

SO SÁNH CÁCH NGƯỜI NHẬT VÀ NGƯỜI VIỆT SỬ DỤNG NGÔN NGỮ ĐỂ MIÊU TẢ SỨC HẤP DẪN CỦA ẨM THỰC THÔNG QUẢ CHƯƠNG TRÌNH THỰC TẾ

COMPARISON BETWEEN HOW JAPANESE AND VIETNAMESE USE LANGUAGE IN DESCRIBING THE ATTRACTIVENESS OF JAPANESE AND VIETNAMESE CUISINE THROUGH REALITY SHOW

Nguyễn Thị Ngọc Liên*, Trần Thị Ngọc Quý

Trường Đại học Ngoại ngữ - Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng, Việt Nam¹

*Tác giả liên hệ / Corresponding author: ntnlien@ufl.udn.vn

(Nhận bài / Received: 21/3/2023; Sửa bài / Revised: 30/5/2023; Chấp nhận đăng / Accepted: 14/7/2023)

Tóm tắt - Với mong muốn giúp đỡ người học tiếng Nhật mở rộng vốn từ vựng và giao tiếp với người bản xứ một cách tự nhiên hơn bằng việc sử dụng được ngôn ngữ miêu tả ẩm thực – vốn được sử dụng nhiều trong các bữa ăn hằng ngày, người viết phân tích cách người Nhật và người Việt sử dụng ngôn ngữ để thể hiện cảm nhận về sức hấp dẫn của ẩm thực qua hai chương trình thực tế trong các trường hợp: Nhìn thấy, Cảm nhận mùi hương, Thường thức món ăn. Nghiên cứu đã phân tích được số lượng từ, cụm từ, câu; Tần suất sử dụng 美味しい, うまい trong tiếng Nhật và Ngon trong tiếng Việt; Yếu tố phân biệt nam nữ; Sự khác nhau giữa vùng miền... Đề bài báo hoàn thiện hơn và người đọc có cái nhìn rõ hơn về cảm nhận ẩm thực, tác giả đã tìm ra sự tương đồng, dị biệt giữa ngôn ngữ ẩm thực giữa hai quốc gia, giúp người học không chỉ phát triển về ngôn ngữ mà còn am hiểu hơn về văn hóa dưới góc nhìn ngôn ngữ.

Từ khóa - Chương trình thực tế; ngôn ngữ; văn hóa ẩm thực; thường thức món ăn; người Nhật

1. Đặt vấn đề

Học ngoại ngữ là nhu cầu cần thiết để con người trên thế giới kết nối với nhau nhằm chia sẻ tri thức, giao lưu kinh tế và văn hóa. Mỗi cá nhân người học có thể học ngoại ngữ theo những phương pháp khác nhau. Phương pháp học tập có hiệu quả hay không sẽ phụ thuộc vào trình độ lĩnh hội kiến thức, cảm nhận ngôn ngữ của mỗi người học cũng khác nhau nên hiệu quả học tập cũng sẽ phụ thuộc vào từng cách tiếp cận của mỗi cá nhân.

Trong quá trình học tiếng Nhật, người viết nhận thấy, người học thường gặp khó khăn khi sử dụng ngôn ngữ khi thể hiện cảm nhận của mình về cuộc sống, văn hóa và đặc biệt về ngôn ngữ ẩm thực. Trên thực tế, khi tiếp cận đề gặp gỡ và giao lưu với người Nhật, hoặc thường thức một món ăn, người học tiếng Nhật thường chỉ có thể lặp đi lặp lại những lời khen đơn giản như 美味しいね-oishine (*ngon nhỉ!*). Cách miêu tả đơn điệu như vậy không đủ để diễn tả hết cảm nhận của bản thân về món ăn mà mình được chiêu đãi.

Nếu xem xét từ góc độ tần suất sử dụng của ngôn ngữ miêu tả ẩm thực, người nói thường có xu hướng sử dụng tính từ. Trong tiếng Nhật, điển hình là tính từ 美味しい-oishi (*ngon*), うまい-umai (*ngon*) mang biểu nghĩa tương ứng với tính từ Ngon trong tiếng Việt. Trong đó, 美味しい-oishii dù đã được giới thiệu trong hầu hết các giáo trình

Abstract - With the desire to help Japanese learners expand their vocabulary and communicate with native speakers more naturally by using the language of describing food - which is widely used in daily life, the author has conducted a research on how Japanese and Vietnamese express feelings about food in reality show in three cases: When you see it, When you smell it, When you enjoy the food. The research has analyzed the number of words, phrases, and sentences expressing feelings about food; Frequency of use 美味しい or うまい and Ngon and its combinations; Distinguishes between men and women; Adverbs; The role of compound words, onomatopoeic, pictographs; Regional differences... Then, in order to make the article more complete, the author compared language usage to express feelings about cuisine then helps learners not only develop their language but also understand more about the culture from a linguistic perspective.

Key words - Reality show; language; food culture; enjoy the food; Japanese

giảng dạy ở trình độ sơ cấp với tần xuất xuất hiện tương đối nhưng không được phân tích sâu về ngữ nghĩa, cách kết hợp cũng như câu đặt trong bối cảnh giao tiếp hằng ngày.

Bảng 1. Số lượt xuất hiện 美味しい-oishii trong giáo trình giảng dạy tiếng Nhật sơ cấp phổ biến hiện tại

Tên giáo trình	美味しい-oishii	うまい-umai
1. Minna no nihongo sơ cấp 1, NXB Trẻ, 2018	12	0
2. Minna no nihongo sơ cấp 2, NXB Trẻ, 2018	4	0
3. Shin Bunkashokyu 1, Bunka Institute of language, 2000	17	0
4. Shinnihongo no Kiso 1, NXB Thời đại, 2015	18	0
5. Marugoto Sơ Cấp 1 –A2, The Japan Foundation, NXB Đại học Quốc gia Tp. HCM, 2019	24	0

Trong nghiên cứu này, người viết sẽ làm sáng tỏ mối liên hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa ẩm thực, sự ảnh hưởng của văn hóa đến ngôn ngữ và cách con người xử lý ngôn ngữ nhằm bộc lộ cảm xúc của bản thân. Đồng thời, người viết cũng tập trung phân tích và thống kê cách người Nhật và người Việt sử dụng các từ để miêu tả món ăn từ lúc nhìn

¹ The University of Danang - University of Foreign Language Studies, Danang, Vietnam (Nguyen Thi Ngọc Lien, Tran Thi Ngọc Quy)

thấy cho đến lúc thưởng thức món ăn như 美味しい-oishi, うまい-umai trong tiếng Nhật và *Ngon* trong tiếng Việt ở cấp độ cụm từ, câu và ngữ cảnh. Từ đó rút ra các đặc điểm về tần suất xuất hiện, kết hợp từ, câu đặt trong chu cảnh và sự ảnh hưởng của yếu tố văn hoá đến việc sử dụng từ nhằm bộc lộ cảm xúc cá nhân. Bài viết cũng sẽ cung cấp cứ liệu khoa học giúp người học có thể mở rộng kiến thức về ngôn ngữ miêu tả ẩm thực nói chung và cách miêu tả sức hấp dẫn của ẩm thực từ chương trình thực tế nói riêng để nâng cao hiệu quả giao tiếp liên văn hóa Nhật Việt.

