

<http://e-flt.nus.edu.sg/>

Electronic Journal of Foreign Language Teaching
2007, Vol. 4, No. 2, pp. 257–266
© Centre for Language Studies
National University of Singapore

Khám phá Khái niệm Thể diện trong Tiếng Việt: Bằng chứng từ Kết hợp Từ

Hồng Nhung Phạm

n.pham@uq.edu.au

The University of Queensland, Australia

Abstract

Ghi nhận vai trò quan trọng của khái niệm Thể diện trong giao tiếp và những tranh luận chưa ngã ngũ về các cấu thành của khái niệm này, bài viết khám phá nội hàm khái niệm Thể diện trong văn hóa Việt dựa trên việc phân tích những diễn đạt phổ biến của “mặt/thể diện” trong tiếng Việt. Bài viết chỉ ra rằng nội hàm khái niệm Thể diện trong văn hóa Việt không đồng nhất với khái niệm này trong học thuyết lịch sự lấy thể diện làm trung tâm vốn được xem là mang tính phổ quát của Brown và Levinson (1987). Cụ thể là khía cạnh thể diện âm tính (mong muốn của cá nhân được tự chủ trong hành động) không nằm trong nội hàm khái niệm Thể diện trong văn hóa Việt. Ngoài ra, trái với học thuyết của Brown và Levinson trong đó Thể diện không bao hàm đặc tính và phẩm chất của tập thể mà cá nhân gắn bó, Thể diện trong văn hóa Việt lại là một khái niệm tương trợ trong đó cá nhân chia sẻ một phần thể diện của mình với tập thể. Từ kết quả phân tích bài viết cũng đưa ra một số đề xuất đối với quá trình dạy và học ngoại ngữ có liên quan đến khái niệm này.

1 Vài nét về khái niệm thể diện trong lịch sử nghiên cứu

Dựa trên khái niệm thể diện (face) của Goffman (1967), vốn là cách dịch sát của hai từ tiếng Hán là mien/mian và lien/lian (Mao, 1994), thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987) được xem là có ảnh hưởng nhất trong lịch sử nghiên cứu ứng xử ngôn ngữ nói chung và lịch sự nói riêng (Watts, 2003), đặc biệt là trong môi trường giao tiếp giao văn hóa (intercultural communication) khi ít nhất một trong hai phía tham gia giao tiếp sử dụng ngôn ngữ giao tiếp như một ngoại ngữ (Phạm, 2007a). Thể diện trong mô hình của Brown và Levinson có 2 khía cạnh: thể diện âm tính (negative face) và thể diện dương tính (positive face). Về cơ bản thể diện dương tính thể hiện mong muốn được người khác tán thưởng và tôn trọng, trong khi thể diện âm tính chỉ mong muốn được tự do hành động mà không bị sự áp đặt của người khác. Nói khác đi trong mô hình này mong muốn được tán thưởng và sự tự chủ trong hành động của cá nhân là động lực cơ bản nhất của phép lịch sự. Brown và Levinson nhấn mạnh rằng trong quá trình giao tiếp, người tham gia giao tiếp phải luôn luôn quan tâm đến hai mặt trên của thể diện để tránh thực hiện những hành động đe dọa thể diện (Face Threatening Act). Trong gần 3 thập niên qua, mô hình lịch sự lấy thể diện làm trung tâm (face-centred politeness) của Brown và Levinson đã khẳng định được vị trí của mình qua những kết quả của nhiều nghiên cứu về lịch sự ở các nước phương Tây (Eelen, 2001), đặc biệt là các nghiên cứu về hành động lời nói (speech acts) như cách khen/đáp lại lời khen, cách yêu cầu/đáp lại lời yêu cầu, cách xin lỗi/đáp lại lời xin lỗi và cách thể hiện sự bất đồng. Mô hình lịch sự gắn liền với khái niệm thể diện của Brown và Levinson cũng đã được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực khác nhau như giao tiếp trong dịch vụ y tế (ví dụ: Landrine & Klonoff, 1992; Spiers, 1998), trong giao dịch kinh doanh (ví dụ: Yeung, 1997; Yli-Jokipii, 1994) và trong quá

trình giảng dạy ngôn ngữ nói chung và ngoại ngữ nói riêng (ví dụ: Weizman, 1989; Wolfson, 1981).

Tuy được khẳng định trong nhiều nghiên cứu về ứng xử ngôn ngữ, nhất là ở các nước nói tiếng Anh (Eelen, 2001), thuyết lịch sự của Brown và Levinson, đặc biệt là nội hàm khái niệm thể diện của họ đã bị phê phán khá nhiều nhất là từ các nhà nghiên cứu ngôn ngữ ở các nước châu Á (ví dụ: Gu, 1998; Ide, 1989; Mao, 1994; Matsumoto, 1988). Điểm chung nổi bật trong những phê phán này là mô hình lịch sự của Brown và Levinson đã bỏ qua khía cạnh xã hội của thể diện và đã nhấn mạnh thái quá mong muốn tự chủ trong hành động của cá nhân. Những chỉ trích trên tuy đã góp phần khám phá khái niệm thể diện nhưng cho đến nay vẫn chưa có một sự thống nhất về nội hàm cũng như về tính phổ quát của khái niệm trừu tượng này dù khái niệm thể diện vẫn thường xuyên được viện dẫn để giải thích cho hành vi ứng xử ngôn ngữ trong nhiều nghiên cứu (Xi, 2003). Nói khác đi, những phê phán về thể diện mới dừng lại ở chỗ chúng chỉ ra rằng nội hàm của khái niệm thể diện trong thuyết lịch sự của Brown & Levinson không nhất thiết tương thích với khái niệm này ở những nền văn hóa khác chứ chúng chưa đủ sức thuyết phục để trả lời câu hỏi 1. Thể diện là gì? và 2. Liệu thể diện có hàm chỉ cùng một nội dung trong mọi nền văn hóa?.

