

HÀNH VI *NINH* Ở CÁC VAI GIAO TIẾP XÉT TỪ GÓC ĐỘ GIỚI, QUAN HỆ XÃ HỘI, QUAN HỆ GIA ĐÌNH

THS NGUYỄN THỊ THANH HUỆ

Abstract: Flattering belongs to the expressive speech act group. Like other general speech acts, flattering is influenced by a number of social factors such as gender, relationships between communicative actors. This paper will investigate flattering act in some communication pairs with a focus on gender, social and family relationship.

Key words: *Flattering act, communicative actors, gender, social relationship, family relationship*

1. Đặt vấn đề

Là một hành vi ngôn ngữ được người nói thực hiện chủ yếu vì mục đích cầu lợi cho bản thân cá nhân, hành vi *ninh* (HVN) thường bị đánh giá tiêu cực và không tạo được thiện chí của xã hội. Tuy nhiên đây lại là hành vi ngôn ngữ xuất hiện thường xuyên trong giao tiếp xã hội.

Cũng như các hành vi ngôn ngữ khác, HVN chịu sự chi phối rất lớn của các biến xã hội như tâm lý giới, tâm lý tuổi, tâm lý nghề nghiệp... Trong bài viết này, chúng tôi sẽ tiến hành khảo sát HVN ở một số cặp vai giao tiếp được xét từ góc độ giới, quan hệ xã hội và quan hệ gia đình. Ngữ liệu phục vụ cho nghiên cứu là 1028 HVN được thống kê trong 31 bộ phim truyền hình, 28 tác phẩm văn học của Việt Nam và các ngữ liệu được thu thập từ các phát ngôn thể hiện HVN trong thực tế giao tiếp hàng ngày.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Khái niệm hành vi ngôn ngữ (speech acts)

Hành vi ngôn ngữ là hành động thực hiện khi tạo ra một phát ngôn

trong một cuộc giao tiếp. Hành vi ngôn ngữ đòi hỏi phải có điều kiện, thao tác, cách thức tổ chức thao tác và quan trọng nhất là đích như mọi hành vi khác của con người có ý thức.

Theo Austin, các hành vi ở lời được phân thành 5 loại lớn là: Phán xét (verdictive); Hành xử (exercitive); Cam kết (commissive); Ứng xử (behabitive) và Bày tỏ (expositive). Searle đã căn cứ vào 4 tiêu chí chính: đích tại lời; hướng khớp ghép lời - hiện thực; trạng thái tâm lý được biểu hiện; nội dung mệnh đề và một số các tiêu chí khác như: hiệu lực (force), cương vị xã hội của người nói và người nghe (social status), sự quan tâm (interest), chức năng liên kết ngôn từ (discourse - related functions), thể chế xã hội và hành vi ngôn ngữ (social institutions); hành vi ngôn ngữ và các biểu thức ngữ vi... để từ đó chia các hành vi tại lời thành 5 loại lớn: Xác tín (representative), Điều khiển (directive), Kết ước (commissive), Biểu cảm (expressive), Tuyên bố (declsARATION) [1].

Dựa theo sự phân loại của các tác giả trên, chúng tôi thấy HVN trong tiếng Việt có thể xếp vào nhóm *biểu lộ*.

2.2. Khái niệm hành vi nịnh

Trong *Từ điển tiếng Việt* của Hoàng Phê thì *nịnh* là "khen quá đáng hoặc khen không đúng, chỉ cốt để làm đẹp lòng (thường nhằm mục đích cầu lợi)" [7].

Từ góc độ ngôn ngữ học, chúng tôi quan niệm về HVN như sau: *Nịnh là hành vi ngôn ngữ đánh giá cao quá mức hoặc không đúng sự thật điều mà người nói biết người nghe sẽ thích cốt lấy lòng người nghe, mục đích thường để cầu lợi (về vật chất hoặc về tình cảm cho phía người nói).*

Thí dụ: *Gớm, bà chị tôi chăm chỉ quá! Trăm y tế xã mà cứ làm như bệnh viện huyện không bằng ý.* (GTPH)

Nịnh là hành vi ngôn ngữ không được thể hiện bằng động từ ngữ vi. Người ta có thể nhận ra HVN qua nội dung đánh giá trong phát ngôn và qua bối cảnh giao tiếp. Do đó, để nhận biết HVN cần căn cứ vào cả phương tiện phi ngôn ngữ (như cử chỉ, điệu bộ, tư thế, vẻ mặt, ánh mắt...) và phương tiện ngôn ngữ, bao gồm các yếu tố kèm lời (như giọng điệu, ngữ điệu, cường độ, trường độ...) và

các yếu tố tại lời (như từ xưng hô, tiểu từ tình thái, các hành vi mượn lời,...).

2.3. Sự chi phối của các biến xã hội đến hành vi nịnh

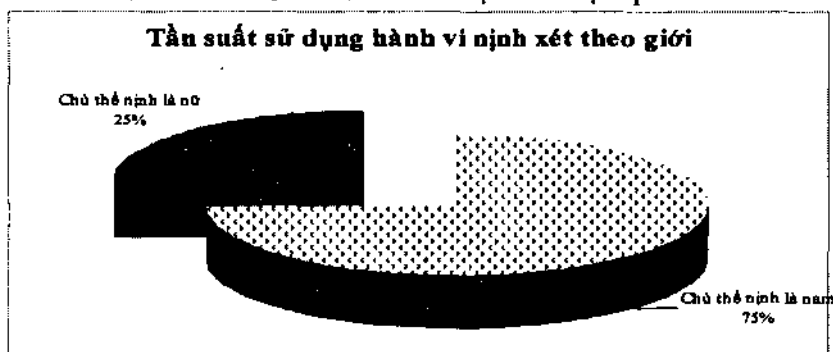
Các biến xã hội luôn có sự chi phối, tác động đến hành vi ngôn ngữ, trong đó có HVN. Để đạt được mục đích giao tiếp thì người nói - người nịnh (Sp1) luôn thực hiện một chiến lược nịnh, đó chính là việc Sp1 tìm hiểu xem người nghe - người được nịnh (Sp2) thích gì, sẽ hài lòng về điều gì thì lấy đó làm chủ đề giao tiếp và nội dung nịnh. Chính việc Sp2 thích nghe về điều gì, dễ hài lòng về điều gì lại chịu sự chi phối rất nhiều của tâm lí giới, tâm lí tuổi và tâm lí nghề nghiệp của họ.

3. Hành vi nịnh ở các vai giao tiếp xét từ góc độ giới

3.1. Tần suất sử dụng hành vi nịnh ở các vai giao tiếp xét từ góc độ giới

Trong xã hội hiện đại, tần suất HVN xuất hiện khá lớn. Vấn đề đặt ra là trong hai giới nam và nữ thì giới nào nịnh nhiều hơn giới nào?

