

NGÔN NGỮ HỌC VÀ VIỆT NGỮ HỌC

ĐẶC ĐIỂM CỦA NICKNAME TRÊN FACEBOOK TIẾNG VIỆT TỪ GÓC ĐỘ PHÂN TẦNG XÃ HỘI ĐỖ THỊ THU HƯƠNG* - NGUYỄN THU HƯƠNG** - ĐẶNG THỊ KIM NGÂN***

TÓM TẮT: Bài viết khảo sát đặc điểm cách đặt nickname trên một số mạng xã hội Việt Nam, đặc biệt là facebook từ góc độ phân tầng xã hội. Bằng thủ pháp thống kê, nhóm nghiên cứu đã thu thập được 212 nickname trên mạng Facebook Việt Nam. Dựa vào đặc điểm của người sử dụng, chúng tôi đã tiến hành phân chia nickname thành các nhóm: theo địa vị xã hội, theo nghề nghiệp, theo lứa tuổi, theo giới tính, v.v. Phân tích đặc điểm của từng nhóm, chúng tôi nhận thấy cách đặt nickname trên mạng xã hội Việt Nam chịu sự chi phối mạnh mẽ bởi các nhân tố xã hội như lứa tuổi, nghề nghiệp, địa vị xã hội, văn hoá vùng miền... Kết quả phân tích cho thấy, cách đặt nickname trên mạng xã hội rất phong phú, đa dạng, muôn màu muôn vẻ, không hạn định sự sáng tạo, độc lạ, khác thường của người sử dụng mạng xã hội.

TỪ KHÓA: cách đặt nickname; phân tầng xã hội; cấu tạo; từ ngữ; nghề nghiệp; địa vị.

NHẬN BÀI: 05/02/2025.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 15/04/2025

1. Đặt vấn đề

Hiện nay chúng ta đang sống, làm việc trong một thời kì có sự phát triển mạnh mẽ về công nghệ hay còn được gọi là “thời đại công nghệ số”. Song hành với đó, mạng xã hội như Facebook, Thread, Instagram,... đã trở thành một trong những nền tảng giao tiếp phổ biến nhất tại Việt Nam. Trên không gian mạng, người dùng có thể vừa quảng bá hình ảnh của bản thân qua nội dung các bài viết được đăng tải, vừa có thể bộc lộ cá tính qua những tên hiển thị, hay còn gọi là nickname. Bởi vậy, nickname không chỉ là một phần quan trọng trong định danh trực tuyến mà còn phản ánh những đặc điểm về văn hóa, xã hội, nghề nghiệp, tính cá nhân của người sử dụng.

Sử dụng nickname trên mạng xã hội được coi như một phương tiện để người dùng xây dựng hình ảnh cá nhân, khắc họa cá tính, biểu hiện sở thích và cả vị trí, vai trò trong xã hội của họ. Dĩ nhiên, không phải mọi người đều có cách đặt nickname giống nhau, người dùng căn cứ vào một số yếu tố: địa vị xã hội, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, vị trí địa lí mà họ chịu tác động trực tiếp để chọn lựa cho mình một tên riêng trên mạng xã hội.

Nhằm tạo dựng một bức tranh tổng thể về cách đặt nickname trên mạng xã hội, nhóm tác giả đã sử dụng thủ pháp thống kê để tiến hành thu thập các nickname trên một số nền tảng mạng xã hội ở Việt Nam, đặc biệt là facebook. Từ kết quả thu thập được, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phân loại nickname thành các nhóm: theo lứa tuổi, theo nghề nghiệp, theo địa vị xã hội... Sau đó, nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính để tiến hành phân tích đặc điểm của từng nhóm nickname. Kết quả phân tích đã cho thấy sự chi phối mạnh mẽ của các nhân tố xã hội như lứa tuổi, nghề nghiệp, địa vị xã hội đến việc lựa chọn nickname trên mạng xã hội.

2. Một số vấn đề về ngôn ngữ mạng

2.1. Khái niệm ngôn ngữ mạng, cộng đồng mạng, cư dân mạng

Khái niệm ngôn ngữ mạng bắt đầu xuất hiện khi mạng xã hội trở nên phổ biến đối với người dùng Việt Nam khoảng những năm đầu của thế kỉ XXI. Ngôn ngữ mạng là thuật ngữ dùng để chỉ ngôn ngữ giao tiếp trên mạng xã hội, bao gồm cả các thuật ngữ chuyên môn của lĩnh vực mạng như trang chủ, cửa sổ, hộp thoại, trực tuyến, phòng chat,... và các từ ngữ chuẩn mực như từ xưng hô, từ chỉ các hành vi... Ngôn ngữ mạng còn bao gồm cả ngôn ngữ phi chuẩn được cộng đồng mạng sáng tạo và

