

ĐẶC TRƯNG GIỚI QUA VIỆC SỬ DỤNG TỪ TÌNH THÁI TRONG PHẦN DẪN NHẬP CUỘC THOẠI MUA BÁN Ở CHỢ ĐỒNG THÁP

GENDER FEATURES INDICATED IN MODAL VOCABULARY USE
IN THE INTRODUCTORY SECTION OF DEALING DIALOGUES

AT DONG THAP MARKET

TRẦN THANH VÂN

(TS; Đại học Đồng Tháp)

Abstract: Our main purpose in this paper is to uncover a couple of discrepancies between males and females (buyer and seller) in their use of modal vocabulary with regard to use frequency, tokens and functions. Our investigation shows that apart from other shared points, most males and females used quite a great deal of modal vocabulary from the Southern dialect, in which the discrepancies were clearly found. The female employed the modal vocabulary more often than the other sex. Those used by the female at high frequencies were of request, appeal and complaint. Meanwhile, the male tended to express modalities of the vocative and urgent request. Each gender has its own ways of modal vocabulary use to start dealing dialogues.

Keywords: Gender; modal vocabulary; introductory section; dealing; Dong Thap market.

1. Mở đầu

Tình thái trong một phát ngôn là sự thể hiện cảm xúc, thái độ, sự đánh giá của người nói đối với nội dung thông báo trong phát ngôn. Tác giả Nguyễn Văn Hiệp đã rất đúng khi cho rằng: “*Không có tình thái, nội dung được thể hiện trong câu nói chỉ là những mảng nguyên liệu rời rạc. Bally đã rất đúng khi cho rằng, tính tình thái chính là linh hồn của phát ngôn, mà nói rộng ra là của ngôn ngữ trong hoạt động nói chung*” [3, tr. 77].

Hiện nay, vấn đề nghiên cứu về từ tình thái đã được rất nhiều tác giả quan tâm. Tuy nhiên, nghiên cứu từ tình thái gắn với giới trong giao tiếp mua bán ở chợ vẫn là vấn đề chưa từng được ai đề cập tới. Vì vậy, bài viết đã đi vào tìm hiểu đặc trưng giới tính qua việc sử dụng từ tình thái trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp. Mục đích của chúng tôi qua bài viết này là chỉ ra một số nét khác biệt giữa nam giới và nữ giới (người mua, người bán) khi sử dụng từ tình thái, rút ra những đặc trưng riêng trong việc sử dụng từ tình thái của những con người thuộc vùng đất Nam Bộ so với các vùng khác, đồng thời thấy được tầm quan trọng của việc sử dụng từ tình thái để mở đầu một cuộc giao tiếp nói chung và giao tiếp mua bán nói riêng.

2. Từ tình thái trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp gắn với giới

Phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ là phần cả người bán và người mua chưa đi vào nội dung chính của cuộc mua bán. Người bán dẫn nhập để mời chào khách hàng, người mua dẫn nhập để thăm dò thứ hàng mình cần mua. Vì vậy, sử dụng từ tình thái ngay từ giai đoạn đầu tiên thiết lập cuộc mua bán là rất cần thiết. Thứ nhất, tình thái từ là phương tiện hữu hiệu nhất để nhân vật mua bán bộc lộ thái độ. Nó như chất xúc tác làm cho lời dẫn nhập thêm phần thân mật, gần gũi, nhẹ nhàng, mang tính biểu cảm cao. Thứ hai, từ tình thái còn thể hiện dấu ấn địa phương của cá nhân sống ở vùng đó. Khảo sát 814/2000 cuộc thoại mua bán có phần dẫn nhập, chúng tôi nhận thấy có 732 lần xuất hiện từ tình thái. Đứng ở góc độ giới tính để xem xét, chúng tôi thấy mỗi giới có cách sử dụng các từ tình thái riêng.

2.1. Các từ tình thái được vai nam, nữ sử dụng

Kết quả khảo sát của chúng tôi cho thấy các từ tình thái được vai nam, nữ sử dụng trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp khá đa dạng và phong phú, có tới 16 từ: *đi, thôi, luôn, ơi, à,*

hả, nha, nghen, nè, he, nghe, coi, trời, vậy trời, ề, hen. Trong 16 từ tình thái đó, có 5 từ thuộc về từ toàn dân (*đi, thôi, ơi, à, hả,*), còn lại 11 từ tình thái thuộc phương ngữ Nam Bộ. Như vậy, số lượng từ tình thái thuộc phương ngữ Nam Bộ xuất hiện nhiều hơn. Bởi, chợ mà chúng tôi điều tra là chợ tỉnh Đồng Tháp, một tỉnh thuộc vùng Nam Bộ nên đặc trưng ngôn ngữ vùng miền được thể hiện khá rõ.