Nếu như mãi đến cuối thế kỷ 19 khái niệm thể diện mới được vay mượn từ tiếng Hán vào tiếng Anh và được sử dụng lần đầu trong công trình của Goffman (1967) (Ervin-Tripp, Nakamura & Jiansheng, 1995), thì ở phương Đông thuật ngữ có xuất xứ từ Khổng giáo này (Cheng, 1986) đã sớm được dùng trong các văn bản cổ từ thế kỷ thứ 4 trước công nguyên với từ “mien/mian” và một từ khác xuất hiện muộn hơn vào thế kỷ 13 là “lien/lian” (Hu, 1944). Trong tiếng Việt, hai khía cạnh tương ứng của khái niệm này là “mặt” được coi là từ thuần Việt (Vũ, 2002) và “thể diện” với “diện” từ “lien/lian”.

Nghiên cứu của Nguyễn (1956) về hành vi thể hiện sự tôn trọng của người Việt là một trong những nghiên cứu sớm nhất chỉ ra ảnh hưởng của khái niệm thể diện đối với hành vi ứng xử trong văn hóa Việt. Trong công trình này khái niệm thể diện được hiểu là sự tự hào của cá nhân về những giá trị xã hội mà cá nhân có được. Đây cũng là quan điểm được chia sẻ bởi nhiều nghiên cứu về văn hóa (ví dụ: Quang, 1994; Trần, 2001; và Trần, 1994) và giao tiếp (ví dụ: Khúc, 2006). Trần (2001) chỉ ra rằng việc đề cao thể diện có ảnh hưởng lớn đến hành vi giao tiếp của người Việt, đặc biệt là cách nói vòng vo luôn đề cao “cái danh”, “cái tiếng” trong giao tiếp. Trong cách hiểu này, người Việt sẽ cảm thấy thể diện của mình bị thương tổn (tức là mình không được tôn trọng) nếu trong quá trình giao tiếp không được cư xử theo những quy ước ứng xử phù hợp với vai vế, địa vị, tuổi tác và tiếng tăm của mình trong xã hội. Phân tích khái niệm thể diện trên cơ sở cái tôi (self) trong văn hóa Việt, Vũ (2002) cho rằng tương ứng với cái tôi hài hòa giữa hai mặt nội tại và quan hệ cá nhân và xã hội, khái niệm thể diện trong văn hóa Việt nên được hiểu như là sự thống nhất giữa hai mặt xã hội và cá nhân.

Các nghiên cứu trước đây về khái niệm thể diện đã góp phần khẳng định sự tồn tại của khái niệm thể diện trong văn hóa Việt và vai trò quan trọng của khái niệm này trong hành vi giao tiếp nói chung và hành vi ứng xử ngôn ngữ nói riêng. Điểm tương đồng cơ bản giữa các nghiên cứu này là sự công nhận uy tín xã hội (bao gồm những phẩm chất và đặc điểm tích cực của cá nhân như: vai vế, địa vị, sự thành đạt, v.v.) là một phần của thể diện. Tuy nhiên như Vũ (2002) nhận xét rằng vẫn còn nhiều tranh cãi về nội hàm cụ thể của khái niệm này trong tiếng Việt và văn hóa Việt. Cụ thể là câu hỏi liệu những phẩm chất và đặc điểm tích cực của cá nhân có phải là cấu thành duy nhất của khái niệm thể diện trong văn hóa Việt hay không và liệu yếu tố mà Brown và Levinson (1987) gọi tên là “thể diện âm tính” (negative face)-hàm chỉ mong muốn của cá nhân được tự chủ trong hành động có phải là một cấu thành của thể diện trong văn hóa Việt hay không vẫn chưa được trả lời. Nói cách khác, nằm trong tình hình chung của lịch sử nghiên cứu về khái niệm thể diện, những nghiên cứu về khái niệm thể diện trong văn hóa Việt vẫn chưa thể xác định được những cấu thành cụ thể của khái niệm trừu tượng này.

Sau khi Fillmore và Atkins (1992) chỉ ra ưu điểm của việc khảo sát một khái niệm thông qua việc phân tích các kết hợp từ (collocations/collocational possibilities) chứa khái niệm này, Ervin-Tripp et al. (1995) là những người đầu tiên tìm hiểu khái niệm thể diện thông qua các ngữ diễn đạt phổ biến chứa từ này trong tiếng Anh. Theo đó, Haugh và Hinze (2003) đã phân tích khái niệm thể diện trong tiếng Hán thông qua các kết hợp từ của mien/mian và lien/lian. Ghi nhận sự phức tạp

của khái niệm thể diện và ý nghĩa của nó trong việc nghiên cứu ứng xử ngôn ngữ cũng như những tranh luận chưa ngã ngũ về nội hàm của thể diện trong suốt gần 3 thập niên qua (O'Driscoll, 1996; Xi, 2003), thông qua việc khảo sát các diễn đạt phổ biến về thể diện, đặc biệt là các kết hợp từ của “mặt” trong tiếng Việt, bài viết này nhằm chỉ ra rằng kết hợp từ có thể cung cấp cho chúng ta một phương tiện để tiếp cận nội hàm của khái niệm trừu tượng và phức tạp này trong văn hóa Việt. Những ví dụ về kết hợp từ của thể diện sử dụng trong bài viết được trích dẫn từ một hệ thống dữ liệu trong đó 43 khách thể người Việt Nam (bao gồm 20 nữ và 23 nam trong độ tuổi từ 20 đến 67 có nghề nghiệp khác nhau) được yêu cầu: 1) ghi lại một lời nói có chứa từ “mặt” hoặc “thể diện” mà họ từng nói hoặc nghe và 2) giải thích về ngữ cảnh mà câu nói đó được sử dụng.