*PGS.TS; Trường Đại học Sư phạm Hà Nội 2; Email: dothuhuong@hpu2.edu.vn

**PGS.TS; Trường Đại học Sư phạm Hà Nội 2; Email: nguyenthuhuong@hpu2.edu.vn

***K47; Trường Đại học Sư phạm Hà Nội 2; Email: 217140217378@hpu2.edu.vn

phát triển trong quá trình sử dụng mạng xã hội. Theo Nguyễn Văn Khang, “*Ngôn ngữ mạng là ngôn ngữ được cư dân mạng sử dụng để thích ứng với nhu cầu giao tiếp trên mạng. Ngôn ngữ mạng có thể coi là một biến thể xã hội của một ngôn ngữ cụ thể*” [Nguyễn Văn Khang, 2019, tr.18].

Liên quan đến ngôn ngữ mạng còn có khái niệm cộng đồng mạng. Cộng đồng mạng là khái niệm dùng để chỉ tập hợp người sử dụng mạng xã hội kết nối, tương tác với nhau thông qua nền tảng số, với những yếu tố nhận biết chung, nội quy hoạt động, ứng xử chung, hình thức tương tác dựa vào mức độ đồng thuận về mục đích, sở thích, ý thức và sự gắn kết qua sự hỗ trợ của công nghệ.

Nói đến cộng đồng mạng, không thể không nhắc đến khái niệm cư dân mạng. Cư dân mạng hay công dân mạng là một thuật ngữ có nguồn gốc từ tiếng Anh, gồm Internet và citizen. Đó là những cá nhân sử dụng internet để giao tiếp với nhau trên mạng xã hội. “*Cư dân mạng lập thành một cộng đồng giao tiếp trên mạng gắn kết với nhau bằng internet, gọi là cộng đồng mạng*” [Nguyễn Văn Khang, 2019, tr.23]. Chiếm số lượng đông đảo các cư dân mạng là giới trẻ. Vì vậy, ngôn ngữ mạng còn được gọi là ngôn ngữ @, ngôn ngữ tuổi teen.

2.2. Tính phương ngữ xã hội của ngôn ngữ mạng

Trong ngôn ngữ học xã hội, phương ngữ xã hội là một trong những khái niệm quan trọng. Theo Fasol, phương ngữ xã hội là những cách nói năng của các nhóm dân cư cùng hoạt động trong một lĩnh vực kinh tế, thuộc cùng một giai tầng xã hội, cùng thế hệ, tuổi tác, đẳng cấp, tôn giáo [Fasold, 1990]. Tác giả Nguyễn Văn Khang lại quan niệm, phương ngữ xã hội là sản phẩm ngôn ngữ của nhóm xã hội. Các nhân tố xã hội như: tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, trình độ văn hóa, thành phần xuất thân,... có tác động trực tiếp và tạo nên các đặc điểm ngôn ngữ trong sử dụng. Hay phương ngữ xã hội là các biến thể ngôn ngữ theo nhóm xã hội trong sử dụng ngôn ngữ. [Nguyễn Văn Khang, 2012].

Như vậy, xác định phương ngữ xã hội là các biến thể ngôn ngữ của nhóm xã hội dưới sự tác động của các nhân tố xã hội như: tuổi tác, nghề nghiệp, trình độ văn hóa,...

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả coi ngôn ngữ mạng là một biến thể của tiếng Việt hiện nay. Ngôn ngữ mạng là ngôn ngữ đặc thù của phương ngữ cá nhân của các cư dân mạng và của cộng đồng mạng nói chung, từng cộng đồng mạng cụ thể nói riêng. Đáng chú ý, mặc dù là phương ngữ của các cá nhân với phong cách riêng nhưng ngôn ngữ mạng lại được “xã hội hóa” thông qua mạng xã hội Facebook, Zalo, Instagram,...

2.3. Tính đặc thù của ngôn ngữ mạng

Ngôn ngữ mạng mang nhiều tính đặc thù, phản ánh sự sáng tạo, sự linh hoạt trong cách thức giao tiếp trực tiếp, như:

- Ngôn ngữ mạng sử dụng từ viết tắt và biểu tượng như các từ hoặc cụm từ rút gọn để tránh mất thời gian, ví dụ: “LOL” (Laugh out loud), “BRB” (be right back); biểu tượng cảm xúc, kí hiệu cũng thường được sử dụng để thể hiện cảm xúc, ý nghĩa.