2.2. Tần suất sử dụng từ tình thái

Khảo sát 814/2000 cuộc thoại mua bán có phần dẫn nhập, thống kê tần số xuất hiện và tần suất sử dụng các từ tình thái của vai nam, nữ, chúng tôi thu được kết quả cụ thể thể hiện ở bảng 1.

Bảng 1: Bảng thống kê tần số xuất hiện và tần suất sử dụng các từ tình thái của vai nam, nữ

Nhân vật		Số lượng cuộc thoại có phần dẫn nhập dùng để khảo sát	Tần số xuất hiện	Tần suất sử dụng
Người bán	Nam	426	413	0,97
	Nữ	271	307	1,13
Người mua	Nam	71	6	0,08
	Nữ	46	6	0,13

Kết quả thống kê ở bảng 1 thể hiện con số so sánh cụ thể giữa nam giới và nữ giới trong việc sử dụng từ tình thái. Nữ giới sử dụng từ tình thái thường xuyên hơn nam giới. Về phía người bán, trung bình cứ 100 cuộc thoại người bán là nữ (NBLNU) dẫn nhập có 113 lần sử dụng từ tình thái, còn trung bình cứ 100 cuộc thoại người bán là nam (NBLNA) dẫn nhập có 97 lần sử dụng từ tình thái. Về phía người mua, trung bình cứ 100 cuộc thoại người mua là nam (NMLNA) dẫn nhập chỉ có 8 lần sử dụng từ tình thái, còn đối với người mua là nữ (NMLNU) có tới 13 lần sử dụng. Việc nữ giới thường xuyên sử dụng các từ tình thái đã tạo cho lời nói của họ mang sắc thái thân mật, nhẹ nhàng hơn nam giới. Trái lại, nam giới nếu là người mua vì ít sử dụng các từ tình thái nên lời nói của họ có phần khô khan. Còn nếu là người bán nam, lời nói của họ tuy ít dùng từ tình thái nhưng vẫn tạo được ấn tượng, dễ đi vào lòng người và có sức tác động rất lớn đối với người mua. Bởi lẽ, trong các

phương tiện biểu thị tình thái của tiếng Việt, ngoài từ tình thái ra còn có ngữ điệu. Ngữ điệu là âm điệu của lời nói, thể hiện ở câu nói được phát âm cao hay thấp, nhanh hay chậm, liên tục hay ngắt quãng. Việc thay đổi ngữ điệu trong câu sẽ làm cho ý nghĩa tình thái trong câu khác đi. NBLNA mặc dù không sử dụng từ tình thái thường xuyên như NBLNU nhưng vẫn thể hiện được phong cách bán hàng đầy nhiệt tình, sôi nổi, vui vẻ, thoải mái của mình thông qua ngữ điệu nói của họ. Như vậy, trong bán hàng, ngoài việc cạnh tranh về giá cả, chất lượng thì còn có sự cạnh tranh bằng sự thân thiết với khách hàng. NBLNU đã phát huy tối đa hiệu quả của các từ tình thái, còn NBLNA sử dụng phối hợp nhiều phương tiện ngôn ngữ: ngữ điệu và từ tình thái. Vì vậy, ở phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, chúng tôi thấy cả NBLNA và NBLNU đều muốn thiết lập quan hệ thân mật, vun tới sự gần gũi, thân thiện với khách hàng mua.

2.3. Tần số xuất hiện các loại từ tình thái của vai nam, nữ

Kết quả khảo sát các loại từ tình thái được vai nam, nữ sử dụng trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán được chúng tôi thể hiện ở bảng 2.