Trong 1028 HVN được khảo sát, người nịnh (Sp1) là nam xuất hiện 768 lần chiếm 75%, Sp1 là nữ xuất hiện 260 lần chiếm 25%. Tỷ lệ này được thể hiện qua biểu đồ:



Biểu đồ 1. Tần suất sử dụng HVN xét theo giới

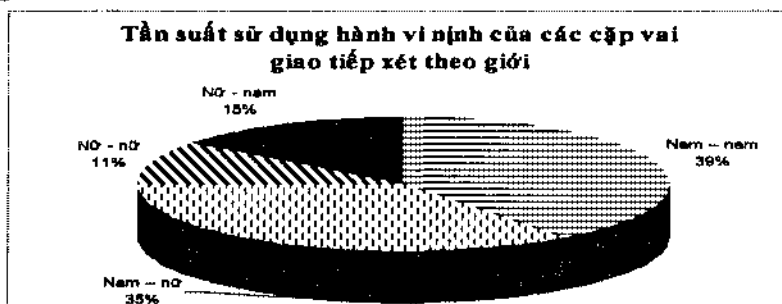
Từ số liệu thống kê trên cho thấy, tần suất sử dụng HVN của giới nam nhiều gấp 3 lần giới nữ. Điều này có

thể dễ dàng lí giải dưới góc độ xã hội học và đặc điểm tâm lí giới. Mặc dù trong xã hội Việt Nam hiện đại, vị trí,

vai trò và sự phân công chức năng, nhiệm vụ của giới nam và nữ trong gia đình cũng như ngoài xã hội đã có nhiều biến đổi, tuy nhiên tư tưởng trọng nam khinh nữ cũng vẫn còn, đảm nhiệm vị trí trụ cột trong gia đình và cả trong xã hội vẫn chủ yếu là nam giới. Họ tham gia công việc trong các cơ quan, tổ chức,... phấn đấu và thường xuyên có sự giao thiệp rộng rãi hơn rất nhiều so với nữ giới. Chính vì vậy, các mối quan hệ xã hội của nam giới thường nhiều hơn nữ giới. Từ trong các mối quan hệ xã hội đa dạng đó dễ dàng xuất hiện HVN hơn. Hơn

nửa nam giới thường coi trọng con đường công danh và thường tìm mọi cách để phấn đấu đạt được một vị trí nhất định. Một trong những cách phấn đấu của họ là làm vừa lòng cấp trên để cấp trên ưu ái, tạo điều kiện thuận lợi cho công việc của họ.

Khảo sát các vai nịnh từ góc độ giới theo 4 cặp vai giao tiếp: Nam nịnh nam (gọi tắt là nam - nam); Nữ nịnh nữ (nữ - nữ); Nam nịnh nữ (nam - nữ); Nữ nịnh nam (nữ - nam) chúng tôi thu được kết quả như sau.



Biểu đồ 2. Tần suất sử dụng hành vi nịnh của các cặp vai giao tiếp xét theo giới

Qua biểu đồ trên chúng ta có thể thấy sự chênh lệch giữa hai cặp giao tiếp nam - nam và nam - nữ là không lớn (nam - nam là 408/1028 chiếm 39%; nam - nữ là 360/1028 chiếm 35%). Điều này cho thấy để phục vụ cho mục đích của mình thì nam giới không phân biệt đối tượng nịnh của mình là nam hay nữ. Tương tự như vậy, sự chênh lệch giữa hai cặp giao tiếp nữ - nữ và nữ - nam cũng rất ít (nữ - nữ là 108/1028 chiếm 11%; nữ - nam là 152/1028 chiếm 15%). Nhưng có một điều thú vị là đối với cả hai giới nam và nữ thì xu hướng người được nịnh là giới nam đều nhiều hơn so với người được nịnh là giới

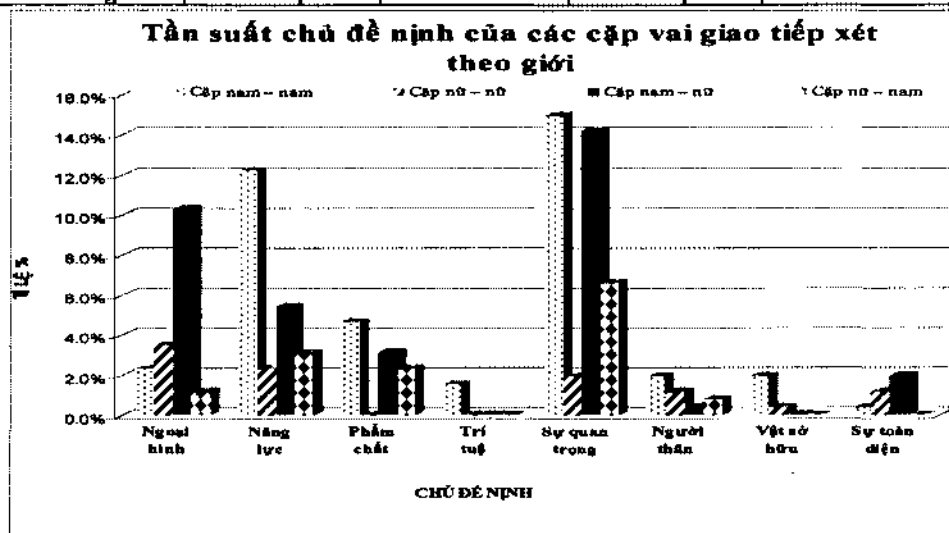
nữ (đều chênh 5%). Điều này có thể phản ánh một thực tế là: những người có vai trò quan trọng trong xã hội, đối tượng tiềm năng được nịnh, phần lớn là nam giới, nên giới nam cũng thường nhận được lời nịnh nhiều hơn so với giới nữ.

3.2. Chủ đề nịnh của các cặp vai giao tiếp xét từ góc độ giới

Trong 1028 HVN được khảo sát, chúng tôi thấy các chủ đề nịnh xuất hiện thường xuyên nhất là: *ngoại hình, năng lực, phẩm chất, trí tuệ, vị trí/tầm quan trọng, người thân, sự toàn diện, vật sở hữu*. Tần suất xuất hiện của các chủ đề này trong các HVN được thống kê trong bảng sau:

Bảng 1. Tần suất chủ đề nghị của các cặp vai giao tiếp xét theo giới

Chủ đề nghị	Cặp nam - nam		Cặp nữ - nữ		Cặp nam - nữ		Cặp nữ - nam	
	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ
Ngoại hình	24	2,3 %	36	3,5 %	106	10,3 %	12	1,2 %
Năng lực	126	12,3 %	24	2,3 %	56	5,4 %	32	3,1 %
Phẩm chất	48	4,7 %	0	0 %	32	3,1 %	24	2,3 %
Trí tuệ	16	1,6 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tâm quan trọng	154	15 %	20	1,9 %	146	14,2 %	68	6,6 %
Người thân	20	1,9 %	12	1,2 %	4	0,4 %	8	0,8 %
Vật sở hữu	20	1,9 %	4	0,4 %	0	0 %	0	0 %
Sự toàn diện	4	0,4 %	12	1,2 %	20	1,9 %	0	0 %
Tổng	Số liệu		1028		Tỉ lệ		100%	