- Ngôn ngữ mạng mang sự sáng tạo khi người dùng thường tạo ra các từ mới, cụm từ độc đáo hoặc những cách diễn đạt hài hước, thú vị; hay việc chơi chữ, tạo ra các meme ngôn ngữ cũng rất phổ biến.

- Ngôn ngữ mạng có tính tương tác và phản hồi nhanh, thường được sử dụng trong các cuộc hội thoại trực tuyến, dẫn đến việc phản hồi nhanh chóng, thường xuyên thay đổi theo bối cảnh.

- Tính đa phương tiện, ngôn ngữ không chỉ giới hạn ở văn bản, mà còn bao gồm hình ảnh, video, âm thanh, đem lại cho người sử dụng nhiều cách thức giao tiếp phong phú.

2.4. Khả năng biểu đạt của ngôn ngữ mạng

Sự biểu đạt của ngôn ngữ mạng rất phong phú, cho phép người dùng truyền tải thông điệp một cách hiệu quả trong môi trường trực tuyến, gồm một số các khía cạnh như biểu đạt cảm xúc, sự linh hoạt trong cách diễn đạt, phản hồi và tương tác; ngôn ngữ đặc trưng hình thành văn hóa riêng biệt, truyền tải thông tin đa dạng. Ngôn ngữ mạng mang tính biểu đạt cảm xúc đặc biệt, không chỉ biểu thị dưới dạng văn bản chữ viết mà còn bao gồm biểu tượng cảm xúc giúp người dùng diễn đạt thái độ, trạng thái tâm lý dễ dàng, nhanh chóng, hấp dẫn, đạt hiệu quả cao. Ngôn ngữ mạng vừa có kênh chữ,

vừa bao gồm hình ảnh, video, cộng thêm cả meme thường được sử dụng để bổ sung và làm tăng thêm sức mạnh biểu đạt. Sự phản hồi và tương tác cũng là khả năng biểu đạt của ngôn ngữ mạng khi người dùng thảo luận trực tiếp, khả năng phản hồi nhanh chóng trong các cuộc hội thoại trực tuyến tạo nên sự tương tác liên tục, không ngắt quãng, làm tăng sự gắn kết giữa mọi người; từ đó thiết lập cộng đồng và các mối quan hệ một cách dễ dàng. Điểm cuối cùng phải bàn tới là khả năng truyền tải thông tin đa dạng, khi kết hợp đa phương tiện: hình ảnh, video, âm thanh giúp nội dung được truyền thông một cách sinh động, hấp dẫn, tăng cường khả năng ghi nhớ. Những yếu tố đó đã tạo ra văn hóa riêng cho cộng đồng mạng khi sử dụng những ngôn ngữ đặc trưng, ví dụ như từ ngữ, thuật ngữ, phong cách giao tiếp riêng biệt tạo sự kết nối giữa các thành viên, làm phong phú khả năng biểu đạt của ngôn ngữ mạng, phản ánh sự sáng tạo, linh hoạt của cư dân mạng trong việc giao tiếp trên nền tảng số.

2.5. Đặc điểm sử dụng ngôn từ của ngôn ngữ mạng

Đặc điểm sử dụng ngôn từ của ngôn ngữ mạng mang tính riêng biệt, phản ánh sự sáng tạo linh hoạt trong cách giao tiếp trực tuyến, giúp ngôn ngữ mạng trở thành một phương tiện giao tiếp độc đáo, hiệu quả, phù hợp với nhu cầu và thói quen của cư dân mạng trên các nền tảng số.

Đặc điểm đầu tiên là tính ngắn gọn, người dùng thường ưa chuộng khi dùng các từ viết tắt để tiết kiệm thời gian, giúp việc giao tiếp trở nên nhanh chóng, hiệu quả, ví dụ: “TTYL” (Talk to you later), “IG” (Instagram), “PR” (Public Relations), “AD” (Administrator), “BTW” (By the way), “QTQD” (Quá trời quá đất),...

Điểm thứ hai cần đề cập tới là tính sáng tạo và linh hoạt, người dùng thường sáng tạo ra ngôn từ mới, với những cách diễn đạt độc đáo, cách viết thoải mái, mang tính hài hước làm cho cuộc trò chuyện trở nên thú vị. Ví dụ: từ “sống ảo” được dùng để chỉ việc thể hiện cuộc sống lí tưởng trên mạng xã hội. Chính vì đặc điểm này mà ngôn ngữ mạng thường mang tính không chính thức vì không tuân thủ nghiêm ngặt quy tắc về chính tả hoặc ngữ pháp.