2 Nội hàm của khái niệm thể diện: tiếp cận từ góc độ kết hợp từ

2.1 Quy chiếu vật thể (physical referent) của thể diện

Ervin-Tripp et al. (1995) chỉ ra rằng ngôn ngữ của các nước châu Á, đặc biệt là những nước chịu ảnh hưởng của Nho giáo có rất nhiều ngữ diễn đạt chứa các từ liên quan đến thể diện. Tiếng Việt cũng không phải là một trường hợp ngoại lệ với sự phong phú và phổ biến của nhiều kết hợp từ (collocations/collocational abilities) chứa từ “mặt” và “thể diện”. Hai từ này, đặc biệt là từ “mặt”, có một số quy chiếu khác nhau. Trước hết, “mặt” được dùng để chỉ bộ phận phía trên và đứng trước đầu trong cơ thể người như trong các cách nói sau: “*tối tăm mặt mũi/xây xám mặt mày*” hay “*mặt hoa da phấn*”, v.v.... “Mặt” cũng có thể được sử dụng để thay thế toàn bộ chủ thể của hành động hay đối tượng thực hiện hành động đang được mô tả. Nét nghĩa này của “mặt” có thể thấy ở các ngữ như “*vắng/mất mặt*” và “*vác/mò/đem/đưa mặt*” trong các ví dụ sau:

[1] *Đi đâu mà **mất mặt** cả ngày thế?*

[2] *Lại **vác mặt** đến xin tiền đây à?*

Trong cả [1] và [2] “mặt” được dùng để thay thế cho chủ thể của hành động đang được mô tả. Ngoài “*vắng/mất mặt*” và “*vác/mò/đem/đưa mặt*”, tiếng Việt còn nhiều cách diễn đạt phổ biến khác, được dùng trong các ngữ cảnh thông tục (informal) trong đó “mặt” mang nét nghĩa này, ví dụ: “*lánh/tránh mặt*”, “*nhận mặt*”, “*quen mặt*”, “*lạ mặt*”, “*gặp mặt*”, “*chạm mặt*”, “*hợp mặt*”, và “*thay mặt*”. Tóm lại, “mặt” có thể có quy chiếu vật thể cụ thể là một bộ phận trên cơ thể người hoặc chính là chủ thể của hành động.

Là một biến thể của “mặt” nhưng khác với “mặt”, “thể diện” không có quy chiếu trực tiếp, tuy về mặt nguồn gốc “diện” trong “thể diện” xuất phát từ “lien/lian” trong tiếng Hán, dùng để chỉ khuôn mặt. Vì thế “thể diện” không thể thay thế cho “mặt” để mang các nét nghĩa như trên của “mặt”. Ngược lại “thể diện” mang nét nghĩa ẩn dụ chỉ hình ảnh xã hội nói chung của chủ thể.

2.2 Hàm nghĩa ẩn dụ (figurative content) của thể diện

2.2.1 Thể diện chỉ phẩm chất và năng lực cá nhân

Những phân tích về từ “mặt” thông qua các kết hợp từ của nó như “*mất mặt*” hay “*không còn mặt (mũi)*” dưới đây sẽ chỉ ra rằng thể diện hàm chỉ những đặc tính, phẩm chất hay khả năng của cá nhân.

[3] *Lần đầu đến gặp bố mẹ bạn gái mà cứ **lấp ba lấp báp** cả buổi tối. **Mất mặt** quá.*

Người thanh niên trong tình huống trên thấy “mất mặt” khi không thể giao tiếp suôn sẻ với bố mẹ bạn gái. Ở đây, “mặt” chỉ khả năng diễn đạt rõ ràng và mạch lạc mà người thanh niên muốn bố mẹ bạn gái nghĩ là mình có. “Mất mặt” trong ví dụ trên mang lại cho chủ thể một cảm giác xấu hổ và ngượng ngùng.

[4] *Đã quyết định cho thì mua cái gì cho đáng em ạ. Mua thứ rẻ quá **mất mặt** chết, họ cười cho.*

Đây là lời khuyên của một người chồng đối với vợ về việc mua một món quà có giá trị phù hợp để tặng người quen nhân dịp đám cưới. ‘Mất’ trong trường hợp này hàm chỉ sự rộng rãi, hào phóng mà người chồng muốn người khác, ít nhất là người được tặng quà, nghĩ về anh ta và vợ. Đối với người chồng, việc không thể mua một món quà có giá trị phù hợp đồng nghĩa với việc không thể bày tỏ được sự rộng rãi và hào phóng và vì thế sẽ làm họ ‘mất mặt’. Trong tình huống này, một người có thể ‘mất mặt’ bởi sự cười chê, gièm pha của dư luận.

[5] *Không chồng mà chưa thì coi sao được hả chị. Em nhục quá chị ơi, **còn mặt mũi** nào mà sống nữa.*

Người phụ nữ nói câu nói này cảm thấy mình bị ‘mất mặt’ vì mọi người sẽ biết chuyện cô không chồng mà mang thai. Như vậy ‘mất’ trong ví dụ này chỉ sự trong trắng, nhân cách và đạo đức của một cô gái chưa có gia đình mà người phụ nữ trẻ này vốn muốn người khác nghĩ về mình. Do mang thai trước hôn nhân, cô đã vi phạm những quy ước của xã hội đối với những cô gái chưa có gia đình và vì thế đã đánh mất sự tôn trọng của người khác dành cho cô. Như vậy, sự ‘mất mặt’ này đồng nghĩa với mất nhân cách, danh dự và sự tôn trọng của xã hội, dẫn đến một cảm giác nhục nhã và bị cô lập.

Tương tự với nét nghĩa ẩn dụ này của ‘mất’, ‘thể diện’ cũng hàm chỉ những đặc điểm tích cực như phẩm chất/năng lực mà một người mong muốn người khác nghĩ là mình có. Tuy nhiên, ‘thể diện’ có xu hướng được sử dụng như một thuật ngữ chung thay thế cho ‘mất’ để diễn tả nét nghĩa ẩn dụ trong các ngữ cảnh ngôn ngữ học thuật (ví dụ một bài báo sẽ đề cập đến ‘thể diện’ chứ không phải ‘mất’ của một tập thể) hoặc khi người nói/viết muốn nhấn mạnh đến sự trân trọng trong việc mất thể diện (ví dụ: tặng một món quà quá rẻ có thể dẫn đến mất thể diện/mặt nhưng nói lấp bấp trước mặt gia đình bạn gái khó có thể coi là mất thể diện) hoặc/và nhấn mạnh đến sự ảnh hưởng và tầm quan trọng mà người nói/viết muốn gắn cho chủ thể (ví dụ chỉ có thể nói ‘thể diện quốc gia’ trong khi đó ‘mất’ không thể được dùng trong trường hợp này).

