

ĐẶC ĐIỂM MẶC CẢ CỦA NGƯỜI MUA LÀ NAM GIỚI Ở CHỢ ĐỒNG THÁP

TRẦN THANH VÂN

(ThS, Khoa Ngữ văn, Đại học Đồng Tháp)

1. Mở đầu

Quan hệ giữa ngôn ngữ và giới có lẽ là một vấn đề tương đối mới trong ngôn ngữ học xã hội Việt Nam. Nguyễn Văn Khang (1996) là người đầu tiên nghiên cứu vấn đề này với bài viết “*Sự bộc lộ giới tính trong giao tiếp ngôn ngữ*”. Cho đến nay, vấn đề ngôn ngữ và giới đã thực sự thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trên nhiều góc độ khác nhau. Ở bài viết này, chúng tôi muốn đưa đến một góc nhìn liên quan đến ngôn ngữ giới (chủ yếu là nhân vật nam) ở một lĩnh vực giao tiếp đặc biệt đó là hoạt động mua bán tự do ở chợ.

Lâu nay, khi tìm hiểu về nhân vật mua bán ở chợ, hầu hết mọi người đều khẳng định đa số người đi chợ là phụ nữ. Với mục đích tìm hiểu vấn đề nam giới đi chợ sẽ như thế nào, chúng tôi đi vào khảo sát thực tiễn ở chợ Đồng Tháp và nhận thấy số lượng người mua, người bán là nam xuất hiện khá nhiều. Họ đã thể hiện những

nét riêng của mình khi đi chợ. *Đặc điểm quá trình “mặc cả” của người mua nam ở chợ Đồng Tháp* là vấn đề chúng tôi muốn bàn đến ở bài báo này.

2. Đặc điểm quá trình “mặc cả” của người mua nam ở chợ Đồng Tháp

Nhằm thực hiện được nguyên tắc *mua rẻ, bán đắt*, những người đi chợ sau khi hỏi giá và ra giá xong, họ đi vào quá trình mặc cả. Mặc cả là cách người mua đưa ra giá nhiều lần. Cách trả giá từ thấp đến cao là sự mặc cả. Đây là một quá trình thương lượng. Quá trình thương lượng này dài hay ngắn phụ thuộc vào tính cách của từng nhân vật mua bán, vào tính chất của từng mặt hàng. Quan hệ mua bán sẽ được hoàn tất ngay khi người mua cảm thấy đạt được mục đích *mua được*. Từ việc khảo sát 1500 cuộc thoại mua bán của cả nam và nữ ở chợ Đồng Tháp, chúng tôi tập hợp và minh họa qua bảng thống kê như sau:

Nhân vật	Số lượng	Người mua nam		Người mua nữ	
		Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
Cuộc thoại					
Cuộc thoại có mặc cả	666	266	39,9	400	60,1
Cuộc thoại không có mặc cả	834	486	58,3	348	41,7
Tổng	1500	752	50,1	748	49,9

Bảng 1: Bảng thống kê cuộc thoại có mặc cả và không mặc cả của người mua nam – nữ chợ Đồng Tháp

Bảng thống kê trên cho thấy, cuộc thoại của người mua nam và người mua nữ có số lượng tương đương nhau (752/ 748). Tuy nhiên, khi xét cuộc thoại có mặc cả và không mặc cả thì lại có sự chênh lệch. Cụ thể, cuộc thoại có mặc cả của người mua nam ít hơn so với người mua nữ, chỉ chiếm 39,9% (266/ 666). Còn đối với cuộc thoại không có mặc cả thì người mua nam lại có số lượng nhiều hơn người mua nữ, chiếm

58,3% 486/ 834. Sự so sánh trên cho thấy, người mua nữ đi chợ thường kì kèo giá mua lâu hơn nam. Điều đó phản ánh nét tính cách riêng của nữ, là bản tính tiết kiệm. Bởi lẽ, họ là người lo toan việc chi tiêu trong gia đình.