2. Tổng quan khái niệm về mô tả “kết cấu”, mùi vị trong ẩm thực, mối quan hệ giữa văn hóa ẩm thực và ngôn ngữ

2.1. Khái niệm về mô tả “kết cấu” trong ẩm thực

Theo J. Chen, A. Rosenthal [1], *Kết cấu* (Texture) là một thuật ngữ chung chỉ trải nghiệm giác quan từ kích thích thị giác, âm thanh đến xúc giác của người trực tiếp thưởng thức món ăn. Mô tả về kết cấu ảnh hưởng đến mức độ yêu thích của người thưởng thức đối với một món ăn nhất định nào đó. Ví dụ, đối với thực phẩm rắn thì kết cấu được mô tả với các từ chỉ cảm giác như *giòn tan, sần sật, hay sền sệt, sánh mịn* là những từ nêu cảm nhận thích hợp nhất đối với các thực phẩm lỏng.

Một số công trình nghiên cứu tiêu biểu về kết cấu trong ẩm thực ở một số ngôn ngữ trên thế giới đã được công bố. Trong đó, Szczesniak và Kleyn [2] đã liệt kê 77 từ trong tiếng Anh, Rohm [3] trình bày 105 từ tiếng Đức và 71 từ thuật ngữ kết cấu trong tiếng Phần Lan đã được liệt kê và phân loại bởi Tuoril [4]. Yoshikawa và cộng sự [5] đã liệt kê được khoảng 400 từ vựng miêu tả kết cấu thực phẩm, tuy nhiên chỉ có 70 từ được sử dụng thường xuyên gồm 56 từ được sử dụng để miêu tả chất rắn, 26 từ vựng để miêu tả chất lỏng và một số từ dùng được cho cả hai.

2.2. Định nghĩa về miêu tả “Mùi, vị”

Theo nghiên cứu của Madeline Puckette [6], *Vị* chỉ xuất hiện bên trong miệng, có cách thức để hoạt động với lưỡi và miệng để dung hòa với thức ăn, đồ uống. Lưỡi của con người có hai loại thụ thể, một trong số đó là *Vị giác*. Khi lưỡi chạm vào đồ ăn, thức uống, ta có thể cảm nhận được kết cấu của nó. Bên cạnh *Vị*, Madeline Puckette cũng định nghĩa *Mùi* xuất hiện bên trong mũi của chúng ta và liên quan đặc biệt đến khứu giác. *Mùi* là một đặc tính quan trọng của thực phẩm vì nó liên quan trực tiếp đến hành vi lựa chọn thực phẩm. *Mùi* được ví như một món khai vị vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến sự điều tiết nước bọt, và việc tiếp xúc với mùi của thức ăn trong thời gian ngắn giúp ta sản sinh ra cảm giác thêm ăn.

Đặc biệt, theo Shoji Azuma [7], *Mùi* là những cảm xúc không thể diễn đạt thành lời (mute sense), nhận thức về mùi phần lớn được hình thành bằng tri nhận thông qua kinh nghiệm, vì vậy cùng một mùi có thể được cảm nhận khác nhau tùy vào khía cạnh của mùi. Thay vào đó, để diễn đạt bằng lời tính chất của mùi, người ta thường sử dụng tên nguồn gốc của chính mùi đó, chẳng hạn như *mùi hoa hồng, mùi gỗ* hoặc mượn các giác quan khác để miêu tả, trong đó có vị giác như *mùi ngọt, mùi chua*.

Richard L.Doty [8] đã chứng minh rằng sự phát triển khoa học kỹ thuật và đa dạng văn hóa không có mối liên hệ

gì đến với vốn từ chỉ mùi, vị trong các ngôn ngữ. Nếu trong tiếng Anh chỉ có 4 từ chỉ vị (ngọt, mặn, đắng, chua), thì tiếng Nhật lại có 5 (ngọt, mặn, đắng, chua, umami). Theo O'Mahony và các cộng sự [9], nếu biểu thị về vị mặn trong tiếng Anh chỉ có một từ chung đó là Salty (mặn), không có cách kết hợp biểu thị cách cảm nhận khác nhau về vị mặn như *masin ayear laut* (mặn như nước biển), *masin maungm* (mặn khó chịu) trong tiếng Malaysia.

Nguyễn Quỳnh Thu [10] và Hoàng Thị Ái Vân [11] đã thống kê và phân loại các từ chỉ mùi vị qua từ điển tiếng Việt và qua hoạt động thông qua giao tiếp hàng ngày, sách báo.v.v. và thu được kết quả gồm:

(1) Trường nghĩa mùi có 123 từ chỉ mùi, gồm 73 tính từ chỉ mùi gồm 21 từ đơn, 32 từ ghép và 21 từ láy; 26 danh từ chỉ mùi và 24 động từ chỉ mùi gồm 6 động từ chỉ hoạt động cảm nhận mùi và 18 động từ chỉ quá trình, trạng thái của mùi.

(2) Trường nghĩa chỉ vị, có 114 từ chỉ vị, gồm 78 tính từ gồm 8 từ đơn, 55 từ ghép, 15 từ láy, 18 danh từ và 18 động từ chỉ vị gồm 8 động từ chỉ hoạt động cảm nhận vị và 10 động từ chỉ quá trình, trạng thái của vị.

Nguyễn Thị Huyền [12] nghiên cứu và xác định trong tiếng Việt có 112 từ chỉ mùi và 92 từ chỉ vị, đồng thời chỉ ra đặc điểm cấu tạo từ ngữ chỉ mùi, vị gồm từ đơn, láy và ghép. Kết quả cho thấy, có 7 từ đơn chỉ mùi cơ bản là *thơm, thối, hôi, khai, khét, tanh, nồng* và 6 đơn từ chỉ vị cơ bản là *chua, ngọt, mặn, đắng, cay, chát*. Trong đó, có 112 từ ngữ chỉ mùi, gồm 22 từ đơn, 63 từ ghép, và 27 từ láy; 92 từ chỉ vị, gồm 12 từ đơn, 59 từ ghép, và 21 từ láy.

2.3. Mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa ẩm thực

2.3.1. Mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa

Brown [13] đã mô tả mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa “*Ngôn ngữ là một phần của văn hóa và văn hóa là một phần của ngôn ngữ. Chúng đan xen với nhau, do đó, người ta không thể tách rời cả hai mà không làm mất đi tầm quan trọng của chúng*”. Văn hóa một phần được tạo ra từ ngôn ngữ, hầu hết văn hóa của một dân tộc đều được truyền miệng. Ngôn ngữ chính là tấm gương phản chiếu văn hóa dân tộc. Mỗi dân tộc, mỗi quốc gia đều có cho mình những đặc trưng văn hóa riêng biệt.

2.3.2. Văn hóa ẩm thực

Theo Nguyễn Nguyệt Cầm [14] thì văn hóa ẩm thực là những tập quán, khẩu vị của con người, những ứng xử của con người trong ăn uống, những tập tục, thói quen, những điều kiêng kỵ trong ăn uống, các phương thức bày biện, cách thưởng thức món ăn mà qua đó ta có thể biết được trình độ văn hóa, lối sống, tính cách của chính con người và dân tộc đó. Đinh Gia Khánh [15] lại cho rằng: “*Món ăn, cách thức ăn uống của từng nước, tức quê hương lớn; ở từng làng xóm, tức quê hương nhỏ, là biểu hiện của lối sống dân tộc, lối sống địa phương và bắt rễ sâu xa vào truyền thống lịch sử, truyền thống văn hóa của dân tộc, của địa phương*”. Mỗi quốc gia đều có một món ăn đặc trưng của riêng mình, những thành phần, hương vị và cách trình bày được sử dụng cho món ăn đó sẽ chỉ cho ta biết về người dân địa phương nói riêng và quốc gia đó nói chung. Những gì chọn để ăn, chọn để chuẩn bị hoặc cách chúng ta ăn, tất cả đều là những yếu tố tác động đến sự kế thừa văn hóa cả

nhân của chúng ta. Những món ăn chúng ta thường thức từ nhỏ, theo chúng ta đến tuổi trưởng thành và rồi chúng ta chia sẻ chúng với con cháu như một phần di sản văn hóa. Cả cách chúng ta tiếp xúc, sử dụng thực phẩm và nguyên liệu nấu ăn hằng ngày cũng nói lên rất nhiều điều về tính cách và cách sống của chúng ta.