Biểu đồ 3. Tần suất chủ đề nghị của các cặp vai giao tiếp xét theo giới

Qua biểu đồ trên có thể thấy chủ đề nghị mà giới nam và giới nữ thường sử dụng rất khác nhau, và khi hướng tới Sp2 (người nghe/ người được nghị) là nam hay nữ thì chủ đề cũng khác nhau. Cụ thể, khi nam nghị nam thì thường xoay quanh 8 chủ đề: *ngoại hình, năng lực, phẩm chất, trí tuệ, tâm quan trọng, người thân, vật sở hữu và sự toàn diện* của Sp2. HVN mà Sp1 nữ hướng tới Sp2 là nữ lại chỉ tập trung vào 6 chủ đề: *ngoại hình, năng lực, tâm quan trọng, người thân, vật sở hữu và sự toàn diện* của Sp2. HVN mà nữ giới thường nhận được

từ nam giới thường tập trung vào 6 chủ đề: *ngoại hình, năng lực, phẩm chất, tâm quan trọng, người thân và sự toàn diện*. HVN ở cặp giao tiếp nữ - nam thường chỉ chú trọng đến 5 chủ đề: *ngoại hình, năng lực, phẩm chất, tâm quan trọng, người thân*. Sau đây là kết quả khảo sát cụ thể ở từng chủ đề nghị.

3.2.1. Về tâm quan trọng

Biểu đồ trên cũng cho thấy, chủ đề nghị xuất hiện với tần số cao nhất trong 4 nhóm giao tiếp chính là *tâm quan trọng* của người được nghị (Sp2),

chiếm 15% ở nhóm nam - nam; 14,2% ở nhóm nam - nữ và 6,6% ở nhóm nữ - nam.

Khi nịnh về tầm quan trọng của Sp2 - nam giới, Sp1 - nam giới thường dùng các cách nói gián tiếp để đánh giá sự quan trọng của Sp2 đối với mình. Các cách biểu đạt thường dùng là: ...*cả họ em đội ơn Sp2...*; ...*được như ngày hôm nay là nhờ lộc của Sp2...* hay *công đầu thuộc về Sp2...*; *phúc lớn gặp được Sp2 ...*; ...*Sp2 đã cứu rồi cuộc đời ...*; ...*Sp2 là cứu tinh của...*; *cả nước biết đến Sp2...* Thí dụ:

- *Dạ, em biết là chủ tịch vất vả. Dạ, cả họ em đội ơn chủ tịch đấy ạ!* (QNGB)

- *Dạ, vợ chồng chúng em được như ngày hôm nay cũng là đều nhờ lộc của anh cả.* (CTT)

Khi nhấn mạnh sự quan trọng của Sp2 là nữ, Sp1 - nam giới thường dùng các cách biểu đạt gián tiếp như sau:

1) Dùng phương thức hai lần phủ định để nhấn mạnh như: *không có Sp2 không biết bao giờ mới xong hay không ngày nào không nghĩ đến Sp2...* Thí dụ:

- *Dạ, quý quá ạ! Cảm ơn chị! Không có chị làm tay trong chẳng biết bao giờ công việc mới xong* (CTT)

2) Dùng phụ từ phủ định không kết hợp với đại từ phiếm chỉ ai: *không nhớ Sp2 thì nhớ ai, không nịnh Sp2 thì nịnh ai...* Thí dụ:

- *Mình hỏi lạ nhỉ, tôi không nhớ mình thì nhớ ai, vợ chồng đầu ấp má kề mấy chục năm.* (CTT)

- *Ở nhà này không nịnh em anh còn biết nịnh ai?* (CTT)

3) Dùng phụ từ có nghĩa giới hạn chỉ để nhấn mạnh tầm quan trọng của

Sp2: ...*chỉ phục vụ Sp2; ...chỉ yêu mình Sp2; ...chỉ có Sp2 mới giúp được...*; ...*chỉ cần có Sp2...* Thí dụ:

- (*Đúng là anh đã không làm vì em, em rất khác, rất đặc biệt*). *Bây giờ chỉ có em mới giúp được anh qua được những bức bối của công việc.* (ĐT)

4) Dùng các từ có nghĩa khuếch trương để nhấn mạnh tầm quan trọng của Sp2 như: *thần hộ mệnh, vị cứu tinh, ân nhân...* Thí dụ:

- *Nói thật với cô cháu vẫn nhắc với anh Bông cô đúng là vị thần hộ mệnh, vị cứu tinh của anh em chúng cháu ạ.* (GTPH)

Trong khi đó Sp1 - nữ giới lại thường chọn cách nói gián tiếp sau đây để nêu lên tầm quan trọng của Sp2 - nữ giới: *phải chỉ có Sp2 thì hay biết mấy; không mua quà cho Sp2 thì cho ai nữa; Sp2... là món quà lớn nhất đối với Sp1;*... Thí dụ:

- *Nhất định rồi, chị mà không mua quà cho em thì còn mua cho ai nữa.* (CTT)

- *Dạ, chị lên nhà em chơi thì đó là món quà lớn nhất đối với em rồi ạ!* (CTT)

3.2.2. Về năng lực

Chủ đề nịnh xuất hiện với tần số lớn thứ hai chính là về *năng lực* của Sp2, đặc biệt xuất hiện rất cao ở cặp giao tiếp nam - nam, chiếm 12,3%. Trong cách nịnh này, Sp1 có thể dùng cách nói nịnh trực tiếp vào vấn đề như: *giỏi, chỉ sp2 mới đủ trình độ và năng lực, chuyên môn giỏi, lãnh đạo giỏi...* Thí dụ:

- *Dạ, giá như được bầu thì bọn em sẽ bầu anh ngay ạ. Chỉ có anh mới đủ trình độ và năng lực để gánh vác những công việc nặng nề của tỉnh nhà ạ!* (CTT)

Tuy nhiên cách Sp1 dùng phổ biến hơn là gián tiếp nói đến năng lực của Sp2 như: *chỉ có Sp2 mới ra tay cứu được...; đến Sp2 còn chịu thì ...; Sp2 nói một tiếng bằng 10 cán bộ tuyên huấn...* Hoặc so sánh nhân mạnh với chức vụ cao hơn chức vụ Sp2 đang đảm nhiệm. Thí dụ:

- *Vâng, vâng. Em biết, trong hoàn cảnh này chỉ có anh mới ra tay cứu được chúng em thôi.* (ĐT)

Khi người được nịnh Sp2 có nghề nghiệp chuyên sâu cụ thể thì Sp1 cũng tận dụng luôn điều đó để nịnh về năng lực của Sp2. Chẳng hạn, nịnh nhà văn về việc sách bán chạy, chuyên gia tin học thì được nịnh về tài năng tin học, thầy bói thì nịnh về tài đoán tướng số... Thí dụ:

- *Sách của ông bán chạy quá. Thật, tôi chưa từng thấy nhà văn nào được hoan nghênh như ông.* (CSBQ)

Khi nam giới nịnh nữ giới thì chủ đề này được nhắc đến ít hơn chiếm 5,4%.