Trong những cuộc thoại người mua nam tham gia thì những cuộc thoại diễn ra quá trình mặc cả ít hơn rất nhiều so với những cuộc thoại không có mặc cả (266/ 486). Họ chỉ trao đổi

với nhau các thông tin cần thiết như: Số lượng hàng, chất lượng hàng, nguồn gốc các mặt hàng và đi đến quyết định mua hay không mua. Tuy những cuộc thoại diễn ra quá trình mặc cả không nhiều nhưng nó lại tạo nên sắc thái riêng của nhân vật nam khi đi chợ. Khi đi vào mặc cả, người mua nam đã lựa chọn các cách mặc cả khác nhau. Cụ thể, theo khảo sát của chúng tôi, có hai cách mặc cả chủ yếu:

Số lượng cuộc thoại mặc cả trực tiếp dùng để khảo sát	Cách trả giá trực tiếp của người mua nam					
	Trả giá một lần		Trả giá nhiều lần			
			Duy trì một giá từ đầu đến cuối		Thay đổi giá nhiều lần	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
172	135	78,5	32	18,6	5	2,9

Bảng 2: Các cách trả giá trực tiếp của người mua nam

Bảng thống kê cho thấy, trong quá trình mặc cả trực tiếp, người mua nam chủ yếu trả giá một lần. Cách trả giá này chiếm tỉ lệ cao nhất (78,5%), gấp 3,6 lần so với cách trả giá nhiều lần. Sau đây chúng tôi đi vào tìm hiểu các cách trả giá cụ thể của người mua nam:

2.1.1. Trả giá một lần

(1) *Mua: Nhiều kí vậy?*

Bán: Anh mua em bán anh hai tám ngàn.

Mua: Hai lăm được rồi.

Bán: Hai tám ngàn à.

Mua: Thôi!

(2) *Bán: Mười ngàn bác ơi, đủ đủ ngọt như đường luôn, ngon quá trời ngon!*

Mua: Ăn tao tám ngàn được rồi.

Bán: Thôi, trả con chín ngàn đi.

Mua: Khỏi.

Bán: Dạ, mở hàng cho bác.

Ở hai cuộc thoại trên, người mua nam trả giá đúng một lần. Sự kì kèo của người bán không làm thay đổi cách trả giá của họ. Họ thích cách giải quyết nhanh gọn, chắc chắn. Khi đưa ra giá trả, người mua nam không trả giá quá thấp so với giá người bán đưa ra. Điều này khác hẳn với nữ, trả từ thấp và nâng dần lên cao.

(3) *Bán: Mua dùm Tư đi con!*

Mua: Nửa kí nhiều?

Bán: Nửa kí chín ngàn nè!

Mua: Nửa kí năm ngàn đi Tư.

- Mặc cả trực tiếp (người mua trực tiếp trả giá)

- Mặc cả gián tiếp (người mua không trực tiếp trả giá)

2.1. Cách mặc cả trực tiếp của người mua nam ở chợ Đồng Tháp

Hành động mặc cả chính thức được diễn ra sau tham thoại ra giá của người bán và bắt đầu bằng việc trả giá của người mua.

Bán: Tám ngàn nha, Tư bớt con một ngàn lấy hên.

Mua: Thôi, sáu ngàn đi, bán đi Tư còn về mà.

Bán: Tám ngàn mới được.

Mua: Chịu Tư luôn!

Trước cách trả giá đó của nam, cuộc mua bán sẽ nhanh chóng đạt đến đích giao tiếp, có thể thành công *thuận mua vừa bán* (VD2), có thể không thành công *không thỏa thuận được giá* (VD1), người mua sẽ bỏ đi sang hàng khác không trả giá thêm một lần nào nữa. Đây là cách trả giá xuất hiện nhiều nhất của người mua nam ở chợ Đồng Tháp. Cách trả giá này biểu hiện tích cách nam tính của nam giới khi đi chợ. Phái mạnh trong cách ứng xử ưa cách nói ngắn gọn, dứt điểm. Và đồng thời, một số nam giới khi đi chợ có phần e ngại phải trả giá nhiều lần vì đi chợ - công việc vốn dĩ thuộc về phụ nữ. Kì kèo lên xuống, bớt trước, bớt sau, giải quyết vấn đề dài dòng vốn là bản tính của nữ giới. Và lại, trong quan niệm của cộng đồng cũng như trong quan niệm của nam giới về bản thân thì họ là người của phái mạnh không chỉ trên phương diện thể chất mà còn trên phương diện tinh thần, ứng xử... Vì thế, người nam không thích sự kì kèo quá lâu như nữ. Đây là một căn cứ phản ánh sự chi phối giới tính trong việc lựa chọn cách trả giá một lần là chủ yếu.