Không giống như mối quan hệ giữa ‘mien/mian’ và ‘lien/lien’ trong tiếng Hán, cách dùng của ‘mất’ và ‘thể diện’ trong tiếng Việt không có sự khác biệt một cách hệ thống như giữa cách dùng của ‘mien/mian’ và ‘lien/lien’. Trong khi ‘mất mian/mien’ hàm chỉ một một sự mất mặt không đáng kể (Ervin-Tripp et al., 1995) và không trầm trọng như ‘mất lian/lien’ (Cheng, 1986; Haugh & Hinze, 2003), trong tiếng Việt, khái niệm ‘mất mặt’ có thể được mở rộng để bao hàm mọi sự tổn hại lớn hay nhỏ đến hình ảnh xã hội của một cá nhân, từ một lỗi nhỏ, vô hại như trong ví dụ [3] đến một sự hủy hoại nghiêm trọng về thanh danh như trong ví dụ [5]. Nói cách khác, trái ngược với sự khác biệt tương đối hệ thống trong tính nghiêm trọng của việc mất thể diện giữa ‘mất mian/lien’ và ‘mất lian/lien’ (Cheng, 1986; Haugh & Hinze, 2003; Hu, 1944; Mao, 1994), đối với một người Việt, ‘mất mặt’ không nhất thiết là ít trầm trọng hơn ‘mất thể diện’.

Tương tự như ‘*mất mặt*’, tiếng Việt còn có những diễn đạt khác trong đó ‘mất’ hàm chỉ đặc tính, phẩm chất và năng lực của cá nhân, ví dụ: ‘*muối mặt*’, ‘*nóng mặt*’, ‘*sạm mặt*’, ‘*sượng mặt*’, ‘*rát mặt*’, ‘*ngượng mặt*’, ‘*giở/lật/trở mặt*’, và ‘*vạch mặt*’. Có thể nói các ngữ diễn đạt như: ‘*muối mặt*’, ‘*sạm mặt*’, ‘*sượng mặt*’, ‘*rát mặt*’, ‘*ngượng mặt*’ đều có nét nghĩa chung là chủ thể cảm thấy thể diện của mình bị thương tổn, cụ thể là những phẩm chất, năng lực, hay đặc tính của mình không được người khác tôn trọng đúng mức. Trong khi đó, ‘*giở/lật/trở mặt*’ dùng để mô tả những cá nhân có hành động hay thái độ trái ngược với những phẩm chất và đặc tính tốt đẹp mà họ đã cố ý thể hiện hay cam kết là mình có trước đó. ‘*Vạch mặt*’ được dùng để chỉ hành vi bóc trần thể diện giả tạo của một người nào đó. Nói khác đi, ‘*vạch mặt*’ một cá nhân là chỉ rõ cá nhân đó không hề có những năng lực, phẩm chất hay đặc tính tốt đẹp như anh/cô ta cố tạo ra.

2.2.2 *Thể diện thể hiện trong vai trò xã hội của cá nhân*

Việc phân tích nội dung các kết hợp từ của “mặt” cho thấy thể diện còn bao gồm vai trò xã hội của một cá nhân và những đặc điểm do vai trò đó quy định (social role & role-driven characteristics). Chúng ta hãy xem xét các diễn đạt phổ biến như “*đáng/xứng mặt*”, “*qua/vượt mặt*”, “*né mặt*”, “*lên mặt*” trong các tình huống sau:

Đáng/xứng mặt

[6] *Mày làm thế sao **đáng mặt** đàn ông. Đàn ông đàn ông mà ở nhà bám váy vợ thì còn ra thể thống gì nữa.*

Ở [6], một người mẹ chỉ trích con trai mình vì không có việc làm và không thể chu cấp cho vợ con. Trong mắt người mẹ, khi người đàn ông thất nghiệp phải ở nhà dựa dẫm vào vợ con, anh ta không xứng đáng với vai trò làm người đàn ông của mình và vì thế không xứng đáng với thể diện của một người đàn ông.

Qua/vượt mặt

[7] *Đảm bảo với cô nó không dám **qua mặt** bố. Ông cụ còn sờ sờ ra đó thì đời nào nó dám bán đất.*

Đây là lời của một người anh trai nói với em gái của mình về người em trai của họ. Người anh muốn giảm nhẹ sự lo lắng của cô em gái khi cô này sợ rằng người em kia của họ có thể bán đi mảnh đất hương hỏa mà cô cho là thuộc về quyền sở hữu của cả ba anh em. Người anh tin rằng em trai họ sẽ không bán đất vì sẽ không dám xem nhẹ vai trò của bố. Không dám vượt quyền của bố, tức là không dám vượt/qua mặt bố.

Né mặt

[8] ***Né mặt** cô là chỗ bạn hàng lâu năm tôi mới để lại cho cô giá này đấy, chứ mấy mới bán dạo cứ gạ tôi giá hơn hai ba phân mà tôi có bán đâu.*

Đây là câu nói của một chủ hàng đối với bạn hàng quen của mình. Nó thể hiện người nói đã coi trọng vai trò của người nghe là bạn hàng lâu dài của mình nên đã dành cho bạn hàng cơ hội mua hàng với giá ưu đãi. Nói cách khác, trong mắt của người nói, vai trò là bạn hàng lâu năm là một phần trong thể diện của người nghe và hành vi của người nói đối với người nghe (cụ thể là quyết định bán hàng giá thấp) đã dựa trên sự cân nhắc của người nói đối với vai trò hay thể diện của người nghe trong quá trình giao tiếp.