Kết quả thống kê ở bảng 2 cho thấy các loại từ tình thái được vai nam nữ sử dụng ở phần dẫn nhập gồm: tình thái từ dùng để hỏi, tình thái gọi đáp, tình thái từ để giới thiệu hàng, tình thái cầu khiến và tình thái than phiền. Trong các loại từ tình thái đó, tình thái từ xuất hiện nhiều nhất ở nam là tình thái từ để giới thiệu hàng (chiếm 36,28%), còn nữ là tình thái cầu khiến (chiếm 59,42%). Đồng thời, bảng thống kê cũng cho thấy nam giới không sử dụng tình thái từ thể hiện thái độ than phiền, nữ giới có sử dụng. Để hiểu rõ hơn sắc thái nghĩa tinh tế của các loại tình thái từ được vai nam, nữ sử dụng, chúng tôi đi vào phân tích cụ thể:

2.3.1. Dùng tình thái từ để giới thiệu hàng

Một trong những cách thức thu hút khách hàng của người bán ở phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp là sử dụng các từ tình thái đi kèm các từ chỉ nội dung để giới thiệu,

Bảng 2. Bảng số lần xuất hiện và tỉ lệ các tình thái từ của vai nam, nữ

TT	Giới tính Các tình thái từ		Nam				Nữ			
			Số lần xuất hiện		Tỉ lệ %		Số lần xuất hiện		Tỉ lệ %	
1	Tình thái từ dùng để giới thiệu hàng	Nè	152	76	36,28	50,00	63	38	20,13	60,32
		luôn		59		38,82		10		15,87
		thôi		9		5,92		3		4,76
		À		8		5,26		12		19,05
2	Tình thái cầu khiến	Đi	138	130	32,93	94,20	186	173	59,42	93,01
		nha		5		3,63		0		0,00
		coi		3		2,17		13		6,99
3	Tình thái gọi đáp	Ồ	123	120	29,36	97,56	52	48	16,61	92,31
		Ê		3		2,44		4		7,69
4	Tình thái từ dùng để hỏi	hả	6	1	1,43	16,67	5	1	1,60	20
		nghen/ nghe		3		50,00		2		40
		Hev/he		2		33,33		2		40
5	Tình thái kêu ca, than vãn	trời	0	0	0	0	7	1	2,24	14,28
		trời ơi		0		0		3		42,86
		vậy trời		0		0		3		42,86
Tổng			419	100	100	313	100			

quảng cáo chất lượng mặt hàng. Đó là các từ: *nè*, *luôn*, *thôi*, *à*... Các từ này được NBLNA sử dụng nhiều hơn NBLNU' (36,28% so với 20,13%).

a. Tình thái từ *nè*

Từ điển từ ngữ Nam Bộ định nghĩa: “*Nè* là từ đứng đầu hoặc cuối câu để tình thái hóa câu với ý nhấn mạnh, tập trung sự chú ý của người đối thoại” [9, tr. 860]. Khi dùng để giới thiệu hàng, *nè* bộc lộ sắc thái nghĩa thu hút sự chú ý vào nội dung mà người bán thông báo. Vì vậy, *nè* thường đứng sau từ chỉ tính chất tốt của hàng hoặc từ chỉ hàng: *bông bí ngon nè*, *bông điên điển nữa nè!*. Khi *nè* đứng sau từ chỉ giá tiền *mười tám*

ngàn một kí nè thì *nè* có tác dụng nhấn mạnh giá rẻ. Còn đi sau *nè* bao giờ cũng là từ gọi người đối thoại (người mua) như: *Nè chị Ba*, *nè bà*, *nè cô*... Cho nên, ngoài ý nghĩa giới thiệu hàng, *nè* còn bao gồm sắc thái mời gọi. Phương ngữ Bắc Bộ không dùng *nè* mà dùng *này*. Trong các tình thái từ dùng để giới thiệu hàng thì *nè* là từ được NBLNA và NBLNU' sử dụng nhiều nhất. NBLNA sử dụng *nè* để giới thiệu hàng 76 lần, chiếm 50%, còn NBLNU' sử dụng 38 lần, chiếm 60,32%.

b. Tình thái từ *luôn*

Tình thái từ này xuất hiện ở NBLNA nhiều hơn NBLNU', ở NBLNA là 38,82%, ở

NBLNU chỉ có 15,87%. Khảo sát phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp gắn với vai nam, nữ có *luôn* xuất hiện, chúng tôi xếp *luôn* vào từ tình thái dùng để giới thiệu hàng. Ở đây, *luôn* bộc lộ các nét nghĩa sau:

Ở kết cấu “*Từ chỉ giá/ Tính chất của giá - luôn*”, *luôn* bộc lộ nét nghĩa nhấn mạnh giá cả quá rẻ, bán rất nhanh, không nói thách. Chẳng hạn:

(1) Mừng giảm giá đây, hai lăm hai lăm luôn!