2.1.2. Trả giá nhiều lần

2.1.2.1. Trả giá bằng cách duy trì một giá từ đầu đến cuối

So với cách trả giá một lần, số lượng cuộc thoại trả giá nhiều lần xuất hiện không nhiều, chỉ chiếm 21,5% (37/ 172). Trong cách trả giá nhiều lần, người mua nam chủ yếu lựa chọn cách trả giá bằng cách duy trì một giá từ đầu đến cuối.

(4) *Mua: Cua nhiều kí đi?*

Bán: Năm ngàn.

Mua: Bốn ngàn đi!

Bán: Bốn ngàn không có lời chú ơi.

Mua: Bốn ngàn đi, con lấy hết.

Bán: Thôi, bán cho chú luôn đó.

(5) *Mua: Áo này nhiều?*

Bán: Bốn lăm anh. Anh mua cặp bớt anh năm ngàn.

Mua: Bốn mươi đi. Mới mua này bốn mươi cái.

Bán: Quầy đằng đằng không liên quan gì quầy đằng này hết. Áo xịn anh ơi. Em bảo đảm anh.

Mua: Cũng vậy thôi!

Bán: Sao vậy được anh? Ta lấy đồ rẻ thì bán rẻ, lấy đồ mắc thì bán mắc. Anh về mặc không vừa ý thì đưa ra đây đổi lại.

Mua: Bốn mươi.

Bán: Cái đó bốn lăm anh.

Mua: Hai cái bốn mươi được không?

Bán: Không anh ơi.

Mua: (bỏ đi).

Ở cuộc thoại (4), (5) người mua trả giá nhiều lần nhưng vẫn giữ nguyên một giá. Người bán sau quá trình đưa ra nhiều lí do để thuyết phục người mua tin giá bán của mình là đúng như so sánh giá mua vào với giá bán ra *không có lời chú ơi, sao đủ vốn*, tự khen mặt hàng của mình *áo xịn, cam đoan chất lượng mặt hàng bảo đảm anh*, trình bày lí do *ta lấy đồ rẻ thì bán rẻ, lấy đồ mắc thì bán mắc...* biết là không thể thay đổi được giá của người mua hoặc là đồng ý bán hàng (VD4) hoặc là không (VD5). Qua cách trả giá này, người mua nam đã thể hiện lập trường vững vàng và tính quyết đoán của mình, nói một là một không thay đổi. Có lẽ vì, họ tự cho rằng mình đã nắm đúng giá các mặt hàng đang mua.

2.1.2.2. Trả giá bằng cách thay đổi giá nhiều lần

(6) *Mua: Tôm nhiều?*

Bán: Mười hai.

Mua: Nhỏ xiu mà mười hai.

Bán: Ý anh muốn nhiều?

Mua: Bảy chục.

Bán: Không.

Mua: Tám chục được không?

Bán: Cho em chín chục đi anh ơi, bảy hai ngàn.

Có thể nói, kiểu trả giá này ở người mua nam xuất hiện rất ít ỏi chỉ chiếm 2,9 % (5/172). Khi thay đổi giá, thông thường họ cũng chỉ thay đổi hai lần trong một cuộc thương lượng. Nếu sau hai lần không được thì họ liền chấm dứt cuộc mua bán. Hầu như không có một cuộc thoại nào kéo dài đến ba lần thay đổi giá. Trong khi đó, người mua nữ lại lựa chọn cách trả giá này rất nhiều. Bản tính thích kì kèo dài dòng, trả giá từ thấp lên cao buộc họ phải trả giá nhiều lần. Tuy nhiên, khi người mua nam lựa chọn cách trả giá này, họ cũng tỏ ra mình là người cẩn thận trong việc trả giá, không quá vội vàng với mục đích mua được đúng giá.