Theo M.O. Ayeomoni [16], ngôn ngữ, ẩm thực và văn hóa có mối quan hệ không thể tách rời. Văn hóa là một tập hợp cụ thể của các ý tưởng, niềm tin, phong tục tập quán để phân biệt xã hội này với xã hội khác. Vì vậy, ngôn ngữ là một phần của văn hóa, là một trong những phương tiện đóng vai trò quan trọng để phản ánh văn hóa. Thực phẩm chúng ta ăn hằng ngày cũng thể hiện bản sắc văn hóa. Những người cùng sinh sống trong một nền văn hóa chia sẻ thói quen ăn uống với nhau. Ngay cả những thói quen ăn uống, phong tục tập quán trong ăn uống cũng riêng biệt. Các nền văn hóa khác nhau có những tên gọi khác nhau cho thực phẩm và các món ăn của họ ví dụ như ở Việt Nam thì miền Bắc gọi là nem rán, miền Trung gọi là ram, miền Nam gọi là chả giò. Như vậy, các từ vựng, câu từ, thành ngữ liên quan đến ẩm thực là bằng chứng rõ ràng nhất chứng minh mức độ nhận thức và cảm xúc của chính nền văn hóa.

Mối quan hệ giữa văn hóa, ẩm thực và ngôn ngữ được nghiên cứu theo hướng nêu định nghĩa từng khái niệm, sau đó tìm điểm giao nhau giữa ba khái niệm. Người viết cho rằng, văn hóa ảnh hưởng đến cách lựa chọn nguyên liệu, cách chế biến cũng như cách thưởng thức các món ăn của con người, và việc chúng ta sử dụng ngôn ngữ làm phương tiện để nêu cảm nhận về món ăn cho người khác biết cũng phần nào thể hiện được trình độ học vấn, tính cách cũng như là đặc trưng văn hóa của quốc gia.

3. Thống kê dữ liệu và phân tích cách sử dụng 美味しい-Oishii うまい-Umai của người Nhật, từ Ngon của người Việt

3.1. Giới thiệu chương trình Arashi ni shiyagare

Arashi ni shiyagare là chương trình ẩm thực của Nhật Bản được Nippon TV phát sóng từ 22h đến 22h45 mỗi tối thứ 7. Số người xem khoảng 40.128.000 người, tỉ lệ khán giả cá nhân trung bình là 11,9%, tỉ lệ trung bình hộ gia đình là 18,3%. Chương trình được thiết kế theo hình thức siêu ứng biến, tức không có kịch bản sẵn, toàn bộ những gì xảy ra trong chương trình đều là ngẫu hứng với những khách mời bí mật. Người viết lựa chọn mùa thứ 10, cũng là mùa cuối của chương trình để nghiên cứu, nguyên nhân xuất phát từ việc chương trình có lượng người xem cao nhất các mùa và có kèm phụ đề tiếng Nhật chi tiết, giúp việc nghiên cứu trở nên dễ dàng hơn. Thời gian kéo dài khoảng 25-30 phút, 5-6 món ăn được giới thiệu từ món ăn chính như cơm, các loại mì cho đến các món ăn nhẹ như bánh, kem,... Khi thưởng thức món ăn, nhóm nhạc Arashi và khách mời sẽ miêu tả về món ăn đó từ lúc nhìn thấy cho đến lúc thưởng thức trực tiếp món ăn. Là chương trình siêu ứng biến nên những từ ngữ được sử dụng trong chương trình đều gắn liền với thực tế và dễ áp dụng vào cuộc sống hằng ngày.

3.2. Giới thiệu chương trình Thiên đường ẩm thực

Thiên đường ẩm thực là chương trình do Đài truyền hình TP HCM phối hợp với công ty Điện Quân thực hiện và phát sóng trên HTV7, trình chiếu vào lúc 20g35 thứ tư hàng tuần. Theo kết quả do TAM Nielsen (hệ thống đo

lượng định lượng khán giả truyền hình Việt Nam), năm 2018, được bình chọn là một trong những chương trình nằm trong top 5 hot nhất của sóng truyền hình TP HCM. Người viết lựa chọn mùa 2 của chương trình để làm đối tượng nghiên cứu vì lượng món ăn phong phú và tập trung chủ yếu vào ẩm thực Việt, mùa 2 bao gồm 15 tập, 1 tập kéo dài khoảng 1 giờ. Đội chiến thắng sẽ được bước vào bàn tiệc trước sự thèm thuồng của đội thua cuộc. Sau 3 thử thách, các đội chơi sẽ có cơ hội thưởng thức những món ăn khắp mọi miền đất nước.

3.3. Quá trình thu thập dữ liệu từ chương trình thực tế Arashi ni Shiyagare và Chương trình Thiên đường ẩm thực

Để phục vụ cho nghiên cứu, người viết đã thực hiện thu thập dữ liệu theo các bước như Bảng 2.

Bảng 2. Quá trình thu thập dữ liệu từ chương trình thực tế

STT	Nội dung
Bước 1	Xem một lượt chi tiết của hai chương trình ẩm thực Nhật và Việt. Người viết chỉ tập trung vào cảnh từ lúc chế biến món ăn đến lúc người chơi hoàn thành việc thưởng thức món ăn.
Bước 2	Liệt kê những từ, cụm từ, câu về miêu tả ẩm thực xuất hiện trong hai chương trình bằng phần mềm Excel: - Lúc nhìn thấy món ăn khi món ăn đang được chế biến và lúc trực tiếp nhìn thấy món ăn - Lúc cảm nhận mùi hương - Lúc thưởng thức món ăn sau khi cho thức ăn vào miệng
Bước 3	Phân chia theo các hạng mục phục vụ cho phần nghiên cứu các đặc điểm cụ thể, gồm tần suất xuất hiện của 美味しい-Oishii, うまい-Umai, Ngon; Yếu tố phân biệt nam nữ; Cách kết hợp với các phó từ chỉ mức độ, Từ tượng thanh, tượng hình; Ngôn ngữ giới trẻ; Phương ngữ.v.v. Đối với tiếng Nhật, người viết đã nhờ người Nhật đánh chính tính chính xác và kiểm tra chéo việc phân loại.
Bước 4	Thống kê bằng công cụ lọc dữ liệu của phần mềm Excel theo tiêu chí, gồm: Tiêu chí 1: Là từ, cụm từ, câu xuất hiện khi người dẫn chương trình và khách mời nêu cảm nhận trong ba trường hợp cụ thể là Lúc nhìn thấy Lúc cảm nhận mùi hương và Lúc thưởng thức món ăn Tiêu chí 2: Người viết loại bỏ các từ, cụm từ, câu lặp lại từ hai lần trở lên và những từ chỉ thay đổi tiền tố hay hậu tố như 超美味しい-chouoishi, 美味しいね-oishine, Ngon quá, Ngon ghê, Rất Ngon,...hay những từ bị biến âm và những từ thay đổi về cấu tạo, mức độ như うまい-umai, うま-uma, うめえ-ume, うますぎる-umasuguru
Bước 5	Phân tích chuyên sâu đặc điểm cách người Nhật và người Việt sử dụng ngôn ngữ để thể hiện cảm nhận về ẩm thực dựa trên dữ liệu đã thống kê

3.4. Cách sử dụng うまい,-umai 美味しい-oishii của Người Nhật để miêu tả sức hấp dẫn của ẩm thực

3.4.1. Số lượng từ, cụm từ, câu

Một trong những đặc điểm nổi bật nhất của ngôn ngữ miêu tả ẩm thực là nằm ở số lượng. Sau khi hoàn thành những bước trên, người viết đã tiến hành liệt kê được số lượng từ, cụm từ, câu người Nhật Bản dùng để miêu tả những nét hấp dẫn ẩm thực. Tổng cộng có 1127 từ, cụm từ,

câu miêu tả ẩm thực từ tập 1 đến tập 30 của chương trình Arashi ni shiyagare.