(2) Mười ngàn, mười ngàn một cái luôn!

Kết cấu này được NBLNA sử dụng là chủ yếu. Bởi, nó phù hợp với các mặt hàng đồ xô, đồ đồng... Mục đích của NBLNA khi dùng *luôn* ở đây là tỏ ý muốn bán tháo, bán xô luôn với giá rẻ để giải quyết nhanh không còn kiếm lời lãi gì nhiều nữa. Phong cách nói của NBLNA khi có từ *luôn* xuất hiện cũng rất nhanh, mạnh. Cách nói năng này chỉ xuất hiện ở nam giới, nữ giới luôn nói nhẹ nhàng, từ tốn.

Ở kết cấu thứ hai: “*Từ chỉ tính chất tốt của hàng - luôn*” thì *luôn* lại bộc lộ nét nghĩa nhấn mạnh vào chất lượng mặt hàng. Cách nhấn mạnh qua sự xuất hiện của *luôn* cũng là một cách người bán ngầm khuyên người mua: hãy mua nhanh không sẽ tiếc vì hàng *quá ngon, quá đẹp luôn, đừng vội đi...* Cả NBLNA và NBLNU đều rất ưa dùng kết cấu thứ hai này.

(3) Áo đẹp ơi là đẹp luôn chị ơi!

(4) Dao xài, dao Đài Loan luôn!

c. Tình thái từ *thôi*

Từ điển tiếng Việt định nghĩa *thôi* có hai nghĩa: “*Thôi 1 (động từ):* nghĩa là dừng hẳn lại, không tiếp tục làm việc gì đó nữa; *Thôi 2 (trợ từ):* nhấn mạnh sự hạn chế về phạm vi của điều vừa nói đến” [8, tr. 950]. Ở đây, chúng tôi quan tâm đến nghĩa thứ hai của từ *thôi* với kết cấu: *Từ chỉ giá tiền - thôi*.

(5) Chị, cá hú đó chị, cá hú sông, bốn tám ngàn thôi!

Khi người bán dùng *thôi* sau từ chỉ giá là để hạn định lại mức giá mình đưa ra không cao, là rẻ rồi, chỉ chừng ấy thôi. Và ở đây, *thôi* có chức năng đánh giá mang định hướng nghĩa là *ít*, là *re*. Tình thái từ này xuất hiện ở cả NBLNA và NBLNU

nhưng không nhiều, ở NBLNA là 5,92 %, còn NBLNU cũng chỉ 4,76 %.

d. Tình thái từ *à*

Từ điển tiếng Việt định nghĩa *à* là: “*Từ đứng cuối câu biểu thị ý hỏi thân mật để rõ thêm điều gì đó*” [8, tr. 1]. Tuy nhiên, qua tìm hiểu của chúng tôi, ở phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, *à* còn có nghĩa làm giảm nhẹ mức độ vấn đề được nói tới. Ở đây, người bán dùng từ *à* để giới thiệu giá cả mặt hàng.

(6) Nhanh lên, nhanh lên, hàng sắp hết, sắp hết, chỉ còn ba ngàn một cái à, chục cái có ba mươi ngàn à!

Kết cấu *từ chỉ giá tiền - à* đã làm cho ấn tượng về giá ở người mua giảm xuống vì lối diễn đạt của người bán là không dứt và không thách giá. Giá cả đưa ra là rất nhẹ nhàng, phù hợp (có nghĩa là rẻ). Còn, khi *à* kết hợp với trợ từ *có* hoặc *thôi* trong kết cấu *có ... à, thôi ... à, à* tạo tình thái đánh giá là giảm, là ít.

(7) Ba ngàn một trăm gram khô đây cô ơi, có ba ngàn, ba ngàn thôi à!

Do đó, với sự xuất hiện của từ tình thái *à*, người bán dễ đạt được mục đích mà họ mong muốn. Lối chào hàng kết hợp với từ *à* dễ đi vào tâm lý của người mua bởi sự nhẹ nhàng, lịch sự. Có lẽ vì vậy mà tần số xuất hiện của tình thái từ *à* ở NBLNU nhiều hơn NBLNA, NBLNU chiếm 19,05%, trong khi NBLNA chỉ có 5,26%. Với nam, phải là cái gì nhanh mạnh, dứt điểm như: *luôn, thôi*. Người bán ở đây đã tỏ rõ cách ứng xử của mình, tạo ấn tượng tốt ở người mua về giá cả để họ yên tâm và có lòng tin.