2.2. Cách “mặc cả” gián tiếp của người mua nam ở chợ Đồng Tháp

Với vai trò là *con người của xã hội* khác phụ nữ *con người của gia đình*, người đàn ông khi đi chợ trong quá trình *mặc cả* được phân ra thành hai nhóm riêng biệt. Một số người tỏ ra chắc chắn trong quá trình trả giá, chỉ trả giá đúng một lần khiến người bán khó kì kèo dài dòng và *ép giá*. Lúc này, người bán phải đưa ra quyết định bán hoặc không bán một cách nhanh chóng. Bởi, đi chợ - một công việc nam giới quan niệm là việc phụ so với việc mà trọng trách nam giới phải gánh vác, thì sự chờ đợi quá lâu là điều mà họ không thích (nhất là trong mua bán các mặt hàng lật vật như: *rau, củ, quả, cá...*). Một số khác lại tỏ ra hết sức lưỡng lự khi đưa ra giá cụ thể để trả. Có lẽ do một phần ít phải đi chợ, một phần thiếu thông tin về giá cả mặt hàng nên họ không tự tin trong việc trả giá. Bởi vậy, ngay từ giai đoạn thiết lập cuộc mua bán, một số người mua nam đi chợ còn phải trải qua giai đoạn *khảo giá* để nắm được

thông tin. Có nghĩa là, đối với mặt hàng cần mua, vào sạp hàng nào họ cũng hỏi giá rồi đi hoặc đi một vòng nghe người khác hỏi giá và trả giá. Sau đó, cuộc mua bán sẽ được diễn ra ở một sạp hàng khác khi họ tin mình đã lựa chọn được giá đúng, phù hợp. Sự không tự tin trong mua bán đó lại được lặp lại ở giai đoạn *mặc cả* và được thể hiện qua cách *mặc cả* gián tiếp. Họ không đưa ra một giá cụ thể mà *ướm thử giá* bằng các hành động khác. Thông thường, trong một cuộc mua bán nếu người mua nữ trả giá thật nhiều lần, thái độ của mỗi lần trả giá khác nhau, lần trả giá nào cũng đưa ra giá cụ thể để đạt mục đích *mua được giá rẻ* thì người mua nam không hẳn vậy. Điều họ mong muốn đầu tiên khi đi chợ là *mua được đúng giá* đã. Cách *mặc cả* này chỉ mong người bán cho giá cụ thể hoặc để người bán tự lựa chọn giá phù hợp. Nếu người bán không hạ giá thì họ vẫn sẵn sàng mua với giá người bán đưa ra khi họ cho giá của người bán là chấp nhận được. Cách ứng xử này khác hẳn với lối ứng xử trong cuộc sống bình thường ở những vấn đề khác. Nam thường dùng cách nói trực tiếp, nói thẳng mọi vấn đề còn nữ ưa lối nói gián tiếp, nói vòng vo. Sau đây, chúng tôi đi vào tìm hiểu một số cách *mặc cả* gián tiếp:

2.2.1. Gián tiếp trả giá bằng hành động hỏi

(7) *Bán: Mua đi anh.*

Mua: Nhiều?

Bán: Bốn trăm ngàn.

Mua: Bớt không?

Bán: Không nói thách đâu anh.

Mua: Thôi, bớt không thì mua?

Bán: Nhiều cũng vậy à.

Mua: Thôi. (bỏ đi)

(8) *Bán: Mười năm.*

Mua: Bớt không?

Bán: Không.

Mua: Bớt không, tui mua nhiều mà?

Bán: Mười hai, mở hàng lấy hên cho

chú.

Chúng ta biết rằng, khi gặp một vấn đề nào đó chưa biết hoặc còn nghi ngờ thì người nói thường đưa ra hành động hỏi. Ở hai cuộc thoại trên, người mua nam đã gián tiếp trả giá bằng hành động hỏi *bớt không*. Hành động hỏi này

ngầm ẩn người mua nam không đồng ý với giá người bán đưa ra nhưng lại không biết đưa ra giá cụ thể để trả. Hành động hỏi xuất hiện hai lần và kết thúc người mua từ chối mua hàng khi người bán cam đoan giá họ đưa ra là đúng (VD7), còn khi người bán buộc phải hạ giá (VD8) người mua nam chấp nhận mua hàng. Chọn cách *mặc cả* này, người mua nam hiểu người bán sẽ tự biết nên bán giá nào phù hợp trong khi cảm thấy mình chưa nắm chắc giá. Chỉ khi nào người bán tự hạ giá, nếu người mua nam vẫn không chấp nhận giá đó thì họ mới mạnh dạn trả giá trực tiếp bằng cách đưa ra một giá cụ thể để người bán xem xét.