Lên mặt:

[9] *Mới làm tổ trưởng thì có gì phải **lên mặt**, đến chủ tịch tỉnh đây cũng chưa coi ra cái gì nhé.*

Đây là lời chỉ trích của một nam đồng nghiệp về một nữ đồng nghiệp, người mà theo anh ta là đã thay đổi hành vi ứng xử thái quá sau khi được đề bạt giữ một cương vị mới. Tuy chỉ trích cương vị mới của đồng nghiệp không đáng để đồng nghiệp thay đổi cách cư xử một cách thái quá (tức là lên mặt), câu nói cũng bộc lộ nhận thức của người nói là vai trò xã hội của một người cũng là một cấu thành trong thể diện của người đó.

Sự phân tích các kết hợp từ của “mặt” đã chỉ ra rằng trong văn hóa Việt, thể diện bao hàm những phẩm chất, năng lực cá nhân cũng như vai trò xã hội mà cá nhân đó muốn người khác công nhận và tán thưởng. Hai nội hàm trên của thể diện trong tiếng Việt đã tương ứng với khái niệm “*thể diện phẩm chất*” (quality face) và “*thể diện nhận diện xã hội*” (social identity face) của Spencer-Oatey (2000, 2002) bởi chúng đều hàm chỉ uy tín xã hội mà cá nhân mong muốn được người khác thừa nhận; đồng thời chúng cũng tương thích với khái niệm “*thể diện dương tính*” (positive face) trong thuyết lịch sự của Brown và Levinson bởi chúng đều nhấn mạnh mong muốn

được người khác ủng hộ và đánh giá cao của mỗi cá nhân. Tuy nhiên trong văn hóa Việt, phẩm chất và vai trò của cá nhân không phải là những nội hàm duy nhất của khái niệm thể diện.

2.2.3 *Đặc tính tập thể như một cấu thành của thể diện*

Xuất phát từ Nho giáo vốn nhấn mạnh cái tôi tương trợ (interdependent self) hơn là cái tôi độc lập (independent self) (Markus & Kitayama, 1991; Vũ, 2002), thể diện của một cá nhân trong văn hóa Việt còn hàm chứa đặc tính của tập thể hay cộng đồng mà cá nhân đó gắn bó. Nét nghĩa này bộc lộ qua những thành ngữ như: “giàu ở làng sang ở họ”. Nói cách khác, mỗi người đều mắc nợ sự thành đạt và tiếng tăm-tức là những phẩm chất tốt đẹp, và vì thế cả thể diện của mình từ cộng đồng mà anh ta cùng chung sống. Khi cá nhân là thành viên của một tập thể (ví dụ như một đất nước, một dân tộc, một làng xã, hay gia đình, dòng tộc), thể diện của cá nhân đó được hưởng lợi và đồng thời một phần được tạo lập từ hình ảnh xã hội của tập thể đó. Ngược lại cá nhân cũng có thể làm đẹp hơn thể diện của cộng đồng. Ví dụ thành đạt của một cá nhân cũng có thể coi như là góp phần xây dựng cho thể diện của gia đình dòng tộc (Gao, 1998; King & Myers, 1977). Trong văn hóa Việt, điều này được diễn tả trong rất nhiều kết hợp từ như là “*làm mát mặt*”, “*làm mờ/nở mặt*”, “*mờ/nở mày*” và “*làm đẹp mặt*” nhấn mạnh việc cá nhân đem lại vinh dự và vì thế tôn vinh thể diện cho người khác, nhất là cho tập thể mà cá nhân đó cùng gắn bó.

Trái lại, việc một cá nhân làm mất thể diện của mình cũng làm thể diện của tập thể có nguy cơ bị tổn hại. Sự chia sẻ thể diện này có thể thấy ở ví dụ sau:

[10] *Mày làm thế tao còn mặt mũi nào mà nhìn ai nữa, nhục lắm con ơi.*

Đây là lời của một người cha với con gái mình khi ông biết cô trả lễ đê từ hôn dù lễ đính hôn của cô đã được tổ chức trước đó. Khi hủy một hôn ước đã được mọi người công nhận, cô gái không những đã hủy hoại thể diện của mình mà còn làm “mất/xấu mặt” người cha và dòng họ. Như vậy ngoài thể diện được tạo lập bởi những đặc điểm cá nhân của riêng mình, cô còn có một phần thể diện chia sẻ với gia đình và dòng họ. Khi cô mất thể diện thì thể diện của những người thân của cô cũng bị tổn hại.

Những phân tích ở trên cho thấy khái niệm thể diện trong văn hóa Việt vừa là tài sản của cá nhân vừa là sở hữu của tập thể. Thể diện của một cá nhân vừa bao gồm hình ảnh xã hội của cá nhân đó thể hiện qua những đặc điểm phẩm chất và vai trò xã hội mà cá nhân muốn được người khác nhìn nhận vừa bao gồm những đặc tính tốt đẹp của cộng đồng mà cá nhân đó cùng gắn bó. Chính nét nội hàm thứ hai này không được đại diện trong thuyết lịch sự lấy thể diện làm trung tâm của Brown và Levinson.

