

## TIẾP NHẬN LỜI KHEN CỦA NHỮNG NGƯỜI NỔI TIẾNG QUA HÌNH THỨC GIAO LƯU TRỰC TUYẾN TỪ GÓC ĐỘ GIỚI

**ThS PHẠM THI HÀ\***

### 1. Đặt vấn đề

1.1. Tiếp nhận lời khen là những phản ứng khi nhận được lời khen của một người nào đó trong quá trình giao tiếp. Những người tham gia giao tiếp có thể tiếp nhận lời khen bằng lời, bằng các yếu tố phi lời (còn gọi là ngôn ngữ cử chỉ) hoặc kết hợp cả hai, hoặc có thể là “khoảng trống” (im lặng). Trong bài viết này, chúng tôi chỉ tập trung nghiên cứu hình thức tiếp nhận lời khen phổ biến nhất là bằng lời.

Nếu khen đóng vai trò là hành vi dẫn nhập thì tiếp nhận lời khen đóng vai trò là hành vi hồi đáp, tạo thành một cặp kế cận trong hội thoại. Vì thế, nhìn ở góc độ tương tác hội thoại, hành vi khen được coi là “chủ động” còn hành vi tiếp nhận lời khen thuộc về “bị động”. Chủ động bởi vì người khen có quyền đưa ra một lời khen theo cách nhìn của mình, theo đó, lời khen này đã đặt người được khen vào quá trình tương tác giữa người khen với mình với các biến tương đồng hoặc không tương đồng như giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, giáo dục, kinh tế,... và “ràng buộc” người được khen với

trách nhiệm phải hồi đáp sao cho thỏa đáng. Pomerantz (1978) có lí khi cho rằng người khen đã “đặt” người được khen (người tiếp nhận lời khen) vào tình huống khó xử: phải làm sao để vừa tránh sự xung đột, bất đồng ý kiến với lời khen, vừa tránh tự ca ngợi bản thân. Có lẽ ý kiến của Pomerantz đúng nhưng chưa đủ, bởi đằng sau mỗi lời khen còn có thể có ý đồ riêng của người đưa ra lời khen, vì thế, người tiếp nhận lời khen không chỉ căn cứ vào lời khen mà phải đặt lời khen trong bối cảnh phát ngôn chung để đưa ra được lời hồi đáp thỏa đáng. Thí dụ, một thanh niên nam đã khen ca sĩ Đàm Vĩnh Hưng:

*- Anh Hưng cũng đứng tuổi rồi nhưng anh vẫn giữ được phong độ! Vậy anh có tính đến chuyện lập gia đình chưa?? Và nếu tính rồi thì bao giờ hả anh Hưng???*

Trong phát ngôn trên, đúng là có lời khen thật “*đứng tuổi rồi nhưng anh vẫn giữ được phong độ!*”, nhưng rất có thể lời khen đó chỉ là lời “tiền .....

\* Đại học Sư phạm Hà Nội.

dẫn nhập” cho câu hỏi về việc lập gia đình của ca sĩ này. Ca sĩ Đàm Vĩnh Hưng đã hồi đáp:

- *Cám ơn em, một người hâm mộ đặc biệt, một người bạn tốt biết bảo vệ cho thần tượng của mình. Lập gia đình không phải là mục đích cao nhất trong cuộc đời của Đàm Vĩnh Hưng.*

(vtv.vn)

Trong lời hồi đáp này, ca sĩ Đàm Vĩnh Hưng đã thực hiện: cảm ơn + tiếp nhận lời khen “*đúng tuổi rồi nhưng anh vẫn giữ được phong độ*” theo cách nói gián tiếp “*biết bảo vệ cho thần tượng của mình*” + trả lời câu hỏi về việc lập gia đình. Cách trả lời như vậy là thỏa đáng về mặt giao tiếp.

1.2. Dựa vào giản đồ ban đầu của Pomerantz cùng với dữ liệu thu thập được từ thực tế, Herbert đã đề xuất ra 12 chiến lược hồi đáp khen (tiếp nhận lời khen) gồm: 1) Chấp nhận lời khen (Appreciation token); 2) Chấp nhận có bình luận (Comment acceptance); 3) Nâng cao lời khen (Praise upgrade); 4) Chia sẻ thông tin mang tính lịch sự (Comment history); 5) Phân bổ lại (Reassignment); 6) Khen phản hồi (Return); 7) Nói giảm (Scale down); 8) Đặt câu hỏi (Question); 9) Không đồng ý (Disagreement); 10) Sự hạn chế (Qualification); 11) Không có sự thừa nhận (No acknowledgement); 12) Hiểu lời khen là một yêu cầu (Request). Nhìn vào cách phân loại này có thể dễ nhận thấy một sự chồng lấp giữa các chiến lược khen. Thí dụ:

- Tường Vân (người hâm mộ, nữ):

*Ở vòng gala cuối cùng, sau khi anh Ngọc Ánh hát xong bài “Đám cưới chuột” thì nhạc sĩ Tuấn Khanh đã nói rằng: “Thật sự bạn là một đối thủ đáng ngại!”. Vậy lúc đó anh có nghĩ mình sẽ là Idol hay không? Em thấy anh rất dễ thương, hát hay và điều mà em mãi nhớ về anh là nụ cười thật tươi của anh đó! Chào anh!*

- Ngọc Ánh (thí sinh thi hát, nam):

*Cảm ơn bạn đã đặt câu hỏi cho mình và khen mình có nụ cười tươi (...). Mình mong muốn đem đến cho khán giả không khí thật sự cũng như cháy hết sự đam mê trong con người mình. Có thể nhạc sĩ Tuấn Khanh cũng cảm nhận được điều đó, cho nên anh ấy đã nhận xét rằng, mình đã làm được một điều mà nhạc rock đòi hỏi, đó là “tính siêu dẫn”. Mình rất vui vì lời nhận xét trên và vui hơn nữa khi khán giả rất cuồng nhiệt (...).*

(vtv.vn)

Đây là lời hồi đáp khen có sự xuất hiện của các chiến lược như “chấp nhận lời khen” (nhưng chỉ nhấn mạnh vào một điểm của lời khen “có nụ cười tươi”), “chấp nhận có bình luận”, “nâng cao lời khen” (lời khen của nhạc sĩ Tuấn Khanh được gián tiếp nhắc lại.)

1.3. Xét trên một khía cạnh nào đó, nếu chức năng của lời khen là khiến cho người nghe cảm thấy thoải mái thì chức năng của hồi đáp khen cũng vậy. Theo Herbert, lời khen phải khiến người tiếp nhận lời khen cảm

thấy thoải mái, và trong lời hồi đáp của người được khen phải "chọn cách tránh tự ca ngợi bản thân" và theo đó, cách tiếp nhận lời khen tốt nhất là "chấp nhận", "tỏ ra thích thú với lời khen".

## 2. Khảo sát cụ thể

### 2.1. Tư liệu khảo sát

Tư liệu mà chúng tôi khảo sát là ngôn ngữ từ một hình thức giao lưu trực tuyến với nhân vật tham gia giao tiếp là những người nổi tiếng (chủ yếu trong giới văn nghệ sĩ) và công chúng (những người hâm mộ của họ và chủ yếu là giới trẻ). Với những vai giao tiếp như vậy thì đương nhiên, những cặp thoại khen và tiếp nhận lời khen sẽ có tần số xuất hiện rất cao.

Giao lưu trực tuyến chính là nhịp cầu nối liền và đưa công chúng đến gần hơn với những người nổi tiếng. Với công chúng, giao lưu trực tuyến chính là cơ hội thuận tiện và dễ dàng nhất để họ có thể tiếp cận, trò chuyện với thân tượng của mình, để bộc lộ lòng hâm mộ, yêu mến, để đưa ra những lời nhận xét, đánh giá, bình luận, trong đó có khen. Với những người nổi tiếng, giao lưu trực tuyến

là hình thức để họ có thể trả lời câu hỏi, đáp ứng những nhu cầu của người hâm mộ một cách nhanh nhất, với số lượng nhiều nhất... và cũng là nơi họ có thể thể hiện hình ảnh của mình một cách rõ ràng hơn, đầy đủ hơn, thật hơn, đời hơn...

### 2.2. Cách thức tiến hành và kết quả

#### 2.2.1. Khảo sát cụ thể

Nhiệm vụ của bài viết này là chỉ ra các chiến lược tiếp nhận khen giữa các giới: nếu gọi người hâm mộ là nữ<sub>1</sub>, nam<sub>1</sub>; nghệ sĩ là nữ<sub>2</sub>, nam<sub>2</sub>; thì sẽ có các cặp thoại khen - tiếp nhận lời khen như sau: Nữ<sub>1</sub> - Nữ<sub>2</sub>; Nữ<sub>1</sub> - Nam<sub>2</sub>; Nam<sub>1</sub> - Nam<sub>2</sub>; Nam<sub>1</sub> - Nữ<sub>2</sub>.