2.2.2. Gián tiếp trả giá bằng hành động yêu cầu bớt giá

(9) *Mua: Dạ dày đó?*

Bán: Bốn tám ngàn.

Mua: Bớt đi.

Bán: Bốn tám ngàn, ông ơi!

Mua: Bớt đi, tao mua nhiều cho.

Bán: Bây giờ nè, hàng này ba mươi, hàng này bốn trăm, giờ cân cho bình quân ba trăm, mở hàng xôm xôm đi, cân dặt cho.

Mua: Rồi, cân đi.

Bớt đi là hành động yêu cầu giảm giá. Người bán trong hoàn cảnh mua bán đó, hiểu được ý định của người mua nên ở cuộc thoại trên họ tự hạ giá bán của mình xuống để thuyết phục người mua mua hàng. Ở cách trả giá này cùng với cách trả giá trên, một số người mua nam còn sử dụng thêm hành động nêu điều kiện đi kèm mục đích để người bán bớt giá, bán rẻ cho mình như: *bớt không, tao mua nhiều mà* hoặc *bớt đi, tao mua nhiều cho* mặc dù không tự tin đưa ra giá cụ thể nhưng khi nêu điều kiện *nếu bớt giá thì sẽ mua nhiều hàng* thì người mua nam tỏ ra nắm bắt được tâm lý của người bán muốn bán được nhiều hàng càng tốt để tránh tình trạng hàng bị ế hoặc muốn bán nhanh mà vẫn không bị lỗ vốn.

2.2.3. Gián tiếp trả giá bằng hành động im lặng

Tác giả Nguyễn Đức Dân cho rằng: “*Sự im lặng cũng là một cách trả lời. Đó là một hành vi ngôn ngữ với những chiến thuật giao tiếp xác định*”. Theo khảo sát của chúng tôi, người mua

nam khi đi chợ đồng ý hay từ chối hành động này đều được sử dụng rất nhiều. Trong giai đoạn mặc cả, người mua nữ thường nói rất nhiều thì một số người mua nam lại chỉ *im lặng*. *Im lặng* ở đây không phải trước câu hỏi người bán đặt ra mà là trước câu hỏi đáp giá hoặc ra giá của người bán. Nó được hiểu là sự trả giá bằng cách không đồng ý giá. Trước những người mua như vậy, người bán buộc phải thay đổi giá nhiều lần.

(10) *Mua: Cá rô nhiều kí chị?*

Bán: ba lăm ngàn.

Mua: (im lặng)

Bán: Chú ơi, trả nhiều chú?

Mua: (im lặng)

Bán: bán chú ba hai đó.

Mua: (im lặng)

Bán: Thế, ba mươi chú mua được không?

Mua: Bắt đi, mần dùm đi.

Với bản tính không thích nói quá nhiều, lựa chọn cách trả giá này cũng là một nét riêng của người mua nam khi đi chợ.

2.3. Một số dấu hiệu hình thức đánh dấu thái độ trả giá của người mua nam ở giai đoạn “mặc cả”

Để thể hiện thái độ trong quá trình *mặc cả*, người mua nam ở chợ Đồng Tháp không chỉ đưa ra mức giá cụ thể mà song song với việc làm này là việc sử dụng các tình thái từ và từ để hỏi một cách hữu hiệu. Tìm hiểu những phương tiện này, chúng ta sẽ thấy những sắc thái biểu hiện khác nhau trong thái độ trả giá.

2.3.1. *Sử dụng tình thái từ đi kèm*

Các tình thái từ được người mua nam sử dụng ở giai đoạn này chủ yếu là tình thái thể hiện sắc thái thúc giục, dứt khoát, khẳng định là chủ yếu. Đó là các từ: *đi, thôi, rồi, được rồi*.