Khi nịnh về năng lực của giới nữ, giới nam cũng thường dùng cách nói gián tiếp để nhấn mạnh sự tài giỏi của người được nịnh như: *có Sp2 làm việc gì đó thì thấy yên tâm...* Thí dụ:

- *Có chị gánh vác trọng trách trong Sở bọn em an tâm và phấn khởi lắm đấy ạ!* (CTT)

Hoặc nhận xét về Sp2 là *túc trí đa mưu, có con mắt tinh tế, có đôi mắt thần,...*:

- *Có đúng là có đôi mắt thần!* (GTPH)

3.2.3. Về ngoại hình

Chủ đề nịnh có tần số xuất hiện lớn thứ ba chính là về ngoại hình. Trong bốn cặp giao tiếp thì cặp nam -

nữ sử dụng nhiều nhất chủ đề này, chiếm 10,3%. Tâm lí thông thường của giới là "con gái yêu bằng tai, con trai yêu bằng mắt" nên việc giới nam quan tâm đến ngoại hình của giới nữ trong các chủ đề nịnh cũng là điều dễ hiểu. Điều đáng chú ý là với tính cách bộc trực, giới nam thường trực tiếp hướng tới ngoại hình chung của nữ, ít khi chú ý đến các phần tiêu tiết như mắt, mũi, miệng, kiểu tóc, trang phục... Những từ Sp1 thường dùng là các tính từ mang tính tích cực: *đẹp, xinh, xinh đẹp, trẻ, trẻ đẹp, trẻ trung...* thậm chí là các từ hoa mỹ. Thí dụ:

- *Ngó cô Út tui không ghé sao đành. Coi cổ cười kia, nụ cười gì mà lấp lánh cả một khúc sông.* (CĐBT)

Chủ đề nịnh là ngoại hình của Sp2 ở ba cặp giao tiếp giới còn lại ít được nhắc đến hơn (nam - nam: 2,3%; nữ - nam: 1,2%; nữ - nữ: 3,5%). Phụ nữ luôn mong muốn mình không có tuổi, luôn trẻ trung, xinh đẹp, nổi bật, cuốn hút, trong mắt mọi người. Chính vì vậy Sp1 - nữ thường dùng chiến lược này để nịnh Sp2 - nữ. Thí dụ:

- *Ồ chị tôi dạo này xinh đẹp quá! Trông trẻ như cô gái mười tám vậy!* (NM)

- *Đấy chị thấy chưa, mới chỉ chỉnh sửa có một tý nhè mà chị đã trẻ ra bao nhiêu.* (CTT)

- *Chị biết không trong bữa tiệc đó chị phải nổi bật như một hoa hồng.* (CTT)

3.2.4. Về phẩm chất

Chủ đề nịnh có tần số xuất hiện nhiều thứ tư là về phẩm chất của người được nịnh - Sp2. Chủ đề này chiếm ưu thế nổi trội ở cặp giao tiếp nam - nam, chiếm 4,7%, tiếp đến là nam - nữ: 3,1%, nữ - nam: 2,3%, cặp nữ -

nữ xuất hiện 0%. Khi nịnh về chủ đề này, Sp1 - nam giới thường miêu tả những đức tính đáng khen ngợi của Sp2 - nam giới như: *mẫn cán, bao dung, ngay thẳng trung thực, dám nghĩ dám làm, khiêm nhường...* Thí dụ:

- *Bác mẫn cán quá, ngó bác như ngó mặt trời ấy, đến mấy lần mà không gặp.* (QNGB)

- *Anh biết không, cái cây tùng này giống như anh, dáng trường nhưng mà càng ngày càng đẹp, khiêm nhường như anh, có ảnh hưởng lớn lắm đấy ă!* (GTPH).

Bốn chủ đề nịnh có tần số xuất hiện thấp là *trí tuệ, người thân, vật sở hữu* và *sự toàn diện* (từ 0% đến 1,9%). Riêng chủ đề *trí tuệ* chỉ xuất hiện ở cặp nam - nam, chiếm 1,6%, ở ba cặp còn lại thì chủ đề này không thấy xuất hiện trong ngữ liệu khảo sát. Chủ đề *người thân* xuất hiện rải rác trong cả bốn cặp giao tiếp (từ 0,4% đến 1,9%). Trong ngữ liệu khảo sát, chủ đề *vật sở hữu* chỉ xuất hiện trong hai cặp giao tiếp nam - nam và nữ - nữ và chủ đề *sự toàn diện* không xuất hiện trong cặp giao tiếp nữ - nam.

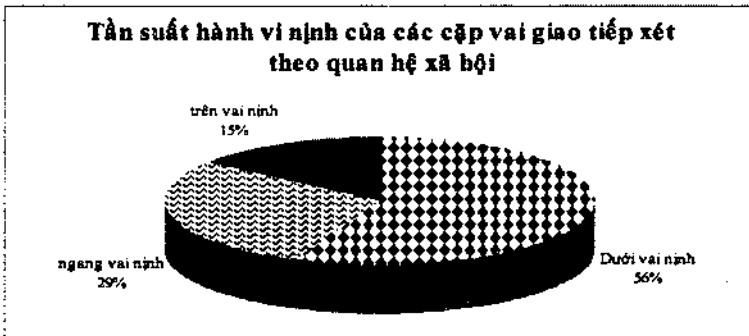
4. Hành vi nịnh của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội

4.1. Tần suất sử dụng hành vi nịnh của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội

Chúng tôi chia các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội thành 3 nhóm: 1) Người dưới vai nịnh người trên vai (gọi tắt là *dưới vai nịnh*); 2) Người ngang vai nịnh người ngang vai (gọi tắt là *ngang vai nịnh*), 3) Người trên vai nịnh người dưới vai (gọi tắt là *trên vai nịnh*).

Mỗi quan hệ giữa các vai giao tiếp ở đây là mối quan hệ xã hội. Các vai giao tiếp có thể là những người trong cùng một cơ quan, tổ chức, hoặc không cùng cơ quan, tổ chức nhưng có quan hệ với nhau về công việc.