Khảo sát hành vi tiếp nhận lời khen của những người nổi tiếng từ góc độ giới qua 345 cặp thoại trao - đáp lời khen trực tuyến, chúng tôi nhận thấy 8/12 chiến lược (của Herbert) được sử dụng là: 1) Cảm ơn; 2) Chia sẻ kinh nghiệm; 3) Bộc lộ cảm xúc; 4) Khẳng định nội dung khen; 5) Khen phản hồi; 6) Giảm bớt mức độ khen; 7) Phủ nhận lời khen; 8) Không hồi đáp vào nội dung khen. Tỷ lệ sử dụng 8 chiến lược như sau:

| Cách tiếp nhận lời khen     | Nữ <sub>2</sub> - Nữ <sub>1</sub> | Nữ <sub>2</sub> - Nam <sub>1</sub> | Nam <sub>2</sub> - Nam <sub>1</sub> | Nam <sub>2</sub> - Nữ <sub>1</sub> |
|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1. Cảm ơn                   | 20 (17.09%)                       | 15 (24.19%)                        | 16 (21.92%)                         | 19 (20.43%)                        |
| 2. Chia sẻ kinh nghiệm      | 40 (34.18%)                       | 19 (30.65%)                        | 27 (36.99%)                         | 28 (30.10%)                        |
| 3. Bộc lộ cảm xúc           | 7 (5.98%)                         | 3 (4.84%)                          | 3 (4.2%)                            | 6 (6.45%)                          |
| 4. Khẳng định nội dung khen | 19 (16.24%)                       | 10 (16.13%)                        | 5 (6.85%)                           | 13 (13.19%)                        |

|                                    |             |             |             |             |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5. Khen phản hồi                   | 1 (0.85%)   | 0           | 1 (1.37%)   | 6 (6.45%)   |
| 6. Giảm bớt mức độ khen            | 5 (4.27%)   | 0           | 1 (1.37%)   | 6 (6.45%)   |
| 7. Phủ nhận lời khen               | 1 (0.85%)   | 0           | 0           | 4 (4.30%)   |
| 8. Không hồi đáp vào nội dung khen | 24 (20.51%) | 15 (24.19%) | 20 (27.40%) | 11 (11.82%) |
| Tổng                               | 117 (100%)  | 62 (100%)   | 73 (100%)   | 93 (100%)   |

### 2.2.2. Phân tích:

#### 1) Tiếp nhận bằng lời cảm ơn:

Từ *cảm ơn* thường được người nổi tiếng sử dụng làm mở đầu cho phát ngôn tiếp nhận lời khen. Thí dụ:

- Huyền Hà (nữ, 17tuổi): *Thu ơi, mình thích cái đẹp trong sáng của bạn, thích răng khềnh, thích đôi mắt long lanh và đặc biệt là giọng hát như cuốn mình theo.*

- Hà Hoài Thu (Sao Mai 2009): *Cảm ơn Hà đã dành tình cảm cho Thu nhé!* (vtv.vn)

Lời cảm ơn luôn luôn đóng vai trò là sứ giả cho phép lịch sự. Khi tiếp nhận lời khen, cảm ơn có giá trị như một sự đồng tình, ghi nhận lời khen và bộc lộ sự cảm kích trước lời khen đó. “Khi bạn nhận được một lời khen thì phản ứng phù hợp nhất có thể là cảm ơn. Đừng quá hạ thấp chính mình. Nếu như ai đó khen ngợi chiếc váy của bạn, đừng nói: *Đây là đồ cũ mà, tôi đã mua nó ở một cửa hàng giảm giá.* Chỉ đơn giản một lời cảm ơn là đủ rồi” (Johnson, 1979). Có thể nhận thấy rằng, tiếp nhận lời khen bằng cách cảm ơn là nét văn hóa đặc trưng của phương Tây đã du

nhập và dần thay thế sự ngại ngùng, bối rối, khiêm tốn hay lảng tránh lời khen vốn là nét văn hóa truyền thống trước đây của người phương Đông nói chung và người Việt Nam nói riêng. Có ý kiến cho rằng lời cảm ơn dường như có vẻ hơi xa lạ, khách sáo, kiểu cách và có thể bộc lộ thái độ nghi ngờ trước lời khen, đặc biệt là trong những mối quan hệ thân mật. Tuy nhiên, trong phạm vi khảo sát của chúng tôi, khi những người nổi tiếng tiếp nhận lời khen của công chúng thì cảm ơn là cách thức rất phổ biến và nó thường đi kèm với những cách tiếp nhận khác như: cảm ơn và chia sẻ kinh nghiệm, cảm ơn và bộc lộ cảm xúc, cảm ơn và khẳng định lời khen, cảm ơn và khen phản hồi, cảm ơn và thể hiện sự khiêm tốn... Tỉ lệ về cách tiếp nhận mà lời cảm ơn đứng một mình, không đi kèm với những cách tiếp nhận khác là như sau: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 17.09%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 24.19%, nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 21.92%, nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 20.43%. Có thể thấy tiếp nhận lời khen bằng cảm ơn là cách tiếp nhận không đánh dấu yếu tố giới vì nó được sử dụng tương đối cân bằng như một phương thức chung cho cả nam và nữ (sự chênh lệch không đáng kể, trừ

trường hợp người nổi tiếng nam tiếp nhận lời khen của những người hâm mộ nam có cao hơn một chút).