(11) *Bán: Này, hai lăm ngàn lấy chừng hai tư ngàn đó, lố lấy hết dùm chị nhé.*

Mua: Thôi, hai mươi thôi.

(12) *Bán: Hai lăm một trăm.*

Mua: Hai ngàn được rồi.

(13) *Bán: Bốn ngàn rưỡi đó.*

Mua: Bốn ngàn đi.

(14) *Bán: Này, mười hai ngàn nè, lấy hết nhen!*

Mua: Rồi, mười ngàn, rồi.

Sử dụng tình thái từ *đi* (VD13) người mua nam thể hiện thái độ thúc giục và mong muốn người bán ngay lập tức thực hiện hành động bán hàng với giá mình đã trả. Ở đây, tiểu từ tình thái từ *đi* không bao hàm sắc thái nài nỉ, vì nó xuất hiện ngay từ lần trả giá đầu và cũng chỉ trả giá một lần. Nếu lần trả đó không thành công thì người mua nam sẽ bỏ sang hàng khác. Còn tiểu từ tình thái *thôi* (VD11), *rồi* (VD14), hoặc tổ hợp từ tình thái *được rồi* (VD12), *cho rồi* ... đứng đầu câu hoặc cuối câu, có thể vừa đứng đầu câu vừa đứng cuối câu là sự báo hiệu sẽ kết thúc cuộc trả giá. Đối với nữ, các tình thái từ này thường được sử dụng ở lần trả giá cuối cùng, còn nam xuất hiện ngay từ lần đầu tiên. *Thôi, rồi...* không mang sắc thái trì hoãn mà là sự dứt khoát, tính quyết định có phần nào gán với tính bắt buộc người bán phải trả lời ngay và không chờ đợi để có sự thương lượng tiếp. Tính dứt khoát của các tình thái từ trên vì thế rất cao. Đây là một nét riêng trong bản tính của nam ưa cách giải quyết nhanh, gọn, dứt điểm, không nhập nhằng quá lâu. Riêng từ *được rồi*, người mua nam muốn báo cho người bán biết giá ấy đúng với giá trị thực của hàng hóa, khó để *nài giá* được. Bên cạnh đó, người mua nam còn sử dụng các tình thái từ *he, ghen, nhen...* nhưng số lượng này không nhiều.

2.3.2. *Sử dụng từ để hỏi*

Các từ để hỏi trong tham thoại trả giá của nam thường dùng là *được không?*, *bán không?*, *chịu không?*... Chẳng hạn: *Ba ngàn được không? hai lăm chịu không? Nửa kí mười ngàn bán không?* Những từ này xuất hiện ngay từ lần trả đầu tiên. Nếu với nữ, từ *được không* thường xuất hiện ở lần trả thứ nhất với thái độ bình thường, từ *chịu không*, *bán không* chủ yếu xuất hiện ở lần trả thứ hai, thứ ba với thái độ miễn cưỡng, khó chịu, bực bội. Trong khi đó ở nam, khi trả giá có các từ này đi kèm, nam tỏ ra rất bình thường. Đó là những cách trả giá thông thường. Đặc biệt, khi sử dụng những từ để hỏi

trên, để tạo ra sự thân mật, gần gũi, tăng tính lịch sự cho lời nói, người mua nam còn sử dụng phối hợp với các từ hô gọi *được không chị Ba?*, *Chịu không dì Tư?*, *bán không cô Hai?*.

2.4. Một số hành động ngôn ngữ phụ thuộc ở giai đoạn “mắc cả” của người mua (nam) ở chợ Đồng Tháp

Với mục đích giảm giá, mua được đúng giá, giá rẻ, trong quá trình mắc cả hành động phụ thuộc người mua nam sử dụng chủ yếu là hành động chê (chê giá, chê hàng). Còn hành động ép giá hầu như không xuất hiện. Điều này khác hẳn với nữ, hai hành động này đều xuất hiện.