2.3.2. Dùng tình thái từ với mục đích cầu khiến

Cầu khiến là hành động được sử dụng khi người nói muốn người nghe thực hiện một điều gì đó sau khi nói. Trong cấu trúc của câu cầu khiến, ngoài các động từ có chức năng chuyển tải nội dung của hành động, yêu cầu của câu là vai trò của các tình thái từ. Tác giả Chu Thị Thủy An, trong công trình *Câu cầu khiến tiếng Việt*, đã nhận xét: “*Đặc điểm chung của các phương tiện tình thái cầu khiến là khả năng gọi lên trong câu ý nghĩa, hướng đến một hành động, một sự biến đổi ở người nghe*” [1, tr. 27]. Theo khảo sát của chúng tôi, nữ sử dụng tình thái từ cầu khiến nhiều hơn nam. Tình thái từ cầu khiến

chiếm tỉ lệ cao nhất trong số các loại tình thái mà nữ dùng ở phần dẫn nhập, chiếm 59,42%, còn nam xếp thứ hai, chiếm 32,86%. Ba tiểu từ tình thái cầu khiến được vai nam, nữ sử dụng nhiều ở phần dẫn nhập là *đi, coi, nha*. Trong ba tiểu từ tình thái đó, *đi* là từ được người bán nam, nữ sử dụng nhiều nhất, NBLNA chiếm 94,20%, NBLNU chiếm 93,01%. Riêng tình thái từ *coi* chủ yếu xuất hiện ở nữ, chiếm 6,99%, còn ở nam rất ít ỏi, chỉ có 2,17%.

a. Tình thái từ *đi*

Từ điển tiếng Việt định nghĩa: “Đi là phụ từ đứng sau động từ ở cuối đoạn câu hay cuối câu biểu thị ý mệnh lệnh hoặc đề nghị thúc giục một cách thân mật” [8, tr. 312]. Như vậy, nét nghĩa chung của *đi* là sự thúc giục một hành động, một sự biến đổi ở người nghe. Tuy nhiên, mức độ cầu khiến của *đi* tùy thuộc vào sự kết hợp với các yếu tố ngôn ngữ đứng trước và sau nó. Qua tư liệu khảo sát, chúng tôi nhận thấy *đi* là từ tình thái xuất hiện nhiều nhất ở cả nam và nữ (người bán sử dụng là chủ yếu). NBLNA và NBLNU sử dụng *đi* ở hai kết hợp:

- Thứ nhất, *đi* xuất hiện trong kết cấu: *V - đi, X - đi* và nếu xuất hiện từ xưng hô thì *đi - SP2*. Với kết hợp này, *đi* thể hiện thái độ cầu khiến thúc giục.

(8) *Mua gì cũng, mua đi!*

(9) *Mua đi, mua đi!*

(10) *Thịt đi chị hai!*

- Thứ hai, *đi* xuất hiện trong kết cấu: *động từ có ý nghĩa phụ trợ (giúp, dìm, cho) - SP1 - đi* thì *đi* thể hiện thái độ cầu khiến nài nỉ.

(11) *Nội, mua cá dìm con đi nội!*

(12) *Mua giúp em đi anh!*

Ngoài ra, *đi* còn có khả năng kết hợp với các tiểu từ tình thái khác để tạo nên nét nghĩa *tình thái bổ sung* rất tinh tế như: *đi nè, cái đi...*

NBLNA chủ yếu sử dụng tình thái từ *đi* ở sắc thái thúc giục là chính, hầu như ít sử dụng tình thái từ *đi* ở sắc thái cầu khiến, nài nỉ. Còn NBLNU sử dụng ở cả hai sắc thái trên.

Như vậy, có thể nói, *đi* vừa có khả năng phát huy sắc thái nghĩa thúc giục, dứt khoát nhưng đồng thời *đi* cũng phát huy sắc thái nài nỉ, tạo nên sự gần gũi, thân mật đầy sức thuyết phục.

b. Tình thái từ *coi*

Với vai trò là một động từ chỉ hoạt động của thị giác, *coi* có ý nghĩa cơ bản như *xem*.