Từ kết hợp tạo thành cụm từ, rồi tạo thành câu, giúp cho việc miêu tả ẩm thực trở nên đa dạng và phong phú, cụ thể:

Bảng 3. Số lượng từ, cụm từ, thông qua chương trình ẩm thực Arashi ni Shiyagare

STT	Nội dung	Số lượt
1	Lúc nhìn thấy món ăn	92
2	Lúc cảm nhận mùi hương	28
3	Lúc thưởng thức món ăn	396

*Đơn vị: từ, cụm từ, câu

Dễ dàng nhận thấy rằng, số lượng từ, cụm từ, câu mà người Nhật sử dụng vào giai đoạn thưởng thức món ăn (396) cao hơn nhiều so với hai giai đoạn còn lại là lúc nhìn thấy món ăn (92) và lúc cảm nhận mùi hương của món ăn (28).

Fumiyo Hayakawa [17] đã tổng hợp tổng số lượng từ chỉ cảm nhận ẩm thực của từng quốc gia theo các khảo sát của những chuyên gia về lĩnh vực ăn uống, nghiên cứu thực đơn và phỏng vấn, nghiên cứu của các chuyên gia về cảm nhận ẩm thực, trong đó, tổng số lượng từ chỉ cảm nhận ẩm thực trong giai đoạn thưởng thức món ăn trong tiếng Nhật là 445 từ, còn những quốc gia khác như tiếng Đức (khoảng 100 từ), tiếng Pháp (khoảng 227 từ), tiếng Trung (144 từ), thì ta có thể dễ dàng nhận thấy sự chênh lệch rõ ràng về số lượng.

3.4.2. Tần số xuất hiện và ý nghĩa của 美味しい-oishii, うまい-umai

Sau khi thống kê, đã thu được kết quả là うまい-umai chiếm 20% và 美味しい-oishii chiếm 8% trong tổng số 1127 từ, cụm từ, câu đã liệt kê được, đặc biệt hai cụm từ này không xuất hiện trong trường hợp thứ 2, tức khi cảm nhận mùi hương.

うまい-umai có nghĩa là 味が良い-ajigayoi, tức “Mùi vị ngon lành” (Từ điển tiếng Nhật Obunsha [18]). Là một tính từ, có thể đứng một mình hoặc kết hợp câu, cụm từ khác để làm nổi bật độ Ngon của món ăn. Ngoài ra, theo Takasaki Midori [19], うまい-umai là một từ khá bình dị và dân dã, chủ yếu được sử dụng bởi nam giới và trong những mối quan hệ thân thiết như bạn bè, gia đình.

Ngôn ngữ cảm nhận ẩm thực của nam giới thường có hiện tượng thay thế nguyên âm (母音の交替-boinkoutai) hay hiện tượng chèn âm ngắt (促音-sokuon) hay âm mũi (撥音-hatsuon).

Ví dụ:

うまい-umai → うめ-ume, うめえ-umee

(Thay thế nguyên âm “a” thành “e”)

うまい-umai → うつま-u ma, うつめ- u me,

うまつ-u ma

(Chèn âm ngắt)

うまい-umai ⇒ うんめい-ummee, うんま-umma

(Chèn âm mũi)

Trong khi đó, Từ điển tiếng Nhật Obunsha [18] định nghĩa 美味しい-oishii là 味がよい-ajigayoi、都合がよい-tsugogayoi, tức “Mùi vị ngon lành, tình huống, hoàn cảnh,

điều kiện thuận tiện”. Như vậy, 美味しい-oishii không chỉ có nghĩa là mùi vị ngon lành mà còn bao gồm hàm ý khen ngợi cách trình bày và không khí xung quanh mà món ăn mang lại. Tính từ này được sử dụng khi ta không chỉ hài lòng với hương vị của món ăn mà còn với hương vị của bản thân nguyên liệu, môi trường, địa điểm, những người cùng ăn cũng như hoàn cảnh của cuộc hội thoại. Bên cạnh đó, vì tổ kết thúc câu xuất hiện sau うまい-umai hay 美味しい-oishii trong chương trình cũng giúp người nghe có thể phân biệt được người đang nói là nam hay nữ như ぞ-zo, ぜ-ze, な-na, ね-ne, よ-yo, さ-sa, もんか-monka.v.v.

Bảng 4. Vĩ tổ kết thúc trong câu miêu tả ẩm thực của nam giới và nữ giới

Giới tính	Vĩ tổ kết thúc câu	Ví dụ
Nam giới	ぜ-ze, か-ka, な-na, よな-yona, ぞ-zo, だろ-daro	Ví dụ 1: めちやめちやうまい <u>ぞ-zo</u> . Mecha mecha umaizo Món này ngon quá trời ngon. Ví dụ 2: うめえ <u>な-na</u> 、こういつ。 Umee na, kouitsu Cái món này, ngon để sợ!
Nữ giới	わよ-wayo, わね-wane, かしら-kashira, の-no, よね-yone, でしょう-deshou	Ví dụ 1: これは美味しい <u>わ-wa</u> . Koreha oishiwa Món này ngon quá!

3.4.3. Sử dụng từ láy, tượng thanh tượng hình

Theo Inkelas [20], Từ láy là từ được tạo nên bởi cách lặp lại một thành phần từ hai lần, là một loại từ ghép. Ngoài ra, nếu nhìn từ quan điểm ngữ nghĩa, âm thanh và ý nghĩa có liên quan chặt chẽ với nhau. Ví dụ 泣き泣き-nakinaki (khóc thốn thốn), のろのろ-noronoro (Chậm chạp). Trong tổng số 1414 từ, cụm từ, câu khác nhau dùng để miêu tả ẩm thực trong chương trình Arashi ni shiyagare, người viết đã thống kê có tổng cộng 24 từ láy, gồm グイグイ-guigui (ìng ực), バリバリ-baribari (rộp rộp), ベチャベチャ-bechabecha (dính dính).v.v.

Theo Ikumiro Tamori [21], trong tiếng Nhật tồn tại từ tượng thanh, tượng hình có cấu tạo dựa theo cơ sở hình thành từ láy. Vì thế, có xấp xỉ 9,88% từ tượng thanh tượng hình (bao gồm các từ láy kể trên) xuất hiện trong cả 30 tập của chương trình. Các từ tượng thanh tượng hình dùng để miêu tả món ăn này thường có cấu trúc như sau:

ABAB : もちもち-mochimochi,
プリプリ-puripuri v.v.