2) Tiếp nhận bằng cách chia sẻ kinh nghiệm

Lời “chia sẻ kinh nghiệm” thường được những người nổi tiếng sử dụng liền tiếp sau lời cảm ơn. Thí dụ:

- Nguyễn Hồng Vân (nữ, 23 tuổi):  
*Chào Vân Anh, trong các bạn MC dẫn chương trình, mình rất ưu ái tới Vân Anh bởi thấy bạn có một gương mặt sáng, một nụ cười rất tươi, Vân Anh có thấy thế không?*

- Vân Anh: *Cảm ơn bạn đã có chút ưu ái khi nhận xét về mình. Mình nghĩ rằng, khi trở thành một biên tập viên dẫn các chương trình chính luận thì người dẫn cần hơn là một phong cách dẫn riêng, tạo được dấu ấn với khán giả. Mình cũng như nhiều bạn MC trẻ khác, đặc biệt là MC trẻ dẫn thời sự, đang cố gắng tạo dựng cho mình một phong cách riêng, và như mình đã từng chia sẻ, sự tự tin là yếu tố rất cần thiết đối với những MC trẻ như mình, để tạo dựng lòng tin cậy và động viên từ khán giả khi mà mình còn hạn chế nhiều về tuổi đời, tuổi nghề và kinh nghiệm sống.*

(vtv.vn)

Đây là cách thức tiếp nhận lời khen được người nổi tiếng sử dụng nhiều nhất. Điều này hoàn toàn dễ hiểu bởi trong khảo sát của chúng tôi, đa số những lời khen của công chúng thường được dùng với mục đích dẫn nhập cho câu hỏi ở phía sau.

Vì vậy, sự chia sẻ thông tin, chia sẻ kinh nghiệm của người nổi tiếng chính là nhằm đáp ứng nhu cầu của những người hâm mộ. Tuy nhiên, trong cách tiếp nhận lời khen này thì người nổi tiếng nữ chiếm ưu thế khi giao tiếp với người cùng giới, cụ thể: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 34.18%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 30.65%, trong khi đó sự tiếp nhận giữa nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 36.99% và nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> chiếm 30.10%. Điều này cho thấy, sự chia sẻ cũng là nhu cầu chung trong chiến lược giao tiếp của cả nam và nữ. Mặc dù nhu cầu được tâm sự, sẻ chia vốn phù hợp với thiên hướng của phụ nữ. Sự tiếp nhận lời khen theo cách chia sẻ cũng là thể hiện tinh thần cộng tác hòa hợp, mà ở đây lại thể hiện ở sự chia sẻ cùng giới (nữ-nữ, nam-nam).

3) Tiếp nhận bằng cách bộc lộ cảm xúc

Lời “bộc lộ cảm xúc” cũng được người nổi tiếng dùng tiếp sau lời cảm ơn. Thí dụ:

- Hà Đình Nghị (nam, 33 tuổi):  
*Xin chào ca sĩ Hồng Ngọc. Tôi rất ấn tượng với sự trở lại của chị hiện tại. Chị trông rất quyến rũ và thật là dịu dàng làm cho tôi là một người khó tính cũng phải ngồi viết e-mail cho chị. Thật sự tôi thấy bây giờ chị mới chính là một ca sĩ thực thụ và sẽ đi vào lòng người chứ không phải như chị nghĩ là bây giờ chị đã già mà tôi lại thấy chị như mới bắt đầu khởi nghiệp. Chị rất đẹp và rất tuyệt. Hãy giữ mãi hình ảnh như bây giờ nhé!*

Hồng Ngọc: *Cảm ơn anh. Như vậy thì những nỗ lực của Ngọc đã*

*được đền đáp. Ngọc sẽ cố gắng giữ mãi hình ảnh này. Cảm ơn những lời nhận xét của anh, thật sự làm Ngọc rất vui. Chúc anh vui!*

(nhacso.net)

