật: *Đau khổ như con hổ; Tê tái như con gà mái; Chảnh như cá cảnh*. Ở những sản phẩm cải biên có thể rút gọn mô hình như sau: *Dã man như con ngan* thành *Dã man con ngan*; *Tê tái như con gà mái* thành *Tê tái con gà mái*...

3.2. Thảo luận

Ở cả nhóm 1 và nhóm 2 chúng ta thấy có sự tương đồng khá rõ nét giữa tiếng Hàn và tiếng Việt, tỉ lệ đơn vị ở nhóm 1 cả tiếng Hàn và tiếng Việt đều khá cao (trên 70%). Kéo theo

kết tương tự ở nhóm 2 khi tỉ lệ lần lượt là 27% và 22%. Ở từng tiểu nhóm cũng có những khác biệt nhất định, song cũng có nhiều điểm tương đồng ở cả hai ngôn ngữ.

Bên cạnh những trào lưu “ché” thành ngữ, tục ngữ trên mạng xã hội, chúng ta không khó để bắt gặp những chiếc áo phông, hay phụ kiện được in các câu thành ngữ, tục ngữ mới dí dỏm như: “Mập nhưng tập nập người theo”; “Đẹp trai có gì sai?” trên đường phố Việt Nam. Các tit báo gây chú ý bằng những câu thành ngữ, tục ngữ cải biên như: “Hong nhan bạc tỷ”, “Của ít lòng vòng”... Nhiều quảng cáo trên truyền hình vận dụng lối nói này như quảng cáo sữa của Vinamilk: “Một ly làm chẳng bao nhiêu, ba ly chụm lại nên tầm vóc cao”.

Ngoài cải biên từ các đơn vị thành ngữ, tục ngữ gốc thì trong ngôn ngữ mạng của giới trẻ cũng sử dụng nhiều thành ngữ, tục ngữ mới chủ yếu do giới trẻ sáng tạo. Dựa trên quan hệ về ngữ âm chứ không dựa vào chất liệu của câu thành ngữ tục ngữ gốc nào, vận dụng tính vần về ngữ âm của thành ngữ, tục ngữ truyền thống để tạo lập các cụm từ mới có hình thức giống với thành ngữ, tục ngữ. Các cụm từ này nhanh chóng được cộng đồng giới trẻ Việt Nam lan truyền và sử dụng lặp đi lặp lại trên các nền tảng mạng xã hội cũng như trong giao tiếp hàng ngày. Ví dụ: *Ngắt trên cành quýt; Áo ma Canada; Ăn chơi không sợ mưa rơi...*

Những đơn vị thành ngữ, tục ngữ mới cùng với thành ngữ, tục ngữ cải biên đã tạo ra sự phong phú của đời sống, không chỉ là giới trẻ, thế hệ gen Z mà lan sang cả những lứa tuổi khác, bởi nó đã đem đến một diện mạo mới mẻ, đôi khi hài hước và có ý nghĩa trong những ngữ cảnh nhất định. Mặc dù một bộ phận giới trẻ còn xuyên tạc thành ngữ, tục ngữ hoặc làm mất đi sự trong sáng của tiếng Việt qua sự sáng tạo hay cải biên thành ngữ, tục ngữ, song không thể phủ nhận sự sáng tạo và giá trị nhất định của thành ngữ, tục ngữ cải biên trong đời sống hôm nay. Nhiều thành ngữ, tục ngữ cải biên đã tạo nên sắc thái nghĩa mới đầy mới mẻ và bất ngờ, thậm chí trở thành trào lưu không chỉ của giới trẻ mà cả các phương tiện thông tin đại chúng bởi sự mới mẻ thú vị của nó trong những ngữ cảnh cụ thể. Trường hợp chuỗi cà phê Katinat đã khiến dư luận dậy sóng trước chiến dịch “1.000 đồng/1 ly nước” để ủng hộ đồng bào miền Bắc sau trận bão, lũ lịch sử. Cách tính tiền ủng hộ đồng bào bị ảnh hưởng bởi bão, lũ là của chuỗi cà phê Katinat khá rắc rối, phức tạp nên cộng đồng mạng và truyền thông đã sử dụng thành ngữ cải biên “của ít lòng vòng” để phê phán và nó nhanh chóng trở thành trend gây bão mạng xã hội.