A っ Bり : あっさり-assari,
ねっとり-nettori,
もっちり-mocchiri v.v

AB っ : パリッ-parit

A ン Bり : ふんわり-funwari

AB ン AB ン : プルンプルン-purunpurun

A っ BC : ふっから-fukkara, ふっくら-fukkura

Nhìn chung, cấu trúc ABAB và AtsuBri thường xuất hiện nhất trong chương trình. Từ tượng thanh, tượng hình “bắt chước” lại các giác quan của con người, thuận tiện trong việc miêu tả những cảm xúc khá chi tiết như もちもち 麵-mochimochi men (*mì dai dai*) dùng để miêu tả độ đàn hồi dẻo dẻo của sợi mì, hay サクサク麵-sakusaku men (*mì sần sật*) dùng để miêu tả độ giòn của mì.

Ngoài ra, việc chèn thêm âm ngắt (促音) trong từ tượng thanh tượng hình kiểu AtsuBri như ねっとり 焼き芋-nettori yakiimo (*khoai lang nướng dẻo dẻo*) và Abtsu パリッとした チキン-Parittoshita chikin (*gà giòn rụm*) cũng giúp nhấn mạnh tính chất của món ăn hơn.

3.4.4. *Sử dụng phó từ chỉ mức độ để tăng thêm độ hấp dẫn của món ăn.*

めっちゃ-meccha, すごく-sugoku, 超-chou, マジ-maji là bốn phó từ chỉ mức độ xuất hiện xuyên suốt chương trình Arashi ni shiyagare. Bốn phó từ này đều quy tụ về gần một nghĩa là “rất”, “vô cùng” và thường được kết hợp với các tính từ miêu tả món ăn nhằm tăng thêm độ hấp dẫn của món ăn đó. Tùy theo mỗi người vào những hoàn cảnh khác nhau mà sự kết hợp cũng trở nên đa dạng.

Ví dụ: すごい柔らかい-sugoi yawarakai

Rất mềm!

マジで柔らかい-majide yawarakai

Mềm lắm!

超柔らかい-chou yawarakai

Mềm vô cùng!

Trong chương trình không khó để bắt gặp những phó từ trên vì chỉ dùng những tính từ miêu tả ẩm thực thôi là chưa đủ, họ muốn thể hiện rõ hơn rằng món ăn thật sự rất ngon, thật sự rất mềm hay vô cùng bắt mắt điều đó còn giúp họ bày tỏ hơn nữa lòng biết ơn đến đầu bếp vì đã làm ra các món ăn tuyệt vời.

Ngoài kết hợp với phó từ chỉ mức độ, còn có một số cách kết hợp với うまい-umai、美味しい-oishii như:

うまい-umai: 止まらないほどうまい

Tomaranai hodo umai

Ngon không dừng lại được

病み付きのうまさ

Yamitsuki no umasa

Ngon đến nghiện

美味しい-oishii: 世界一美味しい

Sekai ichi oishii

Ngon nhất thế giới

顔つきが変わるぐらい美味しい

Kaotsuki ga kawaru gurai oishii

Ngon đến mức nhăn cả mặt

3.5. *Cách sử dụng từ Ngon của người Việt để miêu tả sức hấp dẫn của ẩm thực*

3.5.1. *Số lượng từ vựng, cụm từ, câu*

Để có thể cho ra con số chính xác về số lượng từ, cụm từ, câu người Việt Nam dùng để miêu tả về những nét hấp

dẫn ẩm thực thông qua chương trình thực tế, thì người viết cũng đã tiến hành tương tự với cách thu thập dữ liệu từ chương trình thực tế Arashi ni Shiyagare.

Theo những tiêu chí tại Bảng 1, từ tổng số từ, cụm từ, câu người viết thống kê là 1414 trong đó có 386 từ, cụm từ, câu khác nhau miêu tả ẩm thực này.

Bảng 5. *Lượng từ, cụm từ, câu miêu tả ẩm thực thông qua chương trình Thiên đường ẩm thực*

STT	Nội dung	Số lượt
1	Lúc nhìn thấy món ăn	33
2	Lúc cảm nhận mùi hương	43
3	Lúc thưởng thức món ăn	310

*Đơn vị: từ, cụm từ, câu

3.5.2. *Tần suất xuất hiện của Ngon và sự kết hợp đa dạng*

Trong tổng số 1414 từ, cụm từ, câu miêu tả ẩm thực từ chương trình tần suất xuất hiện của *Ngon* là 14%, một con số khá cao và chỉ xuất hiện ở hai trường hợp khi nhìn bằng mắt và khi đưa thức ăn vào miệng và thưởng thức. *ngon quá, ngon thật sự, ngon ghê, ngon không thể cưỡng lại được* và còn vô số sắc thái của *Ngon* đều được người Việt sử dụng và thay đổi một cách khéo léo và đa dạng. Mặc dù nghĩa của chúng đều không xa rời nghĩa gốc là “*Thức ăn, thức uống gây được cảm giác thích thú, làm cho ăn hoặc uống không thấy chán*”. Tuy nhiên, nhờ cách kết hợp tài tình của người nói, mức độ của *Ngon* đã tăng lên theo từng cấp độ và nhiều sắc thái khác nhau, khiến cho việc miêu tả món ăn không nhàm chán và thể hiện được thái độ tích cực đối với món ăn cũng như người làm ra sản phẩm.

a. Kết hợp phó từ chỉ mức độ

Đối với ngôn ngữ ẩm thực, phó từ thường đi kèm là phó từ chỉ mức độ như “quá”, “rất”, “lắm” làm rõ nét nghĩa về mức độ về tình thái cho các tính từ miêu tả ẩm thực đi kèm “quá”, “rất”, “lắm” là những phó từ chỉ mức độ xuất hiện trong dữ liệu từ chương trình. Hai từ “quá” và “lắm” khi kết hợp với *Ngon* đều có chung nét nghĩa chỉ mức độ ngon cao hơn hẳn so với mức bình thường, nó đứng trước hoặc sau và phụ nghĩa tính từ [22] chỉ *Ngon* nói riêng và tính từ, động từ, danh từ miêu tả ẩm thực nói chung, ví dụ:

Món ăn này ngon lắm

Món này ngon quá

Món này quá ngon

Món này quá tuyệt vời

Món ăn này thơm lắm/thơm quá

Thèm quá đi!

Hấp dẫn quá đi thôi!

Trong các phó từ thì hai phó từ chỉ mức độ “quá”, “lắm” theo thống kê về tần suất xuất hiện xuyên suốt chương trình chiếm 4,7% và 2,3%, thường có nghĩa cảm thán rõ ràng hơn các từ chỉ mức độ khác và thường xuất hiện trong khẩu ngữ, trong cuộc sống hằng ngày. Có thể xuất hiện trước hoặc sau các tính từ, động từ hoặc danh từ miêu tả ẩm thực và chủ yếu là theo nghĩa tốt.

Ngoài ra, từ “rất” với tần suất xuất hiện trong chương trình là 2,8%, cũng là phó từ thường xuyên được kết hợp với *Ngon* và sử dụng trong việc miêu tả ẩm thực. Bên cạnh

đó, còn có các phó từ khác có thể kết hợp với *Ngon* như *ngon vô cùng*, *ngon dữ lắm*, *ngon dữ vậy*, *ngon thiệt.v.v.* Như vậy, tuy từ chỉ mức độ được kết hợp với “*Ngon*” tương đối ít, tuy nhiên chúng đều có những đặc điểm riêng về nghĩa cũng như khả năng kết hợp. Các từ “*quá*”, “*rất*”, “*lắm*”. đều có những nét độc đáo riêng, vì vậy cần lưu ý cách sử dụng để việc thể hiện cảm nhận về ẩm thực trở nên đúng nghĩa và dễ dàng hơn.

b. Sự khác biệt giữa các vùng miền về ngôn ngữ miêu tả ẩm thực

Đại diện cho phương ngữ của 63 tỉnh thành là phương ngữ của ba miền Bắc, Trung, Nam.