Đặc điểm thứ ba, ngôn ngữ mạng sử dụng nhiều biểu tượng cảm xúc, kí hiệu; người dùng đôi khi sử dụng emoji để thể hiện cảm xúc, sắc thái giúp diễn đạt trạng thái của bản thân một cách trực quan và nhanh chóng.

Đặc điểm thứ tư là sự sáng tạo về ngữ nghĩa, cư dân mạng thường có nhiều cách chơi chữ, sử dụng từ ngữ có nghĩa bóng hoặc mang tính hài hước, châm biếm tạo nên sự phong phú trong cách diễn đạt ngôn từ.

Cùng với đó phải kể đến một đặc điểm nổi bật của ngôn từ là đặc trưng vùng miền và đặc trưng theo nhóm, cộng đồng mạng có thể phát triển ngôn ngữ mang nét riêng với các thuật ngữ và cách diễn đạt đặc thù, thể hiện bản sắc và sự kết nối giữa các thành viên. Ngoài ra việc kết hợp giữa chữ viết với hình ảnh, video, âm thanh giúp truyền tải thông điệp một cách phong phú, không giới hạn và tạo nên đặc tính đa phương tiện của ngôn từ.

2.6. Khái niệm nickname và phân loại

Nickname còn được gọi là sobriquet, được dùng để thay thế cho tên riêng của một người, một địa điểm hoặc sự vật. Nó thường được sử dụng để thể hiện tình cảm, sự thích thú, đặc điểm tính cách của người được gọi tên. Nickname khác với bút danh, nghệ danh hoặc chức danh, mặc dù các khái niệm có thể trùng lặp. Vào năm 1303, từ ghép *ekenname* được chứng thực theo nghĩa đen là “tên bổ sung”, đây là từ bắt nguồn từ tiếng Anh cổ. Hiểu đơn giản nickname hay còn được gọi là biệt danh là tên gọi mà người dùng lựa chọn để đại diện cho bản thân trên mạng xã hội, thường mang tính cá nhân hóa, giúp người dùng xây dựng hình ảnh hoặc thương hiệu riêng trong không gian mạng; biệt danh có thể phản ánh sở thích, tính cách, nghề nghiệp, hoặc một đặc điểm nào đó của người dùng. Nó cũng có thể được sử dụng để tạo sự bí ẩn hoặc gia tăng sự thú vị trong giao tiếp trực tuyến.

Theo các nhà nghiên cứu, nickname có thể được phân loại dựa trên một số tiêu chí về nguồn gốc, ngữ nghĩa, phong cách, chức năng. Theo nguồn gốc, nickname được rút gọn hoặc biến đổi từ tên thật của người dùng, ví dụ: “Ngọc” thành “Ngooc”, “Giang Vũ” thành “Gianvu”, “Bảo Hân” thành “BHaan”,...; đôi khi cũng tự tạo nên từ ngữ mà không liên quan đến tên thật như “Skywalker”, “Zino”, “Noo”, “Mono”,...

Theo ngữ nghĩa, nickname mang ý nghĩa tích cực thể hiện những phẩm chất tốt đẹp hoặc ít mang tính tiêu cực, ví dụ: “Fanny”, “Sunny”, “Happy”, “Vinh vui vẻ”, “Angela”, “Vinh David”, “Luci Nguyễn”,... Đôi khi nickname dựa trên phong cách, sắc thái mà mang tính trang trọng hoặc gần gũi hay thân mật, ví dụ: “Doctor Nguyen”, “Bunny”, “Hana”, “Dược sĩ Quỳnh Như”, “Chị Năm”,... Phân loại theo chức năng cá nhân để bộc lộ cá tính hoặc sở thích cá nhân, ví dụ: “Vinh Râu Guitarist”, “Pit ham ăn”, “Đi cùng Yang”, “Blog của Rot” hoặc thương hiệu để định hình thương hiệu cá nhân, ví dụ: “Độ Mixi”, “Vera Thiên Ân”, “Mộc Linen”, “Kim Cuong Shoes”,...