2.4.1. Hành động chê giá người bán đưa ra

Trong cách nghĩ của người mua, giá người bán đưa ra bao giờ cũng đắt. Người mua không mấy khi thấy bằng lòng, thỏa mãn giá ngay từ lần đầu tiên biết giá. Chê giá là một cách để có cơ sở đưa ra giá thấp hơn, người mua chê giá bằng nhiều cách:

2.4.1.1. Chê bằng cách than phiền giá

Ở chợ Đồng Tháp, khi người bán đưa ra giá quá cao, người mua nam cũng như người mua nữ thường biểu thị thái độ phản ứng của mình bằng cách kêu ca, phàn nàn với người bán. Dấu hiệu hình thức đánh dấu hành động này là các yếu tố cảm thán *trời, dữ vậy trời, ừ, ừ dữ vậy...*

(15) Bán: *Nửa kí mười bảy ngàn.*

Mua: *Trời!*

(16) Bán: *Dạ, mở hàng trả con mười ngàn.*

Mua: *Dữ vậy trời!*

Những thán từ này có tác dụng biểu thị rõ thái độ của người mua trong việc thể hiện sự than phiền kêu ca của mình khi quá bất ngờ và ngạc nhiên về giá người bán đưa ra. Đúng như Nguyễn Tài Căn nhận xét: “*Đây là lớp từ chuyên biểu đạt cảm xúc, lớp từ bộc lộ trực tiếp sự kích động trong tình cảm của chủ quan người nói đứng trước một hiện thực*” (2, tr. 325).

Ngoài việc sử dụng lớp từ chuyên biểu đạt cảm xúc, người mua nam còn than phiền giá bằng cách đưa ra các câu hỏi:

(17) Bán: *Bốn trăm ngàn kí à.*

Mua: *Có ngon không mà mắc vậy trời?*

(18) Bán: *Mười năm ngàn.*

Mua: *Sao mắc vậy? Bán gì mắc dữ à?*

Mắc là tính từ. Theo *Sổ tay phương ngữ Nam Bộ* của Nguyễn Văn Ái: Mắc có hai nghĩa: (1) là bận (mắc nhiều việc); (2) là đắt (bán mắc) (1, tr.250). Ở đây, mắc có nghĩa là đắt. Nếu người mua nữ thích sử dụng một lối nói giàu tính cường điệu và khuếch đại *mắc quá trời, mắc dữ dần, mắc quá trời quá đất* để phóng đại giá nhằm tăng hiệu quả cao cho hành động chê thì người mua nam khi sử dụng các câu hỏi này lại chê giá một cách chừng mực, không cố ý gây tác động cao nhất về phía người bán.

2.4.1.2. Chê bằng cách so sánh

Người mua nam đi chợ cũng giống như người mua nữ khi muốn làm nổi bật giá người bán đưa ra là quá đắt nhằm mục đích để chê, họ cũng sử dụng cách so sánh như: *Sao trong tiệm người ta bán hai mươi ngàn, bốn mươi đi, mới mua này bốn mươi cái*. Như vậy, người mua thường so sánh giá nơi này khác giá nơi khác. Với kiểu chê bằng hình thức này, người mua buộc người bán phải xem xét lại giá hiện tại và tránh cho bản thân mình không bị mua hớ, mua đắt. Đồng thời, người mua muốn thông qua hành động chê giá để thăm dò thái độ người bán.

2.4.2. Hành động chê hàng

Chê hàng trong quá trình trả giá mục đích giảm giá:

(19) Mua: *Nhỏ nhỏ không.*

Bán: *Đâu nhỏ đâu cậu, bự đó mà.*

Mua: *Chút chút ông ơi.*

(20) Mua: *Cá nhỏ gì ba ngàn dữ.*

Bán: *Không tin anh hỏi thử coi.*

Ở chợ Đồng Tháp, người mua nam khi chê hàng thường sử dụng chủ yếu các từ láy hoàn toàn nhỏ nhỏ, chút chút, vàng vàng... hoặc tính từ là từ đơn như: *chết, nhỏ, sinh, ươn ...*. Riêng các tính từ tuyệt đối *chết queo, trắng xát, chua lè, ươn sinh, ươn sè...* hay lối nói quá *mập ú í, mập chầy mỡ...* được sử dụng nhưng không nhiều. Vì vậy, xét về sắc thái biểu hiện của hành động chê, mức độ chê của người mua nam

không quá gay gắt, sắc thái nghĩa được giảm nhẹ hơn. Trong khi đó, người mua nữ lại phát huy tối đa tác dụng của các tính từ tuyệt đối, sử dụng lối nói quá.