4. Kết luận

Trong thời đại công nghệ số, ngôn ngữ mạng đang trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của Gen Z tại Hàn Quốc và Việt Nam. Sự phát triển của các nền tảng truyền thông xã hội đã dẫn đến việc biến thể của các thành ngữ, tục ngữ truyền thống để phù hợp hơn với ngữ cảnh hiện đại. Dữ liệu khảo sát cho thấy, các mô hình cải biên thành ngữ, tục ngữ trong tiếng Hàn và tiếng Việt có khá nhiều điểm tương đồng. Điều đó cũng góp phần khẳng định xu hướng trong ngôn ngữ mạng của nhóm Gen Z nói chung và ở Hàn Quốc và Việt Nam hiện nay nói riêng. Sự khác biệt giữa tiếng Hàn và tiếng Việt có thể nhận thấy loại hình sử dụng cấu trúc có sẵn để cải biên thì ở tiếng Việt rõ ràng có sự biến đổi linh hoạt hơn so với tiếng Hàn, các dữ liệu từ sản phẩm cải biên thành ngữ, tục ngữ trong tiếng Hàn gần như không thấy xuất hiện hình thức cải biên này. Không thể phủ nhận những mặt tích cực của trào lưu cải biên thành ngữ, tục ngữ hiện nay song, nó cũng đặt ra nhiều thách thức về việc giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt, tránh sự méo mó, lệch chuẩn ngôn ngữ. Các nhà ngôn ngữ, nhà quản lý giáo dục, cơ quan truyền thông cần đưa ra các giải pháp nhằm khuyến khích các sáng tạo mới, làm giàu cho ngôn ngữ mẹ đẻ, mặt khác cần giáo dục, tuyên truyền về tầm quan trọng của việc sáng tạo, cải biên thành ngữ, tục ngữ có chừng mực để không làm méo mó, làm mất đi sự trong sáng của tiếng Việt. Bên cạnh đó, cần kiểm soát việc ngôn ngữ báo chí, truyền thông sử dụng các cải biên thành ngữ, tục ngữ của giới trẻ để đảm bảo tính phù hợp, chừng mực và sáng tạo trong ngôn ngữ nhưng không phản cảm, thiếu tính chuẩn mực.

Cải biên thành ngữ, tục ngữ là một hiện tượng ngôn ngữ tự nhiên phổ biến của giới trẻ, bất kể là trong nhóm ngôn ngữ đơn lập (tiếng Việt), ngôn ngữ chấp dính (tiếng Hàn). Qua đó, chúng ta có thể nhìn nhận nét tương đồng không chỉ ở phương diện ngôn ngữ mà còn là ở phương diện văn hoá và tư duy của hai quốc gia Việt Nam - Hàn Quốc. Chúng cũng góp phần không nhỏ làm phong phú, đa dạng diện mạo ngôn ngữ học hiện đại nói chung và làm giàu ngôn ngữ dân tộc nói riêng. Tuy nhiên, việc lạm dụng thành ngữ, tục ngữ mới nên được định hướng tiết chế, chọn lọc trong sử dụng thành ngữ, tục ngữ của gen Z là việc làm cần thiết bởi ranh giới giữa “độc đáo” và “độc hại” đôi khi rất mong manh.