Thống kê 844 cặp thoại chứa phát ngôn *nịnh* của cặp vai giao tiếp theo quan hệ xã hội, chúng tôi thu được 476 trường hợp dưới vai nịnh (chiếm 56%), 244 trường hợp ngang vai nịnh (chiếm 29%), 124 trường hợp trên vai nịnh (chiếm 15%). Sự chênh lệch này được thể hiện qua biểu đồ dưới đây:



Biểu đồ 4. Tần suất hành vi nịnh của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội

Từ con số trên có thể thấy, yếu tố quyền lực có ảnh hưởng lớn đến HVN và điều này cũng thể hiện rõ mục đích cầu lợi của HVN. Phần lớn là người dưới quyền, dưới thế nịnh

người trên quyền, trên thế. Để cầu lợi cho công việc của bản thân, Sp1 luôn tìm mọi cách để lấy lòng cấp trên, thậm chí cả người thân của cấp trên. Tuy nhiên cũng có trường hợp

Sp1 nịnh để lấy lòng đồng nghiệp hay những người ngang quyền, ngang thế trong xã hội. Theo suy nghĩ thông thường thì kẻ dưới phải nịnh bề trên song trong thực tế xã hội ngày nay, để bảo vệ được vị trí, hay tạo thuận lợi cho công việc của mình thì cấp trên cũng rất cần sự hậu thuẫn của cấp dưới hoặc của người ngang cấp. Đó là lí do vì sao trong nguồn ngữ liệu khảo sát cũng xuất hiện 15% (124/844) trường

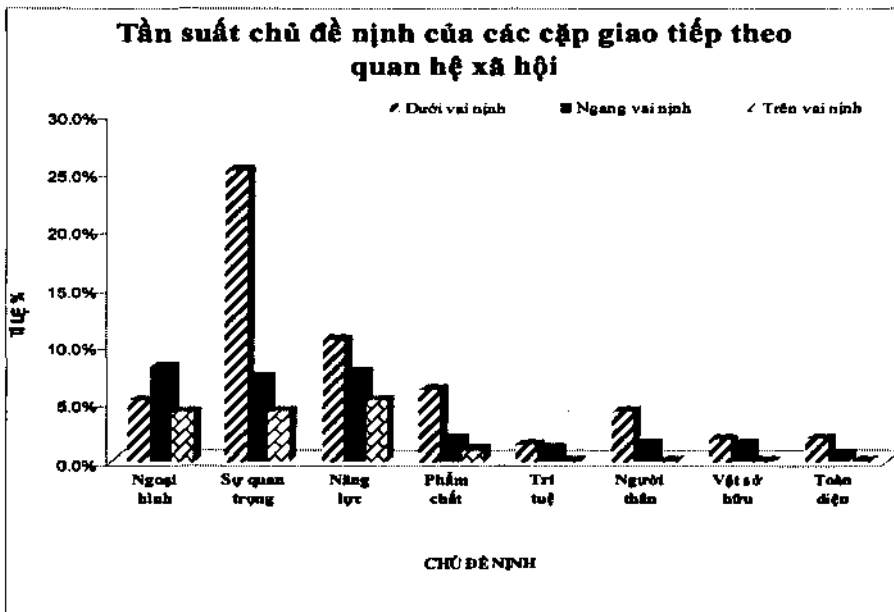
hợp vai trên nịnh vai dưới và 29% (244/844) trường hợp nịnh ngang vai.

4.2. Chủ đề nịnh của các cặp vai giao tiếp xét từ quan hệ xã hội

Trong 844 cặp thoại chứa phát ngôn *nịnh* của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội thì tần số xuất hiện của các chủ đề nịnh thống kê được như sau:

Bảng 2. Thống kê chủ đề nịnh của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội

Chủ đề nịnh	Dưới vai nịnh		Ngang vai nịnh		Trên vai nịnh	
	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ
Ngoại hình	44	5,2 %	68	8,1 %	36	4,3 %
Tâm quan trọng	212	25,1 %	60	7,1 %	36	4,3 %
Năng lực	88	10,4 %	64	7,6 %	44	5,2 %
Phẩm chất	52	6,2 %	16	1,9 %	8	0,9 %
Trí tuệ	12	1,4 %	8	0,9 %	0	0 %
Người thân	36	4,3 %	12	1,4 %	0	0 %
Vật sở hữu	16	1,9 %	12	1,4 %	0	0 %
Sự toàn diện	16	1,9 %	4	0,5 %	0	0 %
Tổng	Số liệu		844	Tỉ lệ		100%



Biểu đồ 5. Tần suất chủ đề nịnh của các cặp giao tiếp theo quan hệ xã hội

Qua biểu đồ trên có thể thấy, trong ba cặp *trên vai nịnh*, *ngang vai nịnh*, *dưới vai nịnh* thì chủ đề nịnh của 2

đối tượng đầu khá là tương đồng (8 chủ đề: ngoại hình, tâm quan trọng, năng lực, phẩm chất, trí tuệ, người

thân, vật sở hữu, sự toàn diện). Trường hợp trên vai nịnh hướng tới ft chủ đề hơn (4 chủ đề: ngoại hình, tâm quan trọng, năng lực, phẩm chất).

4.2.1. Về tâm quan trọng

Chủ đề nịnh xuất hiện với tần số lớn nhất là tâm quan trọng của người được nịnh - Sp2. Cùng chủ đề nịnh này nhưng tần số sử dụng của các cặp vai giao tiếp cũng có sự chênh lệch khá lớn (*dưới vai nịnh* chiếm 25,1%, *ngang vai nịnh* chiếm 7,1% và *trên vai nịnh* chiếm 4,3%).

Khi nịnh về sự quan trọng của cấp trên, người nịnh Sp1 ở vai dưới thường dùng hình thức nói quá để nhấn mạnh công lao của Sp2 đối với mình như: *cả họ đội ơn Sp2; không phải ơn trời mà là ơn Sp2; được làm việc cùng Sp2 thì phúc to như núi; được... là nhờ lộc sp2; ...như nắng hạn gặp mưa rào...* Thí dụ:

- *Nói thật lòng, không phải ơn trời mà ơn chị Hằng. Việc này chúng tôi nguyện ghi nhớ.* (CTT)

- *Được làm việc với chị Hằng thì phúc to như núi, đừng nói là bố trí mà cứ bảo là giao việc thì mới chuẩn. Chúng tôi sẽ không từ nan bất cứ việc gì vì chị.* (CTT)

Trong khi đó, cặp *ngang vai nịnh* lại chú ý nhấn mạnh đến tính duy nhất của Sp2 biểu hiện bằng từ *chỉ*, chẳng hạn: *chỉ phục vụ Sp2; chỉ tin mỗi Sp2; chỉ cần lời hứa của sp2;...* Thí dụ:

- *Trong cả đám tao chỉ tin mỗi mình mày, những việc hệ trọng này không thể để cho đám thằng Sính pò, thằng Đám, thằng Lục biết được. (Nhân nịnh Hoóng già để Hoóng già tập trung lo giải quyết vụ nhà báo)* (ĐT).