3. Kết quả khảo sát và thảo luận

3.1. Tổng hợp kết quả khảo sát

Ở Việt Nam, có thể kể đến một số mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, Thread, Tiktok, Zalo, YouTube, Linked in... Mỗi nền tảng mạng xã hội lại có cách đặt nickname khác nhau, do đối tượng sử dụng khác nhau. Trong bài viết này, chúng tôi chủ yếu khảo sát cách đặt nickname trên Facebook, bởi lẽ, đây là một trong những mạng xã hội phổ biến nhất ở Việt Nam. Theo thống kê của Báo Lao động, tính đến năm 2024, Việt Nam có 72 triệu người sử dụng Facebook. Dưới đây là bảng tổng hợp kết quả khảo sát:

STT	Tầng lớp xã hội	Số lượng	Tỉ lệ %	Ví dụ
1	Theo lứa tuổi	62	29,2%	Hangyeutoan, VandanghocVan, Linh ham ăn, Hòa Bò đây, Hùng Soái ca, Khoa Sún, Tú Bảnh, Hiền Mun, Hạt Tiêu,...
2	Nghề nghiệp	50	23,6%	Nguyễn Thị Mai - Giám Đốc , Mailisa (Hoàng Kim Khánh), Dược sĩ Quỳnh Như, Vera Thiên Ân, CoachingAcademy Thien Phuc, Mộc Linen, Kim Cuong Shoes, Hải Sports, Vinh guitarist,...
3	Địa vị xã hội	69	32,5%	Thanh Mai (Ceo VietSkill), Shark Liên, Shark Nguyễn Hòa Bình, CEO Nguyễn Mạnh Hà, Lê Minh Tuấn (Luật Sư Hà Nội),...
4	Văn hoá vùng miền	31	14,6%	Hoa Ban Tây Bắc, Hoàng Anh Sơn La, Gia đình truyền hình Người cổ đô, Nhà làm đồ thờ, Lạng Sơn review tất tần tật, Sapa Tất Tàn Tật...
	Tổng	212	100	

Nhận xét:

Có thể thấy, số lượng nickname theo địa vị xã hội chiếm số lượng lớn nhất trong các nhóm (32%). Tỉ lệ này phản ánh một thực tế, đó là đa số cư dân mạng lựa chọn nickname dựa vào địa vị xã hội. Cách đặt nickname này có thể xuất phát từ ý thức tự khẳng định vị trí xã hội của người đặt nickname, đồng thời, đó cũng là cách để quảng bá “thương hiệu” riêng trong cộng đồng làm việc của họ. Chiếm tỉ lệ cao thứ hai là đặt nickname theo lứa tuổi (29%). Kết quả này, cho thấy, việc người dùng dựa vào độ tuổi để đặt nickname phản ánh tính cách, quan niệm sống phù hợp với độ tuổi của mình. Thứ ba là nhóm nickname theo nghề nghiệp (24%), kết quả này phản ánh, người dùng lấy biệt hiệu riêng để phản ánh nghề nghiệp hoặc lĩnh vực hoạt động của mình, từ đó, giúp xây dựng thương hiệu cá nhân trên không gian mạng. Cuối cùng là nickname theo văn hóa vùng miền (15%), cách đặt nickname này có tỉ lệ tương đối thấp cho thấy việc dùng nickname theo văn hóa vùng miền không phổ biến hoặc không được ưa chuộng bằng các loại nickname khác. Khảo sát sơ bộ, chúng tôi nhận thấy, cách đặt nickname theo vùng miền chủ yếu nhằm mục đích quảng bá các sản phẩm, đặc sản của địa phương hoặc quảng cáo du lịch của địa phương đó. Một số nickname có tên vùng miền phản ánh mục đích của người tạo ra, đó là cung cấp những thông tin về văn hoá, du lịch, ẩm thực của địa phương đó nhằm thu hút khách du lịch, đồng thời, trang bị cho cư dân mạng những “bí kíp” cần thiết để đi du lịch tại địa phương đó thuận lợi và hiệu quả.

3.2. Phân tích cách đặt nickname trên mạng xã hội

3.2.1. Cách đặt nickname theo địa vị xã hội

Xu hướng lựa chọn nickname này thường phản ánh vị trí, vai trò hoặc sự công nhận của mọi người với người đặt nickname, giúp họ tạo dựng hình ảnh cá nhân, dễ nhận diện. Người dùng sẽ sử dụng các yếu tố như chức danh, thành tích, hay đặc điểm nổi bật của mình để đặt nickname.

