

So sánh biện pháp mỉa mai, chế nhạo và hài hước trong hoạt động giảng dạy tiếng Anh

Đoàn Thi Thu Phương*

*Trường ĐHNN, ĐH Quốc gia Hà Nội

Received: 10/6/2024; Accepted: 16/6/2024; Published: 27/6/2024

Abstract: Irony and Sarcasm are two concepts that can be used interchangeably. Others believe that these two concepts have unclear boundaries and only differ in different cultures or language communities. The object of Irony can be first person (speaker), second person (listener) or third person (person, thing, something), while the object of Sarcasm is the listener. In terms of aggressiveness, sarcasm can be divided into mild or severe levels. However, with Sarcasm, the aggression is always at its heaviest and most damaging. Sarcasm is also considered clearer, more specific, and more straightforward than Irony. According to the Theory of Superiority, humor is created by the speaker's thought of being superior to others and from that thought the speaker creates sarcasm. According to the Theory of Incongruity, humor is created when the speaker creates an utterance that is different from the usual norm, so the meaning of the utterance is no longer the literal meaning but rather hidden meaning and usually humor is created from the implication of wanting to sarcasm a certain object.

Keywords: Sarcasm, irony, humor, culture, language community, superiority, incongruity, aggressiveness, implication, literal meaning, utterance

1. Đặt vấn đề

Mĩa mai, Chế nhạo và Hài hước là ba khái niệm được nhiều nhà tâm lý học và ngôn ngữ học quan tâm và nghiên cứu. Khái niệm Mĩa mai và Chế nhạo thì thường được coi là liên hệ chặt chẽ với nhau. Một số học giả cho rằng hai khái niệm này là một và có thể sử dụng thay thế cho nhau, trong khi một số học giả khác thì xem Chế Nhạo chính là Mĩa mai dùng lời/ Lời mỉa mai (Verbal Irony). Trong khi thực hiện hành động Mĩa mai hay Chế nhạo thì một cách vô tình hoặc hữu ý thì người phát ngôn lại gây ra tiếng cười, hay Hài hước, thông qua lời nói của mình. Vì vậy có thể thấy ba khái niệm này có quan gần gũi với nhau. Mục đích của bài báo này là để làm rõ định nghĩa và sự khác biệt giữa ba khái niệm này, nhằm giúp người phát ngôn ý thức được mình đang thực hiện hành động nào thông qua lời nói của mình và người nghe và khán giả có thể xác định được ý nghĩa của lời nói đó.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. So sánh Mĩa mai và Chế nhạo

Walton (1990) cho rằng Mĩa mai và Chế nhạo là hai khái niệm có thể thay thế cho nhau vì hai khái niệm này đều ám chỉ “nói một cách mỉa mai nhằm chế nhạo người khác, người mà mình không đồng quan điểm, gián tiếp khẳng định điều mình tin là đúng. Mĩa mai chính là chế nhạo.”

Theo quan điểm dụng học, Mĩa mai và Chế nhạo gắn liền với nhau. Sự tách biệt giữa hai thuật ngữ này

là gần như không tồn tại, và sự khác biệt chỉ có thể nhận diện được khi chúng ra so sánh ở các nền văn hóa hay các cộng đồng ngôn ngữ khác nhau. Hãy cũng phân tích ví dụ trong TV series *The Big Bag Theory*, khi nhân vật Kripke nói với nhân vật Leonard: “Nghe nói là anh vừa chạy thử nghiệm. 20,000 mẫu dữ liệu mà không cho ra kết quả quan trọng nào. Thật là ấn tượng.”

Đây là một ví dụ về lời mỉa mai vì (1) thái độ của nhân vật Kripke là tiêu cực và (2) thông điệp mà Kripke muốn truyền đạt ngược lại với nghĩa đen của lời nói của anh này. Tuy nhiên, câu hỏi đặt ra là tại sao không gọi lời này là lời chế nhạo khi lời nói của Kripke là một lời chế giễu gián tiếp và mang tính gây cười. Những lời như thế này cũng được bắt gặp nhiều trong TV series này, và bản thân thuật ngữ Chế nhạo - Sarcasm cũng xuất hiện trong một cảnh phim.