Hoặc dùng thủ pháp nói quá để nhấn mạnh, chẳng hạn: *nếu có sp2 thì củ chuối cũng ngon, ăn gì chả ngon, gọi cái gì cũng ngon...* Hoặc dùng cách nói biểu hiện sự tiếc nuối để nâng cao tầm quan trọng của Sp2: *giá như được gặp Sp2 sớm hơn...* Thí dụ:

- *Ở một nơi không gian sang trọng, mát mẻ như thế này lại được ngồi ăn cùng chị Hằng, nói thật củ chuối cũng thấy ngon.* (CTT)

Đối với cặp giao tiếp *trên vai nịnh* thì Sp1 luôn dùng phương thức nhấn mạnh sự duy nhất của Sp2 để khẳng định tầm quan trọng của sp2 đối với mình như: *chỉ có một; chỉ có Sp2 mới; chỉ giữ lại mình sp2;...* Thí dụ:

- *Họ toàn là những kẻ gió chiều nào che chiều ấy. Tôi muốn đuổi hết đi chỉ giữ lại mình cô thôi.* (CA)

4.2.2. Về năng lực

Chủ đề nịnh có tần số xuất hiện lớn thứ hai là năng lực. Trong ba cặp giao tiếp *dưới vai nịnh, ngang vai nịnh* và *trên vai nịnh* thì tỉ lệ này được giảm dần đều (10,4% - 7,6% - 5,2%). Vì là mối quan hệ xã hội, do liên quan nhiều đến công việc nên chủ đề năng lực được đưa ra nhiều khi nịnh đối phương cũng là điều dễ hiểu. Trong cặp vai giao tiếp *dưới vai nịnh* thì Sp1 thường đánh giá trực tiếp đến năng lực của Sp2 như: *lãnh đạo sáng suốt, sáng suốt, có năng lực, điều hành giỏi, điều quân như thần...* Thí dụ:

- *Này, anh điều quân như thần ý!* (CTT)

Cũng có trường hợp Sp1 dùng phương thức nói gián tiếp đề cao năng lực của Sp2 như: *có Sp2 gánh vác... thì Sp1 rất yên tâm; nhờ sự lãnh đạo sáng suốt của Sp2; chỉ có Sp2 mới cứu được...* Thí dụ:

- Ô, thủ trưởng kính mến! Nhờ sự lãnh đạo sáng suốt của thủ trưởng, xí nghiệp ta tháng này đã... (KCD)

Trong cặp ngang vai nịnh, chủ đề năng lực của Sp2 thường được Sp1 nhấn mạnh qua cách biểu đạt tuyệt đối như: *Sp2 sinh ra là để...; Sp2 cái gì cũng giỏi, Sp2 trẻ thế mà đã...* Thí dụ:

- *Cô sinh ra là để dành cho hát nhạc Trịnh đấy.* (CTT)

- *Anh Lâm giỏi ghê nhỉ, trẻ như thế mà đã là trưởng phòng, người như anh chắc là nhiều cô mê lắm.* (CA)

Nhiều trường hợp Sp1 lấy chủ đề nịnh là năng lực chuyên môn sâu của Sp2 như: *luật sư giỏi, sách bán chạy (nịnh nhà văn), hay chuyên gia tin học...* Thí dụ:

- *Bên cạnh bạn có một chuyên gia tin học rất giỏi, chúng tôi nghe thấy tên đã phải kính nể. Đó là anh Lâm, việc này đối với anh Lâm rất đơn giản.* (CA)

Khi Sp1 là trên vai nịnh thì cũng thường nhấn mạnh trực tiếp đến năng lực của Sp2 như: *giỏi, nhanh nhẹn, có năng lực, tài năng, tài nghệ...* Thí dụ:

- *Chị Lý này chị rất nhanh nhẹn, ban giám đốc đánh giá chị là một cán bộ cấp phòng rất có năng lực.* (CTT)

Hoặc cách nói nhấn mạnh: *giao việc cho Sp2 thì rất yên tâm...* Hay cách nói khẳng định: *Sp2 không được lên cao mới là lạ.* Thí dụ:

- *Cô làm việc rất tốt. Anh gọi là để biêu dương cô. Cô rất thông minh, bài bản và mưu lược. Người như cô không lên phó giám đốc sơ kế hoạch và đầu tư mới là lạ.* (CTT)

4.2.3. Về phẩm chất, ngoại hình, người thân

Phẩm chất, ngoại hình, người thân là ba chủ đề nịnh có tần suất kế tiếp (11% - 9% - 8%). Với chủ đề phẩm chất, Sp1 thường trực tiếp tán thưởng những đức tính tốt của Sp2 như: *mẫn cán, không quan cách, khiêm nhường, nhũn nhặn, lo cho dân, nhân đức, nhân cách lớn...* Thí dụ:

- *Bác mẫn cán quá, ngó bác như ngó mặt trời ấy, đến mấy lần mà không gặp.* (QNGB)

Khi nịnh về ngoại hình của Sp2, với trường hợp Sp2 là nữ giới thì Sp1 tập trung nhấn mạnh vào sự *xinh đẹp, trẻ trung, sang trọng* của Sp2. Thí dụ:

- *Ôi giới ơi, chị đúng là phu nhân quan đầu huyện đầu tỉnh có khác, nom càng ngày càng đẹp ra, sang trọng hẳn lên.* (GTPH)

Trong trường hợp Sp2 là nam giới thì Sp1 lại chú ý đến về *phong nhã, sang trọng*. Thí dụ:

- *Hôm nay em tôi mới tìm được đúng vị trí của mình đấy. Trông cậu sang trọng quá.* (GTPH)

- *Chà, ông phong nhã quá đi mất!* (SD)

Có khi, người thân của Sp2 cũng được Sp1 sử dụng làm chủ đề nịnh nếu biết Sp2 thích được ca ngợi về người thân. Những người thân của Sp2 thường được Sp1 chú ý đến như: *chồng/ vợ, con...* Thí dụ:

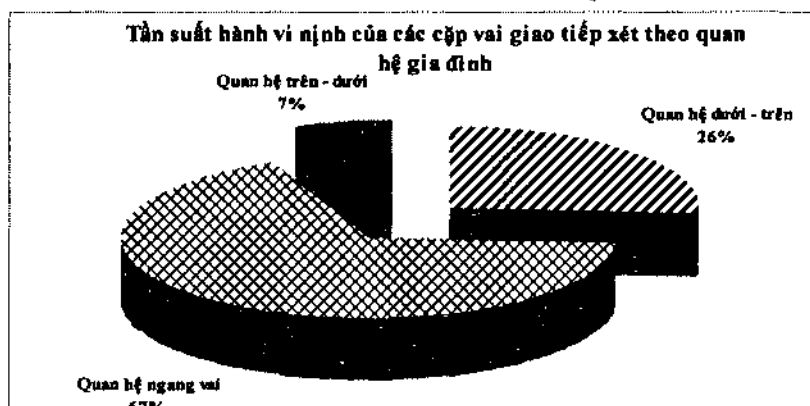
- *Ôi giới ơi, không dung mà cấp trên người ta điều anh Hùng nhà mình về đây đầu chị ạ. Hạt giống đó của tỉnh đấy. Mà một huyện có trọng điểm về kinh tế tất nhiên người cầm lái là phải có năng lực cao.* (GTPH)

Chủ đề *nịnh* mà cả ba cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội ít dùng đến nhất là *vật sở hữu, sự toàn diện và trí tuệ*. Đặc biệt là ở cặp vai giao tiếp *trên vai nịnh* thì cả ba chủ đề này đều không xuất hiện trong ngữ liệu được khảo sát. Cặp giao tiếp *dưới vai nịnh* sử dụng các chủ đề này đều nhỉnh hơn cặp *ngang vai nịnh* (vật sở hữu: 1,9% - 1,4%; sự toàn diện: 1,9% - 0,5%; trí tuệ: 1,4% - 0,9%).