(13) *Đi coi hát.*

Khi xuất hiện với vai trò là tình thái từ cuối câu, *coi* biểu thị ý người nói muốn người nghe thực hiện điều mình nói đến và muốn chờ xem kết quả sẽ ra sao.

(14) *Làm thử coi!*

(15) *Ăn thử coi!*

Từ điển từ ngữ Nam Bộ định nghĩa *coi* là: “Từ dùng cuối câu, được ngầm hiểu như một lời đề nghị ở dạng nghi vấn, mang sắc thái tình thái, không có tính bắt buộc” [9, tr. 310]. Ở phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, người bán (chủ yếu NBLNU) dùng *coi* là có tác dụng tạo nên sự thúc giục, gợi ý hành động. Lúc này *coi* xuất hiện trong kết cấu: *V - SP1 - Từ chỉ hàng - Coi* hoặc *V - Coi*.

(16) *Mua em kí thật coi!*

(17) *Mua coi!*

Với kết cấu trên, *coi* có chức năng gợi ý hành động ở đối tượng giao tiếp (người mua) *hãy mua thử, mua thử coi* để kích thích vào nhu cầu mua hàng từ phía người mua. Người bán đã tạo nên được động lực thúc đẩy người mua mua hàng của mình.

Nhưng, trong kết cấu *giúp, dìm, cho, tiếp - coi* thì sắc thái nghĩa của *coi* lại là nài nỉ.

(18) *Chị, tiếp em bó coi!*

(19) *Mua gì, ghé mua dìm con coi!*

Coi ở đây có nghĩa là *xem* nhưng dùng tình thái từ *coi* thì sắc thái địa phương được thể hiện rõ.

c. Tình thái từ *nha*

Nha là tình thái từ biểu thị ý nhấn mạnh một cách thân mật để người đối thoại chú ý đến lời nói của mình. Tình thái từ này chỉ được nam sử dụng, chiếm 3,63%, nữ ít sử dụng. NBLNA sử dụng *nha* trong những kết cấu như: *V - nha* hoặc *X - nha*.

(20) *Mua nha, mua nha!*

(21) *Quần dài, quần ngắn nha!*

Trong trường hợp này, *nha* làm cho lời yêu cầu, đề nghị của NBLNA có sắc thái nhẹ nhàng. Họ mong muốn người mua đồng ý với lời mời của mình. Sự thân mật, gần gũi được bộc lộ khi người bán dùng *nha*.

Tóm lại, cả ba từ tình thái *đi, coi, nha* đều có chức năng đứng cuối phát ngôn tạo mục đích cầu khiến ở hành động mời của người bán: cầu khiến thúc giục và cầu khiến nài nỉ. Tình thái từ *đi* xuất hiện nhiều nhất, tiếp đó là *nha*, cuối cùng là *coi*.

2.3.3. Dùng tình thái gọi đáp

Trong hoạt động bán hàng, để gây được sự chú ý của người mua, mong tạo ở người mua hành động mua hàng, người bán thường sử dụng các tình thái từ có chức năng gọi. Người bán dùng các tình thái từ này trong trường hợp người mua không thực sự chú ý đến mặt hàng của mình, kêu gọi họ để lôi kéo, thu hút sự chú ý vào nội dung mình đang thông báo hoặc sắp sửa thông báo. Hành động thu hút sự chú ý của khách hàng mua là rất cần thiết trong mua bán, nhất là ở thời buổi kinh tế thị trường, các mặt hàng bày bán ở chợ phong phú, đa dạng, sức cạnh tranh lớn.

Hai tình thái từ gọi đáp xuất hiện ở phần dẫn nhập là *oi, ê...* Khi chúng ta cần gọi một người nào đó, chúng ta dùng những từ này hoặc những tổ hợp từ như: “anh oi”, “chị oi”... Theo khảo sát của chúng tôi, tình thái gọi đáp xuất hiện ở nam nhiều hơn nữ, nam chiếm 29,36%, còn nữ là 16,61%.

Có thể nói, các tình thái từ gọi đáp trên được người bán sử dụng có một tầm quan trọng đặc biệt trong mục đích dẫn người mua tới trạng thái chú ý đến mặt hàng mình đang bán. Đặc biệt là các mặt hàng *đồ đóng, bán xô, đồ la* của nam. Bản chất là *đồ la* nên buộc phải kêu gọi thật lớn, thật nhiều để chủ động tiếp xúc với khách hàng mua. Tình thái từ *ê* có thể đứng một mình.