Cảm xúc được bộc lộ ở đây thường là sự vui mừng, thích thú, thậm chí xúc động của người nổi tiếng trước lời khen khi thấy mình đã thực sự tìm được chỗ đứng trong lòng công chúng. Tuy nhiên, tần suất của cách thức tiếp nhận này không nhiều. Có lẽ vì đối với người nổi tiếng, những lời khen ngợi, tán dương, sự yêu thích đến cuồng nhiệt của người hâm mộ đã trở nên quá phổ biến và quen thuộc. Sự khác biệt về yếu tố giới trong cách tiếp nhận này là: người nổi tiếng nữ bộc lộ cảm xúc với người cùng giới (nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub>) 5.99%, với người khác giới (nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub>) là 4.84% và ở nam giới khi người nổi tiếng nam bộc lộ cảm xúc với người hâm mộ cùng giới (nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub>) là 4.2% và với người hâm mộ khác giới (nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub>) là 6.45%. Như vậy, mức độ hứng thú được bộc lộ trước lời khen của người nổi tiếng nam và nữ cơ bản là ngang nhau. Trong khi đó, phụ nữ vốn được coi là những người thường xuyên đánh giá cao các lời khen. Có ý kiến cho rằng phụ nữ dường như được lập trình để được nhận những lời khen, mọi người dành nhiều lời khen cho phụ nữ cũng bởi họ ý thức được rằng phụ nữ đánh giá cao điều đó. Phụ nữ có nhu cầu khẳng định bản thân qua các lời khen nhiều hơn nam giới xuất phát từ vị thế xã hội vốn bị đánh giá

thấp hơn đàn ông của họ. Tuy nhiên, ở đây, trong tương quan so sánh với nữ giới thì những người đàn ông nổi tiếng dường như cũng không hề tỏ ra thờ ơ, lạnh nhạt hơn trước lời khen. Có lẽ đó chính là điểm đánh dấu sự khác biệt của người nổi tiếng. Bởi dù là nam hay nữ, khi đã trở thành người của công chúng thì họ đều có nhu cầu được công chúng ghi nhận, đánh giá cao và đó có lẽ cũng chính là mục đích phấn đấu quan trọng nhất của họ. Điểm khác nhau ở đây là phụ nữ dường như tỏ ra thích thú hơn trước sự ghi nhận của những người cùng giới trong khi nam giới lại bộc lộ sự vui mừng hơn trước lời khen ngợi của những người khác giới.

4) Tiếp nhận bằng cách khẳng định nội dung khen

Lời “khẳng định nội dung khen” được người nổi tiếng sử dụng ngay khi mở đầu lời tiếp nhận mà nhiều khi không cần lời cảm ơn. Thí dụ:

Bùi Thị Minh Phương (nữ, 21 tuổi): *Em nhìn chị rất giống ca sĩ Mỹ Tâm, rất đáng yêu và xinh nữa.*

Ca sĩ Mỹ Dung: *Hi...hi... vì cùng là Mỹ mà. Dung biết, ngoài đáng yêu và xinh ra thì cả Dung và Tâm đều có một điểm chung là dễ thương.*

(www6.vnmedia.vn)

Khẳng định nội dung khen là cách người được khen một lần nữa nhắc lại và nhấn mạnh lại ưu thế của mình. Điều đó chứng tỏ sự thừa nhận, tán đồng và cho rằng mình hoàn toàn xứng đáng với lời khen đó, thậm chí

bổ sung, nâng cao hơn vì như vậy vẫn còn chưa đủ. Theo hai điều kiện vừa tránh sự bất đồng, vừa tránh tự ca ngợi bản thân mà Pomerantz đưa ra thì cách tiếp nhận này dường như đã quá thiên về điều kiện thứ nhất và bỏ qua điều kiện thứ hai, vì vậy, nếu không khéo léo sẽ dễ bị đánh giá là kiêu ngạo. Đồng thời, đó cũng là hành vi đe dọa thể diện đối với người khen vì qua cách tiếp nhận này, người khen sẽ cảm thấy bối rối vì lời khen của mình chưa làm thỏa mãn nhu cầu được khen của người đối diện. Phương thức tiếp nhận này được những người nổi tiếng lựa chọn có phần thận trọng. Trong phạm vi tư liệu mà chúng tôi có được, người nổi tiếng nữ cũng là đối tượng chiếm ưu thế trong cách tiếp nhận này: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 16.24%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 16.13%, trong khi đó, nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 6.85% , nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 13.19%. Theo một nghiên cứu của Holmes, phụ nữ có địa vị cao hơn thì được khen nhiều gấp hai lần so với đàn ông cùng địa vị. Điều đó có lẽ cũng xuất phát từ nhu cầu muốn khẳng định bản thân mạnh mẽ hơn của phụ nữ.

Cách thức tiếp nhận lời khen bằng cách tự khẳng định này cũng là dấu hiệu đánh dấu một bước chuyển trong văn hóa giao tiếp của người Việt hiện nay, thể hiện cái “tôi” hoàn toàn tự tin, chủ động, đặc biệt là ở giới trẻ và những người nổi tiếng, thành đạt.