Đối với người có chức vụ, nickname thường được đặt bằng cách sử dụng tên riêng kèm theo thành phần phụ biểu thị cho chức vụ của họ. Ví dụ: *Thanh Mai (Ceo VietSkill)*, *Shark Liên, Shark Nguyễn Hòa Bình, CEO Nguyễn Mạnh Hà, Phùng Vương (CEO Founder Humi Việt Nam), Trần Phương (Giám Đốc Henrin Spa)*,... Khảo sát cấu tạo của những nickname đặt theo vị trí xã hội, chúng tôi nhận thấy, có 2 kiểu cấu tạo phổ biến. Kiểu thứ nhất: tên riêng + từ chỉ chức vụ, ví dụ: *Thanh Mai (Ceo VietSkill)*, *Phùng Vương (CEO Founder Humi Việt Nam)*, *Huong Vuthu (Giám đốc điều hành)*, *Nguyễn Tiến Đạt (Director)*... Từ chỉ chức vụ trong kiểu cấu tạo này có thể viết bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh, chẳng hạn CEO (viết tắt của từ Chief Executive Officer - Giám đốc điều hành), hoặc director (giám đốc)... Kiểu thứ hai: từ chỉ chức vụ + tên riêng, trong đó, từ chỉ chức vụ chủ yếu được sử dụng bằng tiếng Anh, ví dụ: *Shark Liên, CEO Nguyễn Mạnh Hà*,...

Những người nổi tiếng như nhà văn, ca sĩ, diễn viên, MC, biên tập viên truyền hình... lại có cách đặt nickname khá đơn giản. Tên người dùng của nhóm này thường là tên thật, nghệ danh, danh hiệu: *Nguyễn Phước Thịnh, Cẩm Ly, Hòa Nguyễn (Hòa Minzy), Ngô Bá Lục, Nguyễn Đức Phúc, Ninh Dương Lan Ngọc, Tự Long, Nguyễn Xuân Bắc, Xuân Hình, NSND Lan Hương Bông, Trần Hạnh Phúc (MC Hạnh Phúc)*,... Nickname của nhóm người này phần lớn chỉ gồm một yếu tố là tên riêng. Ngoài ra, cũng có một số nickname gồm có tên riêng và nghệ danh. Ví dụ: *Hoà Minzy, Elly Trần*,...

3.2.2. Cách đặt nickname theo lứa tuổi

Việc lựa chọn nickname phù hợp với lứa tuổi không chỉ giúp người dùng thể hiện bản thân mà còn tạo ra sự kết nối và dễ dàng nhận diện trong cộng đồng mạng. Kết quả khảo sát: người trẻ tuổi chiếm 17,9%, người lớn tuổi chiếm: 11,3%.

Trước hết là cách đặt nickname của giới trẻ. Dựa vào kết quả khảo sát, nhóm nghiên cứu nhận thấy, giới trẻ thường chọn những nickname sáng tạo, thể hiện cá tính, đôi lúc là một trạng thái đặc biệt. Dưới đây là một số cách đặt tên trên mạng xã hội của giới trẻ:

Tên kết hợp với sở thích: *NamBongDa, Hangyeutoan, VandanghocVan, Linh ham ăn, Hòa Bò đây*,...

- Tên kết hợp với một đặc điểm: *Hùng Soái ca, Khoa Sún, Tú Bảnh, Hiền Mun, Vaaaann Taayy, Bộ Tộc MixiGaming, Gen j Z chofy, Cộng đồng Street Workout, Bình bán book*,...

- Nickname thể hiện trạng thái cảm xúc, tình cảm, hay lối sống, quan điểm sống: *Lãng tử vô tình, Chỉ vì quá yêu em, R Rực Rỡ, Vệ sĩ cô đơn, Tỉ Mỡ, Đẹp trai từ bé, Khóa tu sinh viên sống không hối tiếc*,...

- Tên thể hiện phong cách cá nhân: *Chị Nám, Trần Thị Lệ (Lệ rơi), Vũ Ngọc Ánh (Ánh sáng), Lê Văn Bình (Bình Yên)*,... Cách đặt tên này thường sử dụng hình thức chơi chữ dựa vào hiện tượng đồng âm. Nhiều tên gọi mang sắc thái hài hước.

- Tên thể hiện sự phá cách: *Soái 'x Muội 'rr, Tũnn Mập's, Hung'z Lạnh 'lùng, Bin's Ngốc'k*,... Đặc điểm của những nickname dạng này thường sử dụng dấu nháy đơn, chữ cái lặp lại hoặc biến đổi để thể hiện sự độc đáo. Phong cách đặt tên này thường gặp ở những nhóm người chơi trò chơi trực tuyến.

- Nickname được biến tấu từ tên thật để tạo sự thân thiện, dễ nhận diện, mang nét riêng biệt. Đặc điểm của những nickname này thường được viết liền không dấu, đi kèm là các ký tự, dấu gạch dưới và các con số, đôi khi có cả những nickname được viết tắt, viết ngược lại hay nhân đôi các chữ cái trong tên. Ví dụ: *thaonhiday_2406, gianvune, gnoh_neyud.210, tkdthichchupanh_im.rot_, khoailangthang, thichnhathanh, giadinhtuyenhinh, khanhvyccf, cuecam.familyyy, kênh14official, hoaminzy_rose*,...