3 Điều kiện tồn tại của thể diện

Như có thể thấy ở những ví dụ trên, yếu tố quyết định sự tồn tại của thể diện chính là sự phán xét của một đối tượng thứ hai-sự đánh giá của dư luận xã hội đối với hành vi của chủ thể. Nói cách khác, dù thể diện về cơ bản được tạo lập bởi những yếu tố khá bền vững và cố định như phẩm chất, khả năng và vai trò xã hội của một cá nhân và đặc tính của tập thể mà cá nhân cùng gắn bó, nhưng sự tồn tại của thể diện lại phụ thuộc vào sự chấp nhận hay phản đối của người ngoài cuộc-người quan sát hành vi của chủ thể và độc lập với chủ thể. Nói khác đi, một người thì khó có thể mất thể diện với chính mình mà thường là mất thể diện với người khác. Trong tiếng Việt, có khá nhiều kết hợp từ phản ánh sự đánh giá của xã hội về “chất lượng” của “mặt” như “*mặt dày mày dạn*”, “*xấu mặt*”, “*đẹp mặt*” và “*mặt mo*”. Các kết hợp từ này có một điểm chung là chúng đều diễn đạt sự phán xét của xã hội đối với thể diện của cá nhân. Hãy xem xét trường hợp của “*mặt dày*” để thấy sự tồn tại của thể diện phụ thuộc như thế nào vào phán xét của xã hội. “*Mặt dày*” được dùng để mô tả một người không quan tâm đến hình ảnh của mình trong mắt người khác. Kết hợp từ này khá gần với cách diễn đạt “*lianpi hou*” trong tiếng Hán. Hsu (1996, tr.78-79) cho rằng “*lianpi hou*” chỉ những người không bận tâm đến hình ảnh xã hội của họ. Đây là kiểu người yêu cầu người khác những việc quá đáng và liên tục mà không hề ý thức được rằng anh/cô ta sẽ bị

tránh mặt trong tương lai (Haugh & Hinze, 2003). Một người làm thể diện của mình có nguy cơ bị hủy hoại bởi những yêu cầu thái quá sẽ bị coi là “*mặt dày*” (Kipnis, 1995). Chúng tôi xin đưa ra những ví dụ sau để thấy ngữ cảnh mà kết hợp từ “*mặt dày*” được sử dụng trong tiếng Việt:

[11] *Nói làm gì cho phí lời với loại mặt dày đây. Đã bị nói đến thế rồi mà lần nào đến cũng mở miệng ra xin xỏ được.*

[12] *Đúng là một lũ mặt dày mày dạn. Người ta đã hai thứ tóc trên đầu, con cháu để huê rồi mà chúng nó vẫn cứ sán vào gọi anh xon xốt.*

Trong [11] “*mặt dày*”, tương tự như “*lianpi hou*”, tả một người thường xuyên đưa ra những yêu cầu đối với người khác mà không quan tâm đến thái độ của họ. “*Mặt dày*” trong [12] diễn tả sự phán xét của người nói đối với những người cố tình phạm vào quy ước ứng xử, cụ thể là cách xưng hô theo vai vế tuổi tác trong xã hội. Như vậy trong văn hóa Việt khái niệm “*mặt dày*” bên cạnh được dùng để tả một người luôn có yêu sách quá đáng còn có thể được dùng trong một số ngữ cảnh đa dạng hơn đặc biệt như khi chủ thể có hành vi vi phạm nghiêm trọng các chuẩn mực ứng xử, nhất là chuẩn mực đạo đức, bất chấp sự phán xét của xã hội.

Như nhiều nhà nghiên cứu đã nhấn mạnh, chính sự hài hòa giữa hành vi ứng xử của cá nhân với sự phán xét và chấp nhận của xã hội chứ không phải là việc đáp ứng thỏa mãn mong muốn cá nhân là những gì mà khái niệm thể diện trong văn hóa Không giáo luôn nhấn mạnh (Mao, 1994; Matsumoto, 1988; Yu, 1999, 2003; Phạm, 2007b). Sự tồn tại và phổ biến của các kết hợp từ trên cho thấy người Việt luôn có ý thức về những đánh giá của xã hội về hành vi của họ. Điều này cũng dẫn đến việc hình thành những cách cư xử mà người Việt cho là làm giảm tối đa nguy cơ mất thể diện như: “*đóng cửa bảo nhau*” hay “*tốt khoe, xấu che*”. Nói cách khác, khuynh hướng ứng xử đề cao thể diện (Khúc, 2006; Nguyễn, 1956; Trần, 2001) và sự cảnh giác về thương tổn của thể diện dưới tác động từ những đánh giá tiêu cực của xã hội đã làm người Việt có xu hướng chỉ bộc lộ những điểm tốt của mình và che giấu người ngoài những điều mà họ cho là có thể tạo ra dư luận không tốt cho họ hay/và tập thể mà họ cùng gắn bó.

4 Lời kết

Bài viết đã chỉ ra rằng nội hàm của khái niệm trừu tượng thể diện trong văn hóa Việt có thể được tiếp cận thông qua việc khảo sát các kết hợp từ của “*mặt*” và “*thể diện*”. Việc phân tích các kết hợp từ phổ biến của “*mặt*” và “*thể diện*” cũng đã cho thấy nội hàm khái niệm thể diện trong văn hóa Việt không đồng nhất với nội hàm khái niệm này trong thuyết lịch sự của Brown và Levinson. Cụ thể là khái niệm thể diện của Brown và Levinson không bao hàm đặc tính của tập thể mà cá nhân đó gắn bó. Và vì thế nó chỉ đơn thuần là một tài sản độc lập của cá nhân. Trong khi đó thể diện trong tiếng Việt là một khái niệm tương trợ trong đó cá nhân thừa hưởng và chia sẻ một phần thể diện của mình với tập thể. Kết luận này đồng thuận với nhận xét của Vũ (2002) rằng khái niệm thể diện trong văn hóa Việt dựa trên sự thống nhất giữa cái tôi cá nhân và cái tôi tập thể. Hơn nữa, nếu như phẩm chất và vai trò xã hội của cá nhân và các đặc tính của cộng đồng mà cá nhân gắn bó là những yếu tố ổn định-là *điều kiện cần* để tạo lập thể diện thì sự tồn tại của thể diện còn phụ thuộc vào một *điều kiện đủ* khác nằm ngoài sự kiểm soát của cá nhân-đó là sự đánh giá và phán xét của xã hội. Nói cách khác, thể diện trong văn hóa Việt không thể tự thân tồn tại độc lập mà chỉ được duy trì với sự chấp nhận của dư luận xã hội. Việc phân tích các kết hợp từ chứa khái niệm thể diện trong tiếng Việt cũng cho thấy yếu tố mà Brown và Levinson gọi tên là thể diện âm tính (negative face) không nằm trong nội hàm thể diện của văn hóa Việt. Điều này không có nghĩa là người Việt không coi trọng việc được tự do quyết định hành động của mình tránh sự áp đặt của người khác hay không quan tâm đến mong muốn tự chủ trong hành động của người khác. Trái lại, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng người Việt có ý thức tôn trọng mong muốn tự chủ trong hành động của cá nhân thể hiện qua việc sử dụng nhiều chiến lược lịch sự để giảm thiểu mức độ áp đặt khi thực hiện các hành động lời nói (ví dụ: yêu cầu, đề nghị) (Vũ, 2002). Tuy nhiên như kết quả