5) Tiếp nhận bằng cách khen phản hồi

Lời “khen phản hồi” thường được người nổi tiếng sử dụng trực tiếp ngay ở đầu phát ngôn hoặc tiếp sau lời cảm ơn. Thí dụ:

- Nguyễn Ngọc Nhung (nữ, 21 tuổi): *Em rất thích nghe chị Cẩm Ly hát những bài dân ca ; nhìn chị rất đầm thắm, trong khi Minh Tuyết thì lại rất gợi cảm.*

- Cẩm Ly: *Em nhận xét cũng tinh tế quá hen! Cũng có thể chị sẽ cùng gợi cảm với chị Tuyết trong một bản tình ca, hoặc chị Tuyết sẽ đầm thắm với chị trong một bài hát dân ca.*

(vietnamnet.vn)

Thông thường, khen phản hồi là một chiến lược tiếp nhận lời khen khéo léo và trung hòa nhất, tạo nên sự cân bằng và bình đẳng giữa người nói với người nghe bởi cả hai đều được tôn vinh thể diện. Nhưng nếu không được thực hiện một cách khéo léo, tế nhị và hợp lí, lời khen phản hồi có khi lại phản tác dụng vì được coi như một sự “trả nợ” lời khen. Nội dung và đối tượng trong lời khen phản hồi thường tương đương với lời khen được đưa ra trước đó bởi người nói thứ nhất. Tuy nhiên, với người nổi tiếng, trong phạm vi tư liệu khảo sát của chúng tôi, lời khen phản hồi của họ thường tập trung vào sự tinh tế, chân thành, hợp lí hay dí dỏm của lời khen từ công chúng (như thí dụ đã dẫn trên đây). Như vậy, xét cho cùng, những lời khen phản hồi này cũng là một hình thức khẳng định lại lời khen và tự nâng cao giá trị bản thân nhưng được thể hiện khéo léo

và tế nhị hơn, dễ tạo được thiện cảm từ công chúng. Vì những người hâm mộ, đặc biệt là người hâm mộ trẻ tuổi sẽ rất vui khi nhận được lời khen tặng như một món quà ý nghĩa từ chính thần tượng của họ.

Tuy nhiên, chấp nhận lời khen bằng cách khen phản hồi ở những người nổi tiếng qua giao lưu trực tuyến không nhiều. Bởi lời khen phải xuất phát từ sự hiểu biết lẫn nhau nhưng sự hiểu biết ở đây đơn phương từ một phía. Chỉ qua hành vi dẫn nhập, trong đó có lời khen của công chúng, người nổi tiếng mới có thể đoán biết được tính cách, sự tinh tế, khiếu thẩm mỹ... của người đối thoại để có thể đưa ra lời khen phản hồi. Cụ thể: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 0.85%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 0%, trong khi đó, nam<sub>1</sub> - nam<sub>2</sub> là 1.37% , nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 6.45%.

Cách tiếp nhận này cho thấy phái nam có ý thức trong việc tôn vinh phụ nữ thể hiện bằng việc khen lại khi nhận được lời khen, nhất là lời khen từ nữ.

6) Tiếp nhận bằng cách giảm bớt mức độ của lời khen

Lời “giảm bớt mức độ của lời khen” được nêu ra trực tiếp mà trước đó không có lời cảm ơn (đứng ở đầu phát ngôn). Thí dụ:

- Thanh Vân (nữ, 24 tuổi): *Tôi thấy chị có làn da rất đẹp. Chị có bí quyết gì để cho da mặt đẹp vậy?*

- Hồng Ánh: *Da của tôi thuộc dạng da khô và màu thì... hơi ngăm, màu “bánh ít ngọt”. Bí quyết của tôi*

*để giữ da là tẩy trang thật sạch và ăn uống điều độ, đặc biệt là ăn nhiều rau và trái cây, uống trung bình hai lít nước một ngày.*

(dienanh.net)

Giảm bớt mức độ của lời khen là cách tiếp nhận thể hiện sự khiêm tốn trong giao tiếp. Cách tiếp nhận này không đồng nhất với sự từ chối lời khen, bởi người nghe có thể rất thích thú và hài lòng với lời khen nhưng để đảm bảo tính lịch sự, tránh tự khen ngợi nên đã sử dụng chiến lược giảm bớt mức độ của lời khen. Đây là cách tiếp nhận lời khen phù hợp với đức khiêm nhường, nét văn hóa truyền thống của người phương Đông. Tuy nhiên, chiến lược này lại ít được người nổi tiếng “ưa dùng”. Cụ thể: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 4.27%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 0%, trong khi đó, nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 1.37%, nam<sub>1</sub> - nữ<sub>2</sub> là 6.45%.

Số liệu thống kê cho thấy, chiến lược này được sử dụng giảm dần: nam<sub>1</sub> - nữ<sub>2</sub> > nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> > nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> > nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> .