Bên cạnh cách đặt nickname của giới trẻ, cách đặt nickname của người lớn tuổi lại có phần đơn giản hơn. Dựa vào kết quả khảo sát, chúng tôi nhận thấy, người lớn tuổi lại có xu hướng sử dụng tên thật hoặc tên kết hợp với họ của mình: *Nguyễn Quỳnh Anh, Nguyễn Khánh Hòa, Nguyễn Liêm Sơn, Nguyễn Phương Anh,...* Những nickname này có thể có đầy đủ họ, tên lót, tên đệm, tên (*Nguyễn Khánh Thu Anh, Phan Thu Trang, Nguyễn Ngọc Ánh...*), song cũng có những nickname chỉ có họ tên (*Lê Hiền, Ngô Hạnh,...*) hoặc chỉ có tên đệm và tên riêng (*Vinh Thuy, Việt Huy, Minh Vi, Kim Dung...*). Trật tự của các yếu tố trong tên riêng cũng thay đổi linh hoạt.

3.2.3. Cách đặt nickname theo nghề nghiệp

Một số người dùng mạng xã hội lại lựa chọn cho mình cách đặt nickname theo nghề nghiệp, việc chọn lựa tên hiệu riêng này không chỉ thể hiện sự tự hào về lĩnh vực công việc họ đang công tác mà còn giúp họ xây dựng hình ảnh cá nhân trong môi trường trực tuyến. Theo đó, nickname này thường phản ánh kỹ năng chuyên môn hoặc đam mê của người dùng, tạo nên sự nhận diện rõ ràng và thu hút trong cộng đồng mạng. Theo khảo sát của chúng tôi, cách đặt nickname theo đặc điểm nghề nghiệp chiếm 23,6%. Trong đó, giáo viên: 12%, nhân viên văn phòng: 6,6%, người bán hàng: 2,5%, doanh nhân: 2,4%. Cụ thể:

Đối với những người làm việc trong lĩnh vực giáo dục, cách đặt nickname thường thể hiện danh tính, chuyên môn hoặc sự khác biệt của giáo viên hoặc trung tâm đào tạo. Có thể chia thành các nhóm sau đây:

- Tên + chức danh chuyên môn. Ví dụ: *Tạ D, Trường (Math Teacher), Thanh Lê (Imax Toeic), Hoàng Phương (Little teacher), Vũ Thị Ngọc Hân (Literature Teacher), Nguyễn Anh Tuấn (Lawyer Teacher TourGuide MC)...* Cách đặt tên này thường đơn giản, rõ ràng, giúp học viên dễ nhận diện giáo viên theo môn học, đồng thời, cũng phù hợp với môi trường chuyên nghiệp.

- Tên + trung tâm/ khoá học: *Học văn chị Hiền, Học tiếng Anh cô Mai Phương, Lớp văn thầy Nhật, Luyện thanh nhạc thầy Lục Phạm...* Cách đặt nickname này gồm tên giáo viên kết hợp với lĩnh vực giảng dạy, tạo sự gần gũi, thân thiện.

- Tên trung tâm hoặc thương hiệu: *AQ education, Giáo viên tiếng Việt tiểu học, Imax Toeic...*

Đối với doanh nhân, cách đặt nickname thường gặp là dùng tên thật kèm theo danh hiệu, lĩnh vực hoạt động: *Mailisa (Hoàng Kim Khánh), Dược sĩ Quỳnh Như, Vera Thiên Ân, CoachingAcademy Thiên Phúc, Trung Tâm An Việt, Mộc Linen, Kim Cương Shoes, Bảo Ngọc Erobic,...*

Đối với người bán hàng, xu hướng chọn nickname thường gắn trực tiếp với mặt hàng kinh doanh, buôn bán của mình, chẳng hạn: *Nguyễn Huyền (sỉ lẻ hoa), Quang Linh food, Táo đỏ Tân Cương, Mixi food, Bình bán book...* Có thể thấy những nickname này đã hiển thị rõ ràng món hàng kinh doanh của người đặt nickname, nhờ vậy khách hàng có thể tìm thấy một cách dễ dàng.