Sự khác biệt đầu tiên phải kể đến cách định danh món ăn. Người miền Bắc gọi là *thịt lợn* thì người miền Trung và miền Nam lại gọi là *thịt heo*, người miền Bắc gọi là *quả thơm* thì người miền Trung gọi là *trái gai* hay miền Nam gọi là *trái dứa v.v.*

Tương tự, cách miêu tả về sức hấp dẫn của món ăn bằng phương ngữ ba miền cũng có nhiều sự khác biệt, có thể kể đến như sau:

Bảng 6. *Ngon và sự khác biệt giữa các vùng miền trong ngôn ngữ miêu tả ẩm thực*

Miền Bắc:	<i>Ngon thế, Ngon thật, Ngon hết nước chấm Đỉnh thật, tuyệt vời, tuyệt cú mèo v.v</i>
Miền Trung:	<i>Ngon ghê, Ngon dữ sợ, Ngon kinh, Ngon hè, Ngon thiệt á, Ngon ủa nước miếng.v.v.</i>
Miền Nam:	<i>Ngon ghê, Ngon dữ sợ, Ngon bà cổ, Ngon thiệt á, Ngon ủa nước miếng v.v.</i>

Phương ngữ miền Bắc thường xuất hiện thường xuyên trên các kênh thông tin đại chúng quốc gia. Gần đây, bắt đầu có người dẫn chương trình truyền hình bằng phương ngữ miền Nam nhưng không nhiều, còn phương ngữ miền Trung thì hầu như vắng bóng. Tuy nhiên, nhờ vào phương tiện truyền thông đại chúng và các trang mạng xã hội, việc giao lưu giữa các phương ngữ đã trở nên phổ biến hơn tình trạng phương ngữ này là “ngoại ngữ” của vùng khác đã hầu như không tồn tại. Khi có cơ hội đến những địa phương khác để du lịch hay sinh sống, việc sử dụng phương ngữ sẽ là một trải nghiệm mới mẻ và khá thú vị. Đặc biệt khi khen một món ăn nào đó bằng chính phương ngữ của họ, món ăn được miêu tả theo đúng ngôn ngữ của người tạo ra nó cũng trở nên ngon lành và hấp dẫn hơn.

c. Kết hợp với tiếng lóng - từ ngữ giới trẻ

Trong xã hội hiện nay, truyền thông ngày càng đóng vai trò to lớn trong xã hội và ảnh hưởng nhiều mặt đến đời sống con người. Truyền thông giúp cho ngôn ngữ giới trẻ phổ biến rộng hơn, tiếp cận gần hơn đến mọi tầng lớp xã hội. Dẫu cho người cao tuổi hay người trung niên không bao giờ sử dụng ngôn ngữ giới trẻ, nhưng lại có thể nhận biết được các từ đó.

Với ngôn ngữ ẩm thực cũng vậy, việc sử dụng tiếng lóng trong việc thể hiện cảm nhận về ẩm thực ngày càng phổ biến. Vì đa số các khách mời tham gia chương trình Thiên đường ẩm thực là nghệ sĩ trẻ nên ta cũng dễ dàng bắt gặp được ngôn ngữ giới trẻ ngay cả trên sóng truyền hình.

Ví dụ: *Ngon quá trời quá đất*

Ngon lành cảnh đào

Ngon tuyệt cú mèo

Ngon vãi

Tiếng lóng trong xã hội hiện đại tồn tại như một sự yếu, dần trở thành ngôn ngữ phổ thông theo thời gian khi được sử dụng với tần suất cao. Việc sử dụng tiếng lóng sẽ khiến người sử dụng cảm thấy bản thân có thể thể hiện được “*cá tính*” của bản thân, từ đó tạo sự thân mật và khiến cho các cuộc giao tiếp trở nên vui nhộn, sinh động hơn khi đặt đúng ngữ cảnh. Trong ngôn ngữ ẩm thực, việc kết hợp *Ngon* với từ lóng khiến mức độ ngon của món ăn được tăng theo từng cấp độ một, giúp cho không khí tại các bữa ăn trở nên thoải mái hơn bởi sự thú vị mà tiếng lóng mang lại. Vì vậy, người thưởng thức có thể dễ dàng thể hiện lời khen ẩn chứa hàm ý cảm ơn đối với người tạo ra món ăn bằng việc khiến bữa ăn trở nên thú vị hơn khi cách sử dụng từ lóng, đây là yếu tố quan trọng vì điều kiện, không khí mà bữa ăn mang lại ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận về món ăn của người thưởng thức [23].

3.5.3. Sử dụng từ láy trong miêu tả ẩm thực

Theo thống kê, tổng số lượng từ láy chiếm 27,26% trên tổng số 1414 từ, cụm từ, câu miêu tả ẩm thực trong chương trình thực tế Thiên đường ẩm thực và đặc biệt xuất hiện thường xuyên trong chương trình đó là từ láy toàn bộ: *Chua chua, ngọt ngọt, giòn giòn, thơm thơm, cay cay* và từ láy bộ phận: *đậm đà, béo béo, nhẹ nhàng, mềm mịn.v.v.*

Nhìn từ góc độ sử dụng, từ láy trong ngôn ngữ ẩm thực có hai giá trị chính là:

Giá trị gọi tả: Làm cho người nghe cảm thụ và hình dung được một cách cụ thể tinh tế sống động như âm thanh, hình ảnh, màu sắc của món ăn. Đó thường là những từ láy tượng thanh tượng hình như: *sần sật, giòn giòn, mềm mềm, dai dai, đặng đặng, sừn sừn*

Giá trị biểu cảm: Khả năng biểu đạt thái độ, tình cảm của người nói đối với món ăn. Ví dụ như *ngát ngát, nhẹ nhàng, hài hòa, là lạ...*

3.5.4. Sử dụng từ tượng thanh, tượng hình trong cảm nhận ẩm thực

Trong số những từ láy đã nêu trên, cũng có một số từ tượng thanh, tượng hình nêu về cảm nhận ẩm thực. Phần lớn từ tượng thanh, tượng hình là từ láy, tuy nhiên không phải là từ láy nào cũng sẽ là từ tượng thanh tượng hình Trong chương trình Thiên đường ẩm thực, người viết nhận thấy, từ tượng thanh, tượng hình xuất hiện tương đối và đa dạng (2,5%), cụ thể như Bảng 7.

Bảng 7. *Từ tượng thanh tượng hình xuất hiện trong chương trình Thiên đường ẩm thực*

Từ tượng thanh	<i>G giòn rụm, giòn xốp, giòn tan, giòn giòn Sần sật, sừn sừn, sừn sừn</i>
Từ tượng hình	<i>Đéo dẻo, dẻo dẻo, dai dai, giòn xốp Mềm mượt, mềm mềm, mềm mịn, mềm rục, mềm mịn, mềm dẻo Vàng rộp, vàng thơm, vàng đều, vàng rụm Tươi rói, tươi mịn Sanh sánh, sền sệt, sần sần Nho nhỏ, xinh xinh, nóng hổi Trắng ngần, óng mượt</i>

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Sự tương đồng

Thông qua dữ liệu đã thống kê và phân tích được, người viết có thể thấy, việc miêu tả ẩm thực ở hai quốc gia này tương đối giống nhau. Dựa trên cơ sở đó người viết có thể lập bảng tổng hợp như sau:

Bảng 8. So sánh người Nhật và người Việt sử dụng từ *Ngon* miêu tả sự hấp dẫn của món ăn

Tiêu chí	Đặc điểm	Tiếng Nhật	Tiếng Việt
1	Số lượng từ, cụm từ, câu	516	386
2	Yếu tố phân biệt nam nữ	Có	Không
3	Sử dụng phó từ chỉ mức độ	Có	Có
4	Sử dụng từ láy, từ tượng thanh, tượng hình	Có	Có
5	Kết hợp với tiếng lóng	Không	Có
6	Kết hợp với phương ngữ địa phương	Không	Có

Quan sát tiêu chí 1, về số lượng từ, cụm từ, câu miêu tả ẩm thực nhiều, với số lượng 516 từ, cụm từ, câu của tiếng Nhật và 386 từ, cụm từ, câu của tiếng Việt được thống kê từ hai chương trình thực tế Arashi ni Shiyagare và Thiên đường ẩm thực dù có sự chênh lệch nhưng nhìn chung vẫn là một số lượng lớn.