(22) *Ê, cá lóc nè!*

Riêng tình thái từ gọi đáp *oi* chủ yếu đi sau từ chỉ người mua (SP2) tạo thành một tổ hợp từ dùng để gọi SP2 + *oi*. Những từ dùng để hô người mua đứng trước tình thái từ *oi* ở nam khác nữ. Nữ chủ yếu hướng tới đối tượng cụ thể: *chị oi, Hai oi, cô oi...* Còn nam hướng tới nhiều đối tượng: *mấy chị oi, bà con cô bác oi, mấy cô oi...* Cũng là một cách thu hút sự chú ý nhưng tính chất thu hút sự chú ý của nam lớn hơn nữ. Những lời mời hàng, chào hàng của NBLNA khi xuất hiện tình thái gọi đáp *oi* đã thể hiện được sự vồn vã, nhiệt tình trong phong cách bán hàng của nam. Dù ở khoảng cách gần hay

xa so với người mua, người bán cũng có thể dùng *oi* để gọi.

(23) *Chị oi, cá hú, cá trê nè!*

(24) *Bà con cô bác oi, vào mua quần áo đi nè!*

2.3.4. Dùng tình thái từ để hỏi

Trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, tình thái từ dùng để hỏi được vai nam, nữ sử dụng với tỉ lệ gần tương đương nhau, nam chiếm 1,43%, còn nữ chiếm 1,60%. Những tình thái từ được vai nam, nữ dùng để hỏi là: *hả, nghen, hen, nghe, he...* Xét theo vị trí, những từ này thường được dùng ở cuối câu hoặc trước từ hô gọi và biểu thị những sắc thái hỏi khác nhau.

a. Tình thái từ *hử*

Từ này thường được dùng như *hử, hử* trong phương ngữ Bắc Bộ.

(25) *Chị mua gì hả chị?*

(26) *Cá đồng hả Tư?*

Dùng *hả* để hỏi đối với người bán (nam, nữ) là mong muốn tìm hiểu ý định mua hàng gì ở người mua (VD 25), còn đối với người mua (nam, nữ) là để xác định thêm điều mình phỏng đoán (VD 26). Khi dùng từ này, cả người bán và người mua thường thêm vào sau nó một từ hô gọi ứng với người đang đối thoại. Chính vì vậy, nó vừa đảm bảo tính lịch sự trong giao tiếp, vừa thể hiện thái độ thân mật.

b. Tình thái từ *nghe*

Từ này được dùng rộng rãi và khá phổ biến không chỉ ở Đồng Tháp mà cả ở Nam Bộ. *Nghen* là hình thức rút gọn của *nghe không* và được dùng chủ yếu để dặn dò hay nhắc nhở một điều gì đó.

(27) *Nhớ làm bài cẩn thận nghe!*

Trong phần dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, *nghe* được vai nam, nữ dùng trong câu hỏi ở trường hợp người bán muốn hỏi ý kiến người mua xem họ có đồng ý với lời mời của mình hay không.

(28) *Tư, mua gì Tư, nói đi con bán cho, cá rô mập nghe?*

(29) *Mua cho thím cái này nghe?*

Nghen có biến thể ngữ âm là *nghe, nhen, nhé* hay *nha*. Ở chợ Nghệ Tĩnh, người ta không dùng *nghe* mà dùng *hẹ*.

(30) *Lấy hai chục hệ?*

(31) *Mua cho cầy chi hệ?*

Tình thái từ *hệ* trong mua bán ở chợ Nghệ Tĩnh được người bán dùng để ước hỏi.

c. Tình thái từ *hen*

Từ này được dùng trong trường hợp người hỏi chờ đợi người đối thoại tán thành ý kiến của mình.

(32) *Mua cá dùm con hen nội?*

(33) *Chị xài này hen?*

Hen làm cho câu hỏi hướng cụ thể vào đối tượng. Hỏi với sự trông đợi rất nhiều vào sự tán thành của người được hỏi một hành động cụ thể nào đó. Ở ví dụ trên là hành động mua hàng cho người bán. Trong trường hợp này, *hen* được dùng như *nhé* hoặc *nhỉ* trong phương ngữ Bắc Bộ. Lúc đó ta có:

(34) *Mua cá dùm con nội nhỉ?*

(35) *Chị xài này nhé?*

Như vậy, nếu thay *nhỉ* cần đảo thứ tự *nhỉ* với từ xưng hô. Vì về đặc điểm cú pháp của từ xưng hô trong phương ngữ Bắc Bộ, từ trở người đối thoại hầu như chỉ đứng trước. Riêng phương ngữ Nam Bộ, từ trở người đối thoại có thể đứng sau tình thái từ. Đây cũng là một cách cấu tạo câu hỏi độc đáo ở Nam Bộ nói chung và Đồng Tháp nói riêng.