5. Hành vi *nịnh* ở các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình

Do HVN nhằm mục đích cầu lợi cho người nói nên nó ít xuất hiện trong giao tiếp gia đình mà chủ yếu xuất hiện trong giao tiếp xã hội. Điều này được thể hiện rất rõ qua tỉ lệ chênh lệch giữa tần suất sử dụng HVN của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ xã hội chiếm 82% còn tần suất sử dụng HVN của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình chỉ chiếm 18%.

5.1. Tần suất hành vi *nịnh* của



Biểu đồ 6. Tần suất hành vi *nịnh* của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình

5.2. Chủ đề *nịnh* của các cặp vai giao tiếp xét theo mỗi quan hệ gia đình

Trong ngữ liệu khảo sát, các chủ đề *nịnh* thường xuất hiện ở các cặp

các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình

Căn cứ vào thứ bậc trong gia đình, các cặp vai giao tiếp được chia thành 3 nhóm sau:

1) *Quan hệ dưới - trên*: cháu chắt với ông bà, cô dì, chú bác; con cái với bố mẹ, em với anh chị.

2) *Quan hệ ngang vai*: quan hệ vợ - chồng

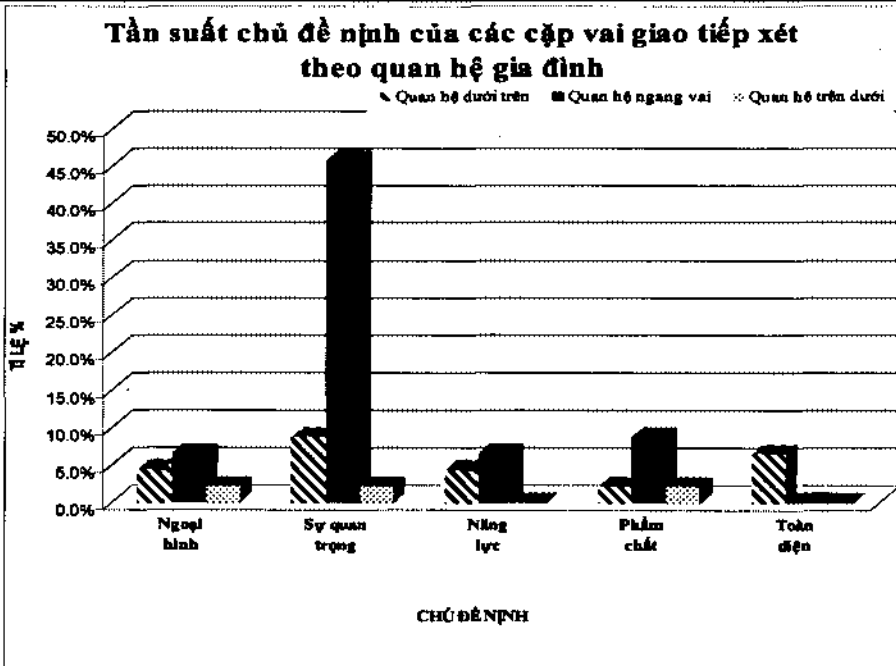
3) *Quan hệ trên - dưới*: ông bà cô dì chú bác với cháu chắt, bố mẹ với con cái, anh chị với em.

Trong 1028 ngữ liệu thu được, chúng tôi tách riêng ra được 184 ngữ liệu thuộc về cặp giao tiếp trong quan hệ gia đình. Trong ba mối quan hệ *dưới - trên, ngang vai và trên - dưới* thì tần số xuất hiện HVN của cặp *quan hệ ngang vai* là cao nhất, chiếm 67% (124/184); tiếp đến là cặp *quan hệ dưới - trên*, chiếm 26% (48/184); có tần số xuất hiện thấp nhất là cặp *quan hệ trên - dưới*, chiếm 7% (12/184). Khoảng cách chênh lệch này được thể hiện rõ qua biểu đồ sau:

vai giao tiếp trong mỗi quan hệ gia đình là: *ngoại hình, tầm quan trọng, năng lực, phẩm chất, sự toàn diện*. Tần suất xuất hiện của các chủ đề này cụ thể như sau:

Bảng 3. Thống kê chủ đề nghị của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình

Nội dung nghị	Quan hệ dưới trên		Quan hệ ngang vai		Quan hệ trên dưới	
	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ	Số liệu	Tỉ lệ
Ngoại hình	8	4,3%	12	6,5%	4	2,2%
Tâm quan trọng	16	8,7%	84	45,7%	4	2,2%
Năng lực	8	4,3 %	12	6,5%	0	0%
Phẩm chất	4	2,2 %	16	8,7%	4	2,2%
Sự toàn diện	12	6,5 %	0	0%	0	0%
Tổng	Số liệu		184	Tỉ lệ		100%



Biểu đồ 7. Tần suất chủ đề nghị của các cặp vai giao tiếp xét theo quan hệ gia đình

Qua biểu đồ trên có thể thấy, chủ đề nghị có tần suất vượt trội là tâm quan trọng của Sp2, xuất hiện nhiều nhất ở cặp giao tiếp ngang vai, chiếm 45,7%; cặp giao tiếp dưới - trên và trên - dưới chiếm tỉ lệ ít hơn (8,7% - 2,2%).

Khi lấy chủ đề nghị là tâm quan trọng của Sp2 thì ở cặp quan hệ ngang vai, Sp1 - vợ thường đưa ra dạng khẳng định: *không thể thiếu Sp2; không thể xa rời Sp2...* hoặc đặt ra giả thiết nếu

thiếu Sp2 thì... để nhấn mạnh tầm quan trọng của Sp2 đối với mình. Thí dụ:

- Suốt đêm qua và sáng nay em suy nghĩ nhiều lắm, em nghĩ mình gặp nhau cứ như là định mệnh, em yêu anh, em không thể xa anh được. Em chẳng hiểu cuộc đời sẽ thế nào nếu thiếu vắng anh. (CTT)

Trong khi đó người chồng luôn khẳng định sự quan trọng của vợ mình

qua việc khẳng định: *chỉ yêu mình Sp2; không nhớ đến Sp2 thì nhớ ai; không thể chia cắt...* Hoặc ước nguyện: *kiếp sau lại là vợ chồng*. Thí dụ:

- *Anh rất tự hào vì có một người vợ như em.* (CTT)

- *Tôi cũng rất hạnh phúc vì có mình là bạn đời trong kiếp này. Nếu có kiếp sau chúng ta lại là vợ chồng mình nhé!* (CTT)

Ở cặp vai giao tiếp dưới - trên cũng xuất hiện chủ đề *nịnh* về tầm quan trọng, chẳng hạn:

- *Con cảm ơn ông đã dạy. Con không may bố mẹ mất sớm, nhưng lại may vừa là cháu vừa là học trò của ông ạ.* (GTPH)

Chủ đề *nịnh* có tần số xuất hiện lớn thứ hai là *phẩm chất* của Sp2, xuất hiện nhiều nhất ở cặp quan hệ ngang vai (8,7%). Phẩm chất của Sp2 được Sp1 ca tụng thường là: sự đảm đang, chăm sóc gia đình chu đáo, ăn ở hiền lành, biết cách cư xử... Thí dụ:

- *Cũng là do vợ anh ở hiền nên anh mới gặp lành đấy chứ trông vào trời thì trời còn cao và xa lắm.* (ĐT)

- *Gái ngoan làm quan cho chồng. Vợ anh thật thông minh và chín chu.* (CTT)

Ba chủ đề *nịnh* tiếp theo có tần số xuất hiện ngang nhau, đều chiếm 6,5%, đó là ngoại hình, năng lực (ở cặp quan hệ ngang vai) và sự toàn diện (ở cặp quan hệ dưới - trên).