Trong tư liệu khảo sát của chúng tôi, có một tư liệu đáng chú ý khi người nổi tiếng nam sử dụng ngôn từ làm giảm bớt mức độ lời khen khi tiếp nhận lời khen từ người hâm mộ cùng giới:

- Trần Hồng Sơn (nam, 22 tuổi): *Anh Bo, làm thế nào mà da anh trắng và mịn màng đến thế?*

- Đan Trường: *Em ơi, khen quá anh sẽ bể lỗ mũi đó...*

(albumvang.nhacso.net)

Có lẽ chiến lược tiếp nhận này được sử dụng một phần vì chủ đề của lời khen (làn da) có lẽ hơi nữ tính, không phù hợp với sự mong đợi của nam giới cũng như của xã hội nói chung đối với nam giới.

7) Tiếp nhận bằng cách phủ nhận lời khen

Lời “phủ nhận lời khen” xuất hiện trực tiếp mà không có lời cảm ơn ở trước. Thí dụ:

- Tùng (nam, 15 tuổi): *Trước tiên, em muốn hỏi chị Tường Vy, em thấy chị hát rất hay, thế sau này chị có muốn theo nghề ca sĩ không ?...*

- Tường Vy: *Chị không có ý định làm ca sĩ đâu vì chị hát ... hỏng có hay...*

(2sao.vietnamnet.vn)

Phủ nhận chính là một hình thức từ chối lời khen trong giao tiếp. Người tiếp nhận có thể từ chối khi cảm thấy: lời khen thiếu sự chân thành, nội dung và mức độ lời khen không phù hợp, không hứng thú với chủ đề được khen hay thậm chí vì quá khiêm tốn mà nghĩ mình không xứng đáng với lời khen... Sự phủ nhận lời khen lại là một hành vi đe dọa thể diện, dễ gây tổn thương cho người khen vì thiện chí của họ không được chấp nhận.

Tuy nhiên, như tỉ lệ thống kê ở trên cho thấy, đối với người nổi tiếng, sự phủ nhận lời khen ít xảy ra, trừ trường hợp nam được nữ khen (nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 0.85%, nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 4.30%; nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> và nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 0%). Kết quả này có thể lí giải là, khi trở thành

người nổi tiếng nghĩa là ưu thế của họ đã được khẳng định bởi công chúng nên có lẽ chẳng có lí do gì để họ từ chối những lời khen (?). Trường hợp người nổi nam “phủ nhận” lời khen những người hâm mộ của nữ (4.30%) là một điều khá thú vị, cũng thể hiện đặc điểm của giới nam trong ứng xử giao tiếp với giới nữ, nói chung.

8) Không hồi đáp vào nội dung khen

Lời “không hồi đáp vào nội dung khen” được người nổi tiếng sử dụng trực tiếp ngay ở đầu phát ngôn hoặc tiếp sau lời cảm ơn. Thí dụ:

- Dương Hoàng Anh (nam, 20 tuổi): *Chào Thu, mình rất thích vẻ bề ngoài của bạn! Rất xinh. Nhưng bạn có buồn khi ai đó nói, bạn được ưu ái hơn vì xinh không?*

- Hà Hoài Thu (Sao mai 2009): *Cảm ơn câu hỏi của Hoàng Anh! Theo mình, ngoại hình chỉ khiến cho một ca sĩ có được cảm tình của khán giả và BGK ở bước đầu còn thật sự muốn chinh phục họ thì phải bằng chính cảm xúc và giọng hát của bản thân mình vì đây là một cuộc thi uy tín để tìm ra những giọng ca triển vọng.*

(vtv.vn)

Trong trường hợp này, người nghe đã bỏ qua lời khen ở bề mặt ngôn từ, nhưng ở bề sâu của ý nghĩa thì có vẻ như vẫn thừa nhận. Sự bỏ qua lời khen ở bề mặt ngôn từ thực chất là để làm nổi bật nội dung mà người được khen đang bị nghi ngờ nếu không muốn nói là chê (khen về

sắc đẹp và chê về khả năng ca hát). Ở bề sâu của ý nghĩa thì vẫn thừa nhận, đó là vẻ đẹp về hình thức đối với người nổi tiếng là một trong những tiêu chí cần thiết. Sự tinh tế trong cách trả lời theo kiểu phủ nhận là ở chỗ này (phủ nhận nhưng lại không phủ nhận hoàn toàn). Trong phạm vi tư liệu khảo sát của chúng tôi, tỉ lệ cách tiếp nhận này của người nổi tiếng trước lời khen khá lớn. Cụ thể: nữ<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 20.51%, nữ<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 24.19%, nam<sub>2</sub> - nam<sub>1</sub> là 27.40% và nam<sub>2</sub> - nữ<sub>1</sub> là 11.82%). Nguyên nhân của tỉ lệ cao này có lẽ bắt nguồn từ hiện tượng hầu hết các lời khen của công chúng không đứng đơn lẻ một mình. Nó thường là sự mở đầu để có cuộc trò chuyện cởi mở hơn và đa số được dùng với chức năng dẫn nhập cho một câu hỏi hoặc một lời đề nghị nào đó.