Tình thái từ *hen* còn có biến thể ngữ âm là *he*

(36) *Mua cá he?*

2.3.5. *Dùng từ hoặc tổ hợp từ tình thái thể hiện thái độ kêu ca, than vãn*

Loại từ tình thái này chủ yếu được NBLNU sử dụng, chiếm 2,24%, NBLNA không sử dụng vì họ là người ít kêu ca, phàn nàn, khác nữ giới. Trong mua bán, trước khi đi vào việc hỏi giá có những trường hợp người mua thường thể hiện thái độ than phiền, kêu ca về chất lượng mặt hàng định mua. Thái độ này được bộc lộ qua từ hoặc tổ hợp từ tình thái: *trời, vậy trời*.

(37) *Trời ơi trời, gì mà óm nhóm óm nhách vậy?*

(38) *Mận nhỏ nhỏ vậy trời!*

Tóm lại, các từ tình thái được vai nam, nữ sử dụng ngoài tính khác biệt so với các vùng khác về cách sử dụng, các nhân vật mua bán (nam, nữ) ở đây cũng có những cách sử dụng từ tình thái riêng trong giai đoạn đầu tiên thiết lập cuộc mua bán.

3. Kết luận

Các từ tình thái đóng vai trò quan trọng trong phân dẫn nhập cuộc thoại mua bán. Sự có mặt hay vắng mặt của từ tình thái sẽ ảnh hưởng đến việc chuyển tải nội dung của lời dẫn nhập. Phân tích những khác biệt giới tính qua việc sử dụng từ tình thái ở phân dẫn nhập cuộc thoại mua bán ở chợ Đồng Tháp, chúng tôi nhận thấy, ngoài đặc điểm chung, hầu hết nam giới và nữ giới đều sử dụng nhiều các từ tình thái thuộc phương ngữ Nam Bộ, thì sự khác biệt cũng khá rõ. Nữ giới sử dụng từ tình thái thường xuyên hơn nam giới. Trong năm loại từ tình thái được vai nam, nữ sử dụng ở phân dẫn nhập gồm: tình thái từ dùng để hỏi, tình thái gọi đáp, tình thái từ để giới thiệu hàng, tình thái cầu khiến và tình thái than phiền, nữ giới sử dụng nhiều là các từ tình thái thể hiện sắc thái cầu khiến, nài nỉ và tình thái than phiền. Nam giới lại thiên về tình thái gọi đáp và tình thái thể hiện thái độ cầu khiến thúc giục. Có thể nói, nghiên cứu từ tình thái trong giao tiếp mua bán gắn với giới vẫn là một vấn đề cần được giới nghiên cứu quan tâm, tìm hiểu thêm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Thị Thủy An (2002), *Câu cầu khiến tiếng Việt*, Luận án Tiến sĩ Ngữ văn, Viện Ngôn ngữ.
2. Đỗ Hữu Châu (1988), *Cơ sở ngữ nghĩa học từ vựng*, Nxb Giáo dục.
3. Nguyễn Văn Hiệp (2008), *Cơ sở ngữ nghĩa phân tích cú pháp*, Nxb Giáo dục.
4. Nguyễn Văn Khang (1996), “Sự bộc lộ giới tính trong giao tiếp ngôn ngữ”, *Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt*, Nxb Văn hóa Thông tin.
5. Nguyễn Văn Khang (2012), *Ngôn ngữ học xã hội*, Nxb Giáo dục.
6. Đỗ Thị Kim Liên (1999), *Ngữ nghĩa lời hội thoại*, Nxb Giáo dục.
7. Đỗ Thị Kim Liên (2005), *Giáo trình ngữ dụng học*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Hoàng Phê (chủ biên) (2004), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.
9. Huỳnh Công Tín (2007), *Từ điển từ ngữ Nam Bộ*, Nxb Khoa học Xã hội.

(Ban Biên tập nhận bài ngày 17-12-2013)