phân tích các kết hợp từ của “mặt” đã chỉ ra, mong muốn được tự do trong hành động không nằm trong nội hàm của thể diện trong văn hóa Việt. Kết luận này một mặt đồng nhất với nhận xét của Gu (1998) rằng không phải những mối quan tâm về sự tự chủ trong hành động không tồn tại trong văn hóa Á đông mà đúng hơn chúng không được coi là những quan ngại về thể diện ở những nền văn hóa này. Mặt khác, kết quả phân tích các kết hợp từ phổ biến của thể diện trong văn hóa Việt cũng hỗ trợ quan điểm rằng tuy thể diện là động lực của ứng xử lịch sự nhưng những quan ngại về thể diện không nhất thiết là động lực duy nhất của hành vi ứng xử phức tạp này (Spencer-Oatey, 2000).

Từ những kết luận đã trình bày ở trên, người Việt khi dạy tiếng Việt cho người nước ngoài cần nâng cao ý thức của người học về những khác biệt trong nội hàm của khái niệm thể diện giữa các nền văn hóa khác nhau, đặc biệt là giữa văn hóa phương Tây và văn hóa Á đông, nhất là khi người học đến từ một nền văn hóa mà ở đó tiếng Anh được sử dụng như tiếng mẹ đẻ. Khi dạy/đề cập đến những cách diễn đạt phổ biến của thể diện trong tiếng Việt như “giữ thể diện”, “(làm) mất mặt”, “(làm) đẹp mặt” hay “(làm) xấu/ngượng/sượng/muối mặt”, “không còn mặt mũi” v.v. người dạy tiếng Việt cần nhấn mạnh sự khác biệt giữa nội hàm của “mặt”/thể diện” trong tiếng Việt và “face” trong tiếng Anh để tránh sự quy gán không chính xác về khái niệm thể diện dẫn đến việc sử dụng các kết hợp từ của nó không chính xác.

Người học tiếng Việt như một ngoại ngữ cũng cần phải ý thức được rằng hành vi giao tiếp của người Việt chịu ảnh hưởng rất nhiều bởi nhận thức của người Việt về thể diện. Ví dụ để bày tỏ sự nhiệt tình và lòng hiếu khách-những phẩm chất tích cực của cá nhân-cũng là một phần của thể diện, người Việt trong vai trò chủ nhà có xu hướng lặp đi lặp lại lời mời với mức độ áp đặt tăng dần nhằm thuyết phục khách chấp nhận lời đề nghị của họ (ví dụ: mời khách dùng thêm thức ăn) (Pham, 1997b). Như đã chỉ ra ở trên, trái ngược với văn hóa phương Tây, do mong muốn được tự chủ trong hành động không nằm trong quan ngại về thể diện trong văn hóa Việt, người Việt trong vai trò là chủ nhà không cho rằng hành động thuyết phục khách trong nhà mình chấp nhận lời mời hay lời đề nghị của mình là hành động đe dọa thể diện của khách. Ý thức được điều này giúp người học tiếng Việt khi giao tiếp với người Việt hiểu rằng không phải người Việt trong những tình huống tương tự không tôn trọng thể diện của họ và nhờ thế cũng giúp người học tiếng Việt tránh được cảm giác rằng thể diện của mình bị thương tổn. Ngược lại, trong một số tình huống giao tiếp nhất định để đạt được hiệu quả giao tiếp tốt người nói tiếng Việt như một ngoại ngữ cũng cần áp dụng những chiến lược ngôn ngữ với mức độ áp đặt cao hơn mức độ áp đặt mà họ thường sử dụng trong ngôn ngữ mẹ đẻ của họ (ví dụ: tiếng Anh) nhất là khi hành động lời nói (speech acts) mà họ đang thực hiện được coi là có lợi cho người nghe (ví dụ: lời mời và lời khuyên).

Tài Liệu Tham Khảo

- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cheng, C.Y. (1986). The concept of face and its Confucian roots. *Journal of Chinese Philosophy*, 13, 329–348.
- Eelen, G. (2001). *A critique of politeness theories*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Ervin-Tripp, S., Nakamura, K., & Jiansheng, G. (1995). Shifting face from Asia to Europe. In M. Shibatani & S. Thompson, (Eds.), *Essays in Semantics and Pragmatics* (pp.43–71). Amsterdam: John Benjamins.
- Fillmore, C., & Atkins, B. (1992). Towards a frame-based organization of the lexicon: The semantics of risk and its neighbours. In A. Lehrer, & E. Kittay (Eds.), *Frames, fields, and contrasts: New essays in semantics and lexical organization* (pp. 75–102). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gao, G. (1996). Self and other: A Chinese perspective on interpersonal relationships. In W. B. Gudykunst, S. Ting-Toomey & T. Nishida (Eds.), *Communication in personal relationships across cultures* (Vol. 81-101). Thousand Oaks: Sage.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior*. New York: Phanthon Books.
- Gu, Y. (1998). *Politeness and Chinese face*. Speech made at the Department of Linguistics, Luton University.
- Haugh, M., & Hinze, C. (2003). A metalinguistic approach to deconstructing the concept of 'face' and 'politeness' in Chinese, English and Japanese. *Journal of Pragmatics*, 35, 1581–1611.
- Hsu, S.C. (1996). *Face: An ethnographic study of Chinese social behaviour*. Unpublished doctoral thesis,

Yale University.