Như vậy, suốt quá trình mặc cả, người mua ở chợ Đồng Tháp chủ yếu sử dụng hành động phụ thuộc chính là hành động chê. Sử dụng hành động này nhằm mục đích phục vụ cho lợi ích của người mua là phải làm sao để mua được giá rẻ mà hàng lại ngon.

3. Kết luận

Trên đây chúng tôi đã đi vào tìm hiểu đặc điểm quá trình mặc cả của người mua nam ở chợ Đồng Tháp qua hai cách mặc cả chủ yếu: Mặc cả trực tiếp và mặc cả gián tiếp. Lựa chọn cách mặc cả nào đi nữa đều cốt làm sao mua được hàng không chỉ hợp lí giá mà còn rẻ.

Ở mỗi cách mặc cả đều chịu sự chi phối của giới tính trong việc lựa chọn và sử dụng ngôn ngữ. Đồng thời, nó cũng thể hiện nét riêng trong cách ứng xử của nam giới khi đi chợ. Đó là tính quyết đoán, thích giải quyết vấn đề nhanh gọn, không kì kèo dài dòng.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Văn Ái (1987), *Sổ tay phương ngữ Nam Bộ*, Nxb Cửu Long.
2. Nguyễn Tài Cẩn (1975), *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb Đại học và Trung học chuyên nghiệp.
3. Đỗ Hữu Châu (2001), *Giản yếu ngữ dụng học*, Nxb Đại học Huế.
4. Nguyễn Đức Dân (1998), *Ngữ dụng học*, tập 1, Nxb Giáo dục.
5. Nguyễn Văn Khang (1999), *Ngôn ngữ học xã hội - Những vấn đề cơ bản*, Nxb Khoa học xã hội.
6. Đỗ Thị Kim Liên (2005), *Giáo trình ngữ dụng học*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. Dương Thị Tú Thanh (1994), *Cặp thoại trong giao tiếp mua bán hiện nay*, Luận văn Thạc sĩ Ngữ văn, Trường Đại học sư phạm Hà Nội.
8. Trần Thanh Vân (2006), *Tham thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp*, Luận văn Thạc sĩ Ngữ văn, Trường Đại học Vinh.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 15-03-2010)

(Những nhân tố xã hội...tiếp theo trang 14)

Thậm chí là với cả các nhà hoạt động chính trị, tôn giáo, văn hóa cao cấp, nổi tiếng. Các cuộc đối thoại, phỏng vấn giữa hai người hoặc nhiều người diễn ra rất bình đẳng, tự nhiên, không hề có hàng rào ngăn cách về địa vị xã hội. Thậm chí nhiều khi trong tranh luận còn sinh ra những câu hỏi, những vấn đề, những ngôn từ “đầy gai góc” như chính cuộc sống đang diễn ra.

Trong xã hội Nga xuất hiện những lớp người mới, trẻ tuổi, có tài diễn thuyết, hùng biện. Số người xuất thân từ trong quần chúng nhân dân bình thường cũng thường xuyên “đăng đàn” phát biểu trước công chúng, hoặc tham gia giao tiếp với đông đảo công chúng trong xã hội, bày tỏ những ý kiến riêng của mình, những quan điểm, suy tư cá nhân.

Tài liệu tham khảo

1. Гридина Т. А. *Языковая игра: стереотип и творчество*. – Екатеринбург, 1996. с. 4, 198.
2. Балыхина Т. М. *Проблемы функционирования и преподавания русского языка в АТР*. Сборник научных статей. Малайзия. 2007.
3. Колесов В. В. *Жизнь происходит от слова*. – М.: Златоус. Спб., 1999.
4. Костомаров В. Г. *Языковой вкус эпохи*. Изд. 3-е, испр. и доп. – СПб.: «Златоус», 1999. – 320 с.
5. *Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест*. – М.: Наука, 2003.
6. Санников В. И. *Русский язык в зеркале языковой игры*. М.: Языки русской культуры, 1999. с. 164
7. Харченко В. К. *Современная речь*. – М., 2006.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 10-09-2009)