Chủ đề ngoại hình thường được người chồng dùng nhiều để *nịnh* vợ, như:

- *Độ này sao vợ xinh đẹp quá thế, hờ vợ? Thật bằng vạn cái tôi tân hôn năm ngoái!... Đẹp quá đi mất!!!* (BGG)

Năng lực lại là chủ đề được người vợ dùng nhiều để *nịnh* chồng. Cách nói thông dụng là: *chỉ có Sp2 mới...* Thí dụ:

- *Anh nè, anh nên chủ động tham gia vào các hoạt động của công ty. Chỉ có anh mới thay thế ông làm cho công ty đứng vững được.* (CGL0h)

Cũng có trường hợp người chồng *nịnh* về năng lực của vợ. Thí dụ:

- *Đúng, em yêu. Sherlock Holmes cũng phải gọi em bằng cụ!* (SHMV)

Chủ đề sự toàn diện trong HVN ở cặp quan hệ dưới - trên thường là sự đánh giá của Sp1 về Sp2 luôn luôn là nhất hoặc tuyệt vời. Thí dụ:

- *Bố quả là sáng suốt khi cho con về đây, bao giờ bố cũng nhất.* (QNGB)

- *Thật ạ, mẹ thật là tuyệt vời.* (CA)

Những chủ đề *nịnh* ít được nhắc đến, chỉ có tần số xuất hiện 2%, là ngoại hình; tầm quan trọng (ở cặp quan hệ trên - dưới; phẩm chất (ở cặp quan hệ dưới - trên và cặp quan hệ trên - dưới). Những chủ đề *nịnh* không xuất hiện trong ngữ liệu khảo sát đó là năng lực (ở cặp quan hệ trên - dưới); sự toàn diện (ở cặp quan hệ ngang vai và cặp quan hệ trên dưới).

6. Kết luận

Nịnh là hành vi ngôn ngữ đánh giá cao quá mức hoặc không đúng sự thật (tâng bốc) điều mà người nói biết người nghe sẽ thích cốt lấy lòng người nghe, mục đích thường để cầu lợi cho phía người nói.

Cũng như các hành vi ngôn ngữ khác, HVN chịu sự chi phối rất lớn của các biến xã hội như tâm lí giới, mối quan hệ giữa các vai giao tiếp... Khảo sát HVN ở một số cặp vai giao tiếp được xét từ góc độ giới, quan hệ

xã hội và quan hệ gia đình, kết quả cho thấy: 1) Xét từ góc độ giới, giới nam nịnh và được nịnh nhiều hơn giới nữ; 2) Xét từ quan hệ xã hội, HVN xuất hiện nhiều nhất ở cặp quan hệ dưới - trên, thấp nhất ở cặp quan hệ trên - dưới; 3) Xét từ quan hệ gia đình HVN lại xuất hiện nhiều nhất ở cặp quan hệ ngang vai và thấp nhất ở cặp quan hệ trên - dưới.

Khi thực hiện HVN, các chủ đề thông dụng thường được người nịnh khai thác đó là: *ngoại hình, năng lực, phẩm chất, trí tuệ, vị trí/ vai trò/ tầm quan trọng, người thân, sự toàn diện, vật sở hữu* của người được nịnh. Tuy nhiên, tùy thuộc vào tâm lí giới, tuổi, nghề... của người nịnh và người được nịnh mà mức độ khai thác các chủ đề này cũng như cách thức biểu đạt chúng rất khác nhau ở các cặp vai giao tiếp. Nắm rõ vấn đề này sẽ cho chúng ta thấy những chiến lược thực hiện HVN ở những đối tượng khác nhau, trong những bối cảnh khác nhau, nhằm đạt được hiệu quả giao tiếp nhất định.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Hữu Châu, *Cơ sở ngữ dụng học*, Tập 1, Nxb ĐHSHP HN, 2003.

2. Vũ Tiên Dũng, *Lịch sử trong tiếng Việt và giới tính (qua một số hành động nói)*, Luận án Tiến sĩ Ngữ văn, Trường ĐSHP HN, 2003.

3. Phạm Thị Hà, *Đặc điểm ngôn ngữ giới trong giao tiếp tiếng Việt (qua hành vi khen và tiếp nhận lời khen)* (Luận án Tiến sĩ Ngôn ngữ học, Học viện KHXH), 2012.

4. Vũ Thị Thanh Hương, *Giới tính và lịch sử*, T/c Ngôn ngữ, Số 8, 1999.

5. Nguyễn Văn Khang, *Ngôn ngữ học xã hội - Những vấn đề cơ bản*, Nxb KHXH, Số 2, 1999.

6. Nguyễn Văn Khang, *Xã hội học ngôn ngữ về giới: kì thị và sự chống kì thị đối với nữ giới trong sử dụng ngôn ngữ*, T/c Xã hội học, Số 2, 2004.

7. Viện Ngôn ngữ học (Hoàng Phê chủ biên) *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Hà Nội - Đà Nẵng, 2006.

8. J.L. Austin, *How to do things with words*, CAMBRIDGE (MASS), 1962.

9. Anna Wierzbicka, *English Speech act verbs*, Academic Press, 1937.

10. Yule, *Pragmatics*, Oxford University Press, 1996.

NGŨ LIỆU TRÍCH DẪN

I. Phim truyền hình Việt Nam

1. *Bí thư tình úy* (BTTU)

2. *Cánh đồng bất tận* (CĐBT)

3. *Chạy án* (CA)

4. *Chú tịch tình* (CTT)

5. *Cổng mặt trời* (CMT)

6. *Cuộc gọi lúc 0h* (CGL0h)

7. *Đàn trời* (ĐT)

8. *Gió từ phố Hiến* (GTPH)

9. *Mái trường yên tĩnh* (MTYT)

10. *Qua ngày giông bão* (QNGB)

11. *Sóng ở đáy sóng* (SOĐS)

II. Các tác phẩm văn học Việt Nam

12. *Cuốn sách bỏ quên* (CSBQ)

13. *Ngày mới* (NM)

14. *Kẻ chơi dao* (KCD)

15. *Số đỏ* (SD)

16. *Bên góc giường* (BGG)

17. *Shelock Holmes mặc váy* (SHMV)