- Hu, H.C. (1944). The Chinese concept of face, *American Anthropologist*, 46(1), 45–64.
- Khúc, N.T. (2006). Vấn đề thể diện trong giao tiếp. *Tâm lý học*, số 8(89), 51-59.
- King, A.Y., & Bond, M.H. (1985). The Confucian paradigm of man: A sociological view. In W.S. Tseng & D.H. Wu (Eds.), *Chinese culture and mental health* (pp. 29–45). Orlando: Academic Press.
- Kipnis, A. (1995). “Face” an adaptable discourse of social surfaces. *Positions: East Asia Cultures Critique*, 3, 119–148.
- Landrine, H., & Klonoff, E.A. (1992). Culture and health-related schemas: A review proposal for interdisciplinary integration. *Health Psychology*, 11, 267–276.
- Mao, L.R. (1994). Beyond politeness theory: ‘Face’ revisited and renewed. *Journal of Pragmatics*, 21, 451–486.
- Markus, H. & Kitayama, S. (1991). Culture and self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224–253.
- Matsumoto, Y. (1988). Re-examination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese. *Journal of Pragmatics*, 12(4), 403–426.
- Nguyễn, Đ.H. (1956). *Verbal and non-verbal patterns of respect behaviour in Vietnamese society. Some metalinguistic data*. Unpublished PhD thesis, New York University.
- O’Driscoll, J. (1996). About face: A defence and elaboration of universal dualism. *Journal of Pragmatics*, 25, 1–32.
- Phạm, T.H.N. (2007a). Xu hướng giải quyết mâu thuẫn trong ngữ cảnh giao tiếp giao văn hóa tại các văn phòng dự án phi chính phủ. *Tâm lý học*, số 2(95), 49–63.
- Phạm, T.H.N. (2007b). Áp đặt trong lời mời của văn hóa Á đông là hành động đe dọa thể diện âm tính hay chiến lược lịch sự dương tính: Tiếp cận từ góc độ Nho giáo. *Ngôn Ngữ*, số 3(214), 71–80.
- Quang, Đ. (1994). *Nho giáo xưa và nay*. Hà Nội: Nhà xuất bản Văn hóa thông tin.
- Spencer-Oatey, H. (2002). Managing rapport in talk: Using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relations. *Journal of Pragmatics*, 34, 529–545.
- Spencer-Oatey, H. (2000). *Naturally speaking: Managing rapport through talk across cultures*, London: Continuum.
- Spiers, J.A. (1998). The use of face work and politeness theory. *Qualitative Health Research*, 8(1), 25–47.
- Trần, Đ. H. (1994). *Đến hiện đại từ truyền thống*. Hà Nội: Nhà xuất bản Văn hóa thông tin.
- Trần, N.T. (2001). *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam: Cái nhìn hệ thống-loại hình*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh.
- Vũ, T.T.H. (2002). Khái niệm thể diện và ý nghĩa đối với việc nghiên cứu ứng xử ngôn ngữ, *Ngôn Ngữ*, số 1, 6–12.
- Watts, R.J. (2003). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weizman, E. (1989). Requestive hints. In S. Blum-Kulka, J. House & G. Kasper (Eds.), *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies* (Vol. XXXI, pp. 71–95). Norwood: Ablex Publishing Corporation.
- Wolfson, N. (1981). Compliment in cross-cultural perspective. *TESOL Quarterly*, 15(June), 117–124.
- Xi, C. (2003). Book review: A critique of politeness theories by G. Eelen (2001). *Journal of Pragmatics*, 35, 811–818.
- Yeung, L.N.T. (1997). Polite requests in English and Chinese business correspondence in Hong Kong. *Journal of Pragmatics*, 27, 505–522.
- Yli-Jokipii, H. (1994). *Requests in professional discourse: A cross-cultural study of British, American and Finnish business writing*. Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia.
- Yu, M. (2003). On the universality of face: Evidence from Chinese compliment behavior. *Journal of Pragmatics*, 35, 1679–1710.
- Yu, M.(1999). Universalistic and culture-specific perspectives on variation in the acquisition of pragmatic competence in a second language. *Pragmatics*, 9(2), 281–312.

Summary in English

(English Title: Exploring the Concept of “Face” in Vietnamese: Evidence from its Collocational Abilities)

Given the fundamental role of *Face* in communication in general and in language teaching in particular, the various controversies over the components of this concept and the availability of a great variety of common expressions associated with *mặt* (face) in Vietnamese, the present paper

explores the components of the concept of *Face* in Vietnamese culture based on an analysis of its collocational expressions. The analysis result shows that positive qualities and the social role(s) that Vietnamese claim for themselves form part of Vietnamese *Face*, which closely correspond to Spencer-Oatey's (2000) concept of "identity face" and "social role face" and which are associated with Brown and Levinson's (1987) "positive face." However, with evidence from common expressions associated with the term "*mặt*," the paper argues that the aspect of negative face (i.e. the individual's desire to be free from imposition), which is central to Brown and Levinson's (1987) universal *Face*-centred model of politeness, is not found in the Vietnamese concept of *Face*. It is not that the Vietnamese are not concerned for autonomy in action or about others' desire of freedom in action, but the desire for autonomy is not a constituent of Vietnamese *Face*. Furthermore, *Face* in Vietnamese culture also refers to the positive image of a collective with which the individual identifies him/herself and this aspect of *Face* is not represented in Brown and Levinson's model. In other words, *Face* in Vietnamese culture as expressed in common expressions of "*mặt*" is both an individual and collective possession. If individual qualities & social role(s), and the unique characteristics of the community that a Vietnamese belongs to can be considered static constituents – necessary conditions for the establishment of *Face*, the existence of *Face* is also conditional on another sufficient condition: public judgment/evaluation, which is beyond the control of the individual. From its main findings, this paper also suggests some relevant implications regarding foreign language teaching involving the concept of *Face*.