Đối với những người làm ở lĩnh vực kinh doanh, dịch vụ: Cách đặt nickname phổ biến là lấy tên lĩnh vực kinh doanh/ dịch vụ, ví dụ: *Luyện giọng kiếm tiền, Xe chất lượng cao Hà Sơn Hải Vân, Giáo án THSC, Quảng cáo Phương Hoa...*; Một số người đặt nickname theo kiểu tên riêng kết hợp với tên công việc/ lĩnh vực kinh doanh. Ví dụ: *Nguyễn Lan (Công chứng), Thiên An (MC), Hồng Hiền (Luật Sư)...*; một số nickname đặt bằng tên nước ngoài: *Trekking and Camping, Review sách có tâm, Capcut pro, Lighter,...*

3.2.4. Cách đặt nickname theo văn hoá vùng miền

Mỗi vùng miền trên đất nước lại mang một nét đặc trưng riêng, vì vậy người dùng sẽ dựa trên đặc trưng của địa phương mình để thể hiện nguồn gốc, bản sắc cá nhân thông qua việc chọn nickname trên không gian mạng. Tên người dùng không chỉ phản ánh các đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán mà còn tạo ra sự kết nối với cộng đồng, tăng cường sự quảng bá văn hóa vùng miền. Có thể khái quát một số cách đặt nickname theo văn hoá vùng miền như:

Nickname gắn với địa danh, vùng miền (ví dụ: *Hoa Ban Tây Bắc, Hoàng Anh Sơn La, Người cô đồ, Người Sơn Tây...*); Nickname liên quan đến sản phẩm kinh doanh đặc trưng (ví dụ: *Nhà làm đồ thờ, Chợ Yên Viên, Gia Lâm...*); Nickname dành cho cộng đồng đánh giá, check-in du lịch (ví dụ:

Review Huế Tắt Tàn Tận, Du lịch Đà Nẵng, Huế, Review Tà Xùa tắt tàn tạt, Review Tam Đảo, ...); Nickname gợi cảm xúc, tinh thần dân tộc (ví dụ: *Việt Nam ơi, Hội An có tâm*).

4. Kết luận

Từ những kết quả phân tích trên, có thể khẳng định, cách đặt nickname trên mạng xã hội vô cùng phong phú, đa dạng, muôn hình muôn vẻ. Có những nickname đơn giản, dễ hiểu, gợi cảm giác thân thiện; có những nickname gây ấn tượng mạnh mẽ, dễ nhớ; lại có những nickname mang tính phá cách, độc lạ,...

Từ những phân tích trên, nhóm nghiên cứu cũng đưa ra một số khuyến nghị khi đặt nickname: Thứ nhất, khi đặt nickname, người sử dụng nên tránh lạm dụng những kí tự đặc biệt, chẳng hạn *Soái'x Muội'rr, Tun'z Cute, Hưng'z Cool...* Những nickname kiểu này sử dụng những kí tự lặp lại một cách vô nghĩa, không phù hợp với chính tả tiếng Việt. Thứ hai, khi lựa chọn nickname người dùng nên chú ý đến việc sử dụng những từ ngữ phù hợp mang tính văn hóa gắn liền với giá trị tốt đẹp của tiếng Việt. Điều này không chỉ giúp chúng ta xây dựng một hình ảnh cá nhân đậm nét mà còn góp phần bảo vệ và phát triển ngôn ngữ, gìn giữ những giá trị cốt lõi của tiếng Việt.

Bằng cách sử dụng nickname sáng tạo, có trách nhiệm, chúng ta có thể khẳng định bản sắc văn hóa dân tộc cũng như cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội, góp phần vào việc gìn giữ sự trong sáng của tiếng Việt trong thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Văn Khang (2012), *Ngôn ngữ học xã hội*, Nxb Giáo dục.
2. Nguyễn Văn Khang (2019), *Ngôn ngữ mạng - Biến thể ngôn ngữ trên mạng tiếng Việt*, Nxb ĐHQG Hà Nội.
3. <https://laodong.vn/>.

Tiếng Anh

4. Fasold Ralph (1990), *The Sociolinguistics of Society*, Oxford - Brasil, Blackwell Ltd.

Characteristics of Vietnamese facebook nicknames from a social stratification perspective

Abstract: This study examines the characteristics of nickname formation on several Vietnamese social media platforms, with a particular focus on Facebook, from a sociolinguistic stratification perspective. Utilizing statistical methods, the research team collected a dataset of 212 Facebook nicknames in Vietnam. Based on user characteristics, we categorized these nicknames into various groups, including those based on social status, profession, age, and gender. Through an in-depth analysis of each category, our findings reveal that nickname formation on Vietnamese social media is significantly influenced by social factors such as age, occupation, social status, and regional cultural identity. The results further indicate that nickname creation on social media exhibits remarkable diversity and creativity, unrestricted by conventional norms, allowing for originality and distinctiveness among social media users.

Key words: nickname formation; social stratification; lexicon; profession; social status.