Quan sát tiêu chí 3, có thể thấy, người Nhật và người Việt Nam đều kết hợp từ *Ngon* với phó từ chỉ mức độ để làm nổi bật hơn nữa những cảm nhận mà món ăn mang lại. Nếu xét về nghĩa, ta có thể tìm thấy được điểm tương đồng giữa hai ngôn ngữ như sau:

Bảng 9. Bảng so sánh kết hợp phó từ chỉ mức độ giữa hai chương trình

	Phó từ chỉ mức độ	Sau khi kết hợp	Nghĩa
Tiếng Nhật	めっちゃ - mecha すごい - sugoi マジ-maji 超-chou	めっちゃ美味しい mechya oishii すごい柔らかい Sugoi yawarakai マジでうまい majide umai 超甘い chou umai	Ngon Rất, Quá Ngọt Ngon Mềm Ngọt
Tiếng Việt	Rất/Quá/ Lắm	Rất/ Quá + Ngon, mềm, ngọt Ngon, mềm, ngọt + Lắm	Mềm Lắm

Thông qua Bảng 9 có thể thấy, sự khác nhau về trật tự khi kết hợp với phó từ chỉ mức độ nhưng đối với Tiếng Việt có thể kết hợp trước hoặc sau, còn trong tiếng Nhật phó từ chỉ mức độ chỉ có thể đứng trước tính từ mà nó bổ nghĩa thì nhìn chung nghĩa của chúng hầu như tương đương để thể hiện một cảm giác nào đó hơn mức bình thường. Với tư duy và sáng tạo trong ẩm thực thời đại ngày nay, số lượng món ăn mới cứ tăng dần theo năm tháng để đáp ứng với sự sáng tạo trong ẩm thực thì ngôn ngữ cũng theo đó mà phát triển, vì thế ngày càng nhiều từ láy, tượng thanh tượng hình, từ lóng và các từ phương ngữ mới xuất hiện. Đó là một trong những lý do chính dẫn đến số lượng từ, cụm từ, câu miêu tả sức hấp dẫn ẩm thực của hai nước Nhật

Bản và Việt Nam lại nhiều đến như vậy.

Cuối cùng là sự có mặt thường xuyên của từ láy, tượng thanh tượng hình góp phần cho việc nêu cảm nhận ẩm thực trở nên vô cùng thú vị và đa dạng ở cả Việt Nam và Nhật Bản.

4.2. Sự dị biệt

Mặc dù, có nhiều điểm tương đồng nhưng vì là hai quốc gia riêng biệt, mang trong mình nền văn hóa khác nhau nên việc sử dụng ngôn ngữ ẩm thực khi miêu tả ẩm thực trong tiếng Nhật và tiếng Việt vẫn có nhiều điểm khác nhau.

Điểm khác biệt đầu tiên chính là yếu tố phân biệt nam nữ. Một trong những đặc điểm nổi bật của tiếng Nhật mà tiếng Việt không có đó chính là ta có thể phân biệt được phái nào đang nói bằng cách dựa vào một số đặc điểm trong ngôn từ. Ngoài yếu tố vĩ tố như わ-wa, わね-wane, かしら-kashira, の-no, よね-yone, でしょう-deshou là dành cho phái nữ và ぜ-ze, か-ka, な-na, よな-yona, ぞ-zo, だろ-daro là dành cho phái nam khi kết thúc câu ra thì còn có trong ngôn ngữ ẩm thực, 美味しい-oishii và うまい-umai là ví dụ điển hình cho việc sử dụng yếu tố phân biệt nam nữ trong việc miêu tả ẩm thực.

Điểm khác biệt tiếp theo là sự kết hợp từ *Ngon* với tiếng lóng hay ngôn ngữ của giới trẻ và phương ngữ ba miền chỉ xuất hiện trong tiếng Việt mà không xuất hiện trong tiếng Nhật.

Không khó để bắt gặp những lời khen như *Ngon quá trời quá đất*, *Ngon tuyệt cú mèo*, *Ngon hết nước chấm* trong những lượt thoại khi thưởng thức món ăn của các bạn trẻ Việt Nam đến những vùng miền khác nhau. Đây là cách các khách mời gây ấn tượng cho người dân ở địa phương đó khi sử dụng cách khen ngợi món ăn đặc trưng chỉ có như *Ngon bà cổ* ở miền Nam và *Ngon hết nước chấm* ở miền Bắc.

Nhờ có việc sử dụng tiếng lóng và phương ngữ trong việc miêu tả món ăn mà ngôn ngữ ẩm thực cũng trở nên phong phú và mới lạ hơn rất nhiều.

5. Kết luận

Trên đây người viết đã thu thập và phân tích dữ liệu về cách người Nhật và người Việt sử dụng ngôn ngữ để miêu tả sức hấp dẫn của ẩm thực thông qua chương trình thực tế và đi tới một số kết luận như sau:

1. Các đặc điểm về ngôn ngữ của tiếng Nhật khi miêu tả món ăn dựa theo những dữ liệu thu thập trong chương trình Arashi ni shiyagare như sau:

- Có tổng cộng 516 từ, cụm từ, câu trong tiếng Nhật dùng để miêu tả món ăn trong đó có 396 từ, cụm từ, câu ở giai đoạn thưởng thức món ăn sau khi đã cho vào miệng, 98 từ trong giai đoạn nhìn thấy món ăn và 8 từ, cụm từ, câu được sử dụng trong giai đoạn cảm nhận mùi hương.

- Tần suất sử dụng 美味しい-oishii hay うまい-umai trong chương trình tương đối nhiều (chiếm 28% trong tổng số). Tuy nhiên, ngoài việc sử dụng một mình, người Nhật còn kết hợp với phó từ mức độ như マジで-majide, 超-chou, すごい-sugoi, めっちゃ-mecha cũng như một số cách kết hợp đặc biệt khác như 世界一美味しい-Sekai ichiban (*Ngon nhất thế giới*), 病みつきのおまさ-yami tsuki no umasa (*Ngon đến nghiện*).

- Người Nhật có sử dụng yếu tố phân biệt nam nữ khi kết

hợp với từ *Ngon* để miêu tả ẩm thực. Mặc dù, không hoàn toàn đúng với mọi trường hợp vì khuynh hướng bình đẳng trong ngôn ngữ của phái nữ. Tuy nhiên, hiện tượng này không biến mất hoàn toàn nên cần lưu ý lựa chọn và sử dụng từ ngữ trong những tình huống, hoàn cảnh sao cho phù hợp nhất.