### 2.3. Một số nhận xét bước đầu

Có thể thấy, cách tiếp nhận lời khen của những người nổi tiếng qua giao lưu trực tuyến đã thể hiện khá rõ tác động của bối cảnh giao tiếp và vai giao tiếp của họ. Trong một bối cảnh giao tiếp với thời gian suy nghĩ ngắn, không gian truyền tin rộng, những người nổi tiếng phải lựa chọn một cách trả lời sao cho thoả đáng giao tiếp, đó là giữ được tình cảm cũng như sự ủng hộ, cổ vũ tiếp tục đối với những người hâm mộ của mình, không làm "méch lòng" và có thể thu hút thêm các cổ động viên, đồng thời vẫn "tự tôn vinh" được hình ảnh của mình trước công chúng. Vì thế, họ thường một mặt chọn một

vài chiến lược như cảm ơn, chia sẻ kinh nghiệm, bộc lộ cảm xúc,...mặt khác, thường phối kết hợp một hay một vài chiến lược với nhau, trong đó đáng chú ý là chiến lược cảm ơn được dùng khá phổ biến.

Nhìn từ góc độ giới có thể thấy, tuy không thật rõ nét về sự khác biệt so với một số nhóm xã hội khác (do đặc trưng của đối tượng khảo sát là những người nổi tiếng), nhưng cũng có thể thấy được sự bộc lộ cách tiếp nhận giữa các cặp khác giới (giữa người nổi tiếng với người hâm mộ) thường rõ hơn các cặp cùng giới. Phải chăng đó cũng là lẽ thường tình của cuộc sống, là phép xã giao lịch sự đối với người khác giới. Tuy nhiên, trong hầu hết các chiến lược tiếp nhận lời khen, nữ giới thường thể hiện sự vượt trội và chiếm ưu thế hơn. Rõ ràng, đặc điểm về giới hay giới tính có tác động đến việc sử dụng các chiến lược tiếp nhận lời khen khác nhau.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Angela Goddard, *Language and Gender (Intertext)*, Routledge Publisher, 2<sup>th</sup> edition, 2009.
2. Deborah Cameron, Don Kulick, *The Language and Sexuality Reader*, Routledge, 1<sup>st</sup> edition, 2006.
3. Jennifer Coats, *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language*, Wadsworth Publishing; 8<sup>th</sup> edition, 2008.
4. Karen Lovaas, Mercilee M. Jenkins (editor), *Sexualities and*

*Communication in Everyday Life: A Reader*, Sage Publications, Inc, 1<sup>st</sup> edition, 2006.

5. Lia Litosseliti, *Gender and Language: Theory and Practice*, Trans-Atlantic Publications, Inc, 2006.

6. Nguyễn Quang, *Giao tiếp và giao tiếp giao văn hóa*, Nxb ĐHQG, H., 2002.

7. Nguyễn Quang, *Một số vấn đề giao tiếp nội văn hoá và giao văn hoá*, Nxb ĐHQG, H., 2004.

8. Nguyễn Văn Khang, *Ngôn ngữ học xã hội - Những vấn đề cơ bản*, Nxb KHXH, 1999.

9. Phạm Thị Phương Dung, *Các phương tiện ngôn ngữ biểu thị tính lễ phép trong giao tiếp tiếng Việt*, Luận án tiến sĩ Ngữ văn, Viện Ngôn ngữ học, 2004.

10. Robert Lado (1957), *Ngôn ngữ học qua các nền văn hóa*, Hoàng Văn Vân dịch, Nxb ĐHQG, H., 2003.

11. Ronald Wardhaugh, *An Introduction to Sociolinguistics (Blackwell Textbooks in Linguistics)*, Wiley-Blackwell, 5<sup>th</sup> edition, 2005.

12. Trần Kim Hằng, *Khen, chê và lịch sự*, T/c KHXH, Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ, Số 7, 2009.

13. Trần Ngọc Thêm, *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Tổng hợp, Tp HCM, 2004.

#### SUMMARY

The ways celebrities receive compliments via online interaction indicate the influences of socio-linguistic factors including the gender one. In the context where thinking time is limited, communication space is large, celebrities of different genders have to opt for a way of communication that is satisfying to both existing and prospective and promotes their images in public.