Tài liệu tham khảo

- cafebiz.vn. (2017). Đọc tên nhãn hàng nổi tiếng bằng ca dao tục ngữ, "thánh nói lái" vẫn xuất sắc như ngày nào. <https://cafebiz.vn/doc-ten-nhan-hang-noi-tieng-bang-ca-dao-tuc-ngu-thanh-noi-lai-van-xuat-sac-nhu-ngay-nao-20170814154257648.chn>
- Chu Xuân Diên, Lương Văn Đang, Phương Tri (1975). *Tục ngữ Việt Nam*. Nxb. Giáo dục.
- Dương Quảng Hàm. (1951). *Việt Nam văn học sử yếu*. Quốc gia giáo dục xuất bản.
- Đỗ Thị Thu Hương. (2013). *Nguồn gốc hình thành và đặc điểm cấu trúc - ngữ nghĩa của thành ngữ thuần Việt*. [Luận án tiến sĩ, Học viện Khoa học xã hội].
- Đỗ Hữu Châu. (1981). *Từ vựng, ngữ nghĩa tiếng Việt*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Đỗ Thuỳ Trang. (2017). Thành ngữ mới giới trẻ nhìn từ đặc điểm ngôn ngữ - văn hóa. *Tạp chí Khoa học - Đại học Huế*. 126(6A), 125-141.
- Hoàng Phê. (2017). *Từ điển tiếng Việt*. Nxb. Đà Nẵng.
- Hoàng Tiến Tựu. (1990). *Văn học dân gian Việt Nam*. Nxb Giáo dục.
- Hoàng Văn Hành. (2008). *Thành ngữ học tiếng Việt*. Nxb. Khoa học xã hội.
- Hồ Lê. (1976). *Vấn đề cấu tạo từ của tiếng Việt hiện tại*. Nxb. Khoa học xã hội.
- Hứa Ngọc Tân & Vương Kế Cầm. (2011). *Đặc điểm cấu tạo và ngữ nghĩa cụm từ cố định mới tiếng Việt*. Kỷ yếu Hội thảo Nghiên cứu và giảng dạy tiếng Việt lần thứ nhất. Bình Châu (tài liệu in nội bộ).
- Kim Mun Chang. (1974). *Nghiên cứu thành ngữ quốc ngữ*. [Luận văn Thạc sĩ]. Trường Đại học Seoul.
- Lee Ki Mun. (1962). *Từ điển tục ngữ*. Nxb. Thư viện nhân dân.
- Lê Thị Hồng Minh. (2019). *Vài nét về tục ngữ mới trong Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế Việt Nam học lần thứ IV*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. ISBN: 978-604-73-7135-8.
- Nam Young Shin. (2006) *Đại từ điển quốc ngữ*. Nxb Seong An Dang.
- Nguyễn Thái Hòa. (1997). *Tục ngữ Việt Nam: Cấu trúc & thi pháp*. Nxb. Khoa học xã hội.
- Nguyễn Thiện Giáp. (2008). *Giáo trình ngôn ngữ học*. Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Nguyễn Văn Khang. (2019). *Ngôn ngữ mạng - biến thể ngôn ngữ trên mạng tiếng Việt*. Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Nguyễn Văn Mệnh. (1986). Vài suy nghĩ góp phần xác định khái niệm thành ngữ. *Tạp chí Ngôn ngữ*. Số 3.
- Nguyễn Văn Tu. (1968), *Từ vựng học tiếng Việt*. Nxb Giáo dục.
- Thành Phong. (2011). *Sát thủ đầu mừng mủ*. Nxb. Mĩ thuật.
- Trần Đức Các. (1991), *Vị trí tục ngữ trong mối quan hệ với các thể loại Folklore*. [Luận án Phó tiến sĩ, Trường Đại học Tổng hợp].
- Trần Lê Nghi Trân. (2012). Phản tục ngữ hay là sự vận dụng và sáng tạo tục ngữ trong tiếng Anh và tiếng Việt. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*. Đại học Đà Nẵng. 1(50).
- Trần Văn Tiêng. (2005). Con đường hình thành các cụm từ cố định trong tiếng Sài Gòn. Trong *Một số vấn đề về phương ngữ xã hội*. Nxb. Khoa học xã hội.
- Viện Ngôn ngữ Quốc gia. (1999). *Đại từ điển quốc ngữ tiêu chuẩn*. (Từ điển Online). <https://stdict.korean.go.kr/main/main.do>
- Vũ Ngọc Phan. (2008). *Tục ngữ ca dao, dân ca Việt Nam*. Nxb Văn học.