- Ngoài tính từ với biểu nghĩa *Ngon*, còn sử dụng các cách miêu tả khác trong đó đáng kể nhất là từ tượng thanh, tượng hình. Không khó bắt gặp chúng xuất hiện ở hầu hết các bữa ăn, người Nhật sẽ lựa chọn những từ ngữ phù hợp tương ứng với món ăn, phù hợp với mọi cảm xúc mà món ăn miêu tả chi tiết nhất đối với món ăn đó. Có thể khẳng định tầm quan trọng của từ tượng thanh tượng hình trong miêu tả ẩm thực của người Nhật.

2. Các đặc điểm về ngôn ngữ của tiếng Việt khi miêu tả món ăn dựa theo những dữ liệu thu thập được từ chương trình thực tế Thiên đường ẩm thực:

- Thống kê dữ liệu cho thấy có 386 từ, cụm từ, câu mà người Việt sử dụng để miêu tả ẩm thực trong chương trình thực tế, cụ thể theo thứ tự lúc nhìn thấy (33), lúc cảm nhận mùi hương (43) và lúc thưởng thức món ăn (310).

- Từ *Ngon* được sử dụng mọi lúc mọi nơi, ta chỉ cần kết hợp thêm phó từ chỉ mức độ *rất, lắm, quá* cùng tính từ hay động từ để tạo thêm tính đa dạng. Nhờ cách kết hợp tài tình của mình, mức độ *Ngon* đã tăng lên theo từng cấp độ và nhiều sắc thái khác nhau, khiến cho việc cảm nhận món ăn không nhàm chán và thể hiện được thái độ tích cực đối với món ăn cũng như người làm ra nó.

- Kết hợp với từ lóng – ngôn ngữ giới trẻ để tạo ra các cụm từ bắt kịp xu hướng, tạo tiếng cười và không khí vui vẻ như *ngon vãi, ngon muốn xỉu*.

- Đặc điểm khá thú vị của ngôn ngữ ẩm thực trong tiếng Việt đó chính là phương ngữ. Ra Bắc ta có *ngon tuyệt cú mèo, ngon thế, tuyệt vời*, vào Trung và Nam ta có *ngon bà cổ, ngon rứa, ngon ghê*. Cách người Việt sử dụng ngôn ngữ để miêu tả ẩm thực cũng một phần nào đó thể hiện thói quen và đặc điểm văn hóa vùng miền.

Với hình thức, thời lượng phát sóng tương đương của hai chương trình thực tế người viết đã phân tích và liệt kê được một vài điểm tương đồng và khác biệt. Cùng nằm trong khu vực Châu Á trên bản đồ thế giới, nên không khó để ta có thể bắt gặp được những tương đồng trong văn hóa của cả hai quốc gia Việt – Nhật. Ngôn ngữ phản ánh văn hóa, vì vậy ngôn ngữ miêu tả ẩm thực cũng khá giống nhau đầu tiên về số lượng từ, cụm từ, câu đồ sộ. Tiếp theo sự tương đồng trong cách sử dụng và kết hợp để làm phong phú thêm một số tính từ cơ bản được sử dụng đi sử dụng lại từ *Ngon* trong tiếng Việt và *うまい* - *umai*, *美味しい* - *oishii* trong tiếng Nhật và cuối cùng là sự có mặt thường xuyên của từ láy, tượng thanh tượng hình góp phần cho việc miêu tả ẩm thực trở nên vô cùng thú vị và đa dạng. Có điểm tương đồng tự khắc cũng sẽ có điểm khác biệt vì Việt Nam và Nhật Bản là hai quốc gia riêng biệt với những nền văn hóa khác nhau. Nếu trong tiếng Nhật có yếu tố phân

biệt nam nữ mà tiếng Việt không có, thì ngược lại, trong tiếng Việt có sử dụng phương ngữ trong việc sử dụng ngôn ngữ để miêu tả ẩm thực nhưng tiếng Nhật lại không. Đặc biệt, những sự khác biệt này rất dễ đem đến cho người học những sai lầm khi sử dụng trong giao tiếp thực tế nếu không được lưu ý kĩ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] J. Chen and A. Rosenthal, *Modifying Food Texture*, Woodhead Publishing, 2015.
- [2] A.S. Szczesniak and D.H. Kleyn, "Consumer awareness of texture and of other food attributes, Food Technol", *Journal of Texture Studies*, Wiley, vol. 17, no. 1, pp. 74-77, 1963.
- [3] H. Rohm, "Consumer awareness of food texture in Austria", *Journal of Texture Studies*, Wiley, vol. 21, no. 3, pp. 363-373, 1990.
- [4] H. Tuorila, "Comparison of affective rating scales and their relationship to variables reflecting food consumption", *Food Quality and Preference*, vol 19, no. 1, pp. 51-61, 2008.
- [5] N. Yoshikawa and Y. Tashiro, "Collection and analysis of texture terms (1) and (2), Hinshitsu Kanri", *Journal of Texture Studies*, Wiley, vol 39, pp. 530-568, 2008.
- [6] Madeline Puckette, *The Master Guide*, Wine Folly, 2018.
- [7] S. Azuma, "The Sociolinguistics of Smell: How Do We Verbalize Smell?", *Cosmetology Research Report*, Vol. 25, pp. 120-125, 2017.
- [8] R. L. Doty, *Cross-Cultural Studies of Taste and Smell Perception*, Chemical Signals in Vertebrates 4, 1986, pp. 673-684.
- [9] M. O'Mahony and H. Muhiudeen, "A preliminary study of alternative taste languages using qualitative description of sodium chloride solutions: Malay versus English", *British Journal of Psychology*, vol 68, no. 3, pp. 275-278, 1977.
- [10] N. Q. Thu, *Group of adjectives denoting taste in Vietnamese: Semantic characteristics and valence*, Hanoi National University of Education, 2013, p. 91.
- [11] H. T. A. Van, *Meaning of taste and linguistic expressions in Vietnamese*, Hanoi National University of Education, 2008.
- [12] N. T. Huyen, *Semantics of Vietnamese smell and taste terms (compared to English)*, Academy of Social Sciences, 2018.
- [13] H. D. Brown, *Principles of Language Learning and Teaching (3rd edition)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Regents, 1994.
- [14] N. N. Cam, *Culinary culture textbook*, Hanoi Publishing House, 2008.
- [15] D. G. Khanh, *Cultural regions of Vietnam*, National Culture Publishing House, 2018.
- [16] M.O. Ayeomoni, "Language, Food and Culture: Implications for Language Development and Expansion in Nigeria", *International Journal of education research and technology*, vol. 2, no. 2, pp. 50-54, 2011.
- [17] F. Hayakawa, "Modern Japanese Food Texture Expressions." *Journal of the Japan Home Economics Association*, vol. 60, no. 1, pp. 69-72, 2009.
- [18] A. Yamaguchi, T. Wada, K. Ikeda, Y. Akiho, T. Wada, and K. Ikeda. *Obunsha Japanese Dictionary*, Obunsha, 2013.
- [19] M. Takasaki, "Gender differences and usage of words meaning "Oishii"", *Ochanomizu University Humanities Research* 8, 2012
- [20] Inkelas Sharon, Reduplication. In *Encyclopedia of Language and Linguistics*, 2nd edition vol. 1, Elsevier, 2006, pp. 417-418.
- [21] I. Tamori, *Enjoying onomatopoeia and mimetic words*, Iwanami Shoten, 2002
- [22] D. L. Thu, *How to use adverbs to indicate the degree of very - too - very, somewhat - quite*, Education Publishing House, Ho Chi Minh City, 1995.
- [23] H. Inaba et al., "Relationship between the Influence of Others' Opinions on Taste during Co-Eating and the Empathy of Individuals", *Journal of Behavioral and Brain Science*, vol. 8, no. 4, pp. 74-7, 2018.