Sheldon: Để tớ làm rõ nhé, cậu đang xin tớ giúp đỡ.

Penny: Đúng.

Sheldon: Và cậu hiểu là sẽ phải nói cho tớ biết cậu đang làm gì?

Penny: Tớ hiểu.

Sheldon: Và cậu không được chế nhạo tớ khi tớ làm như thế.

Penny: OK.

Sheldon: Được. Hãy bắt đầu bằng giả định rằng mọi thứ cậu làm đến giờ này là sai.

Penny: Oh, cứ cho là như thế đi.

Sheldon: Chế nhạo tớ đó còn gì. Xin chào!

Penny: Không, xin lỗi. Đợi đã! Làm ơn quay lại đây!

Trong ngữ cảnh này, từ *Sarcasm* được sử dụng và đó cũng là thuật ngữ bao trùm trong TV series này. Có thể nhận định rằng ở Mỹ người ta có xu hướng dùng *Sarcasm* như một thuật ngữ rộng hơn là *Irony*. Người Mỹ mô tả một diễn ngôn là *sarcastic* (mang tính chế nhạo) nhưng cùng một diễn ngôn ấy ở một nền văn hóa hay cộng đồng ngôn ngữ khác người ta lại mô tả là *ironic* (mang tính mỉa mai).

Camp (2012) đã giải tích các ví dụ điển hình của *Verbal Irony* (lời mỉa mai) dưới một học thuyết về sự chế nhạo. Chính bà cũng thừa nhận rằng lời chế nhạo là một trường hợp có phạm vi hẹp hơn là lời mỉa mai. Bà cũng đưa ra định nghĩa dành cho *Sarcasm - Chế nhạo*, nhưng định nghĩa này lại rất giống một định nghĩa truyền thống cho *Irony - Mỉa mai*.

“Khi một người phát ngôn một lời chế nhạo, thì lời này thường dưới dạng lời khẳng định trái với sự thật. Lời chế nhạo này thường gắn với thái độ của người phát ngôn đối với người nghe”

(McDonald 2000, trang 85)

Có thể thấy định nghĩa về lời chế nhạo của McDonald (2000) được sử dụng trong nghiên cứu của Camp (2012) giống với định nghĩa truyền thống dành cho *Irony - Mỉa mai* ở mục 2.1

Hầu hết các học giả khi phân biệt *Mỉa mai* và *Chế nhạo* thì dựa vào ba yếu tố: (1) đối tượng - victims (2) tính công kích - aggressiveness và (3) tính rõ ràng - clarity

Sự khác biệt đầu tiên là *Mỉa mai* nói chung phụ thuộc vào tình huống (situational irony) nhưng *Chế nhạo* thì không. Chúng ta không mô tả một sự kiện hay một tình huống là mang tính chế nhạo. Chế nhạo chỉ được xét dưới góc độ ngôn ngữ khi chúng ta đem so sánh lời chế nhạo và lời mỉa mai - verbal irony. (Joana, 2018, trang 120)

(1) Về đối tượng

Mỉa mai thì thường mang tính tiêu cực. Người nói thể hiện thái độ tiêu cực ẩn dưới một thái độ tích cực. Đối tượng của thái độ tiêu cực này thì rất đa dạng:

- Đối tượng là người nghe

Ví dụ: A nói về cuộc đời của mình với B

“Tớ sống tốt lắm. Ngày hai bữa cơm bụi. Tớ nằm ôm mèo ngủ.”

- Đối tượng là một người khác, không phải người nói và người nghe

Ví dụ: A và B tình cờ biết được C tiết lộ bí mật của A cho B và bí mật của B cho A. A nói với B:

“C là bạn tốt thật.”

- Đối tượng là một sự việc.

Chế nhạo luôn hướng vào một đối tượng cụ thể, và đối tượng này luôn có mặt tại thời điểm phát ngôn. Nói cách khác, đối tượng của *Chế nhạo* là người nghe. Theo Sperber & Wilson (1981) nếu đối tượng là người nói thì được gọi là tự mỉa mai bản thân (self-directed irony), và nếu đối tượng là người nghe thì gọi là một trường hợp bị chế nhạo (a case of sarcasm).

(2) Về tính công kích

Như đã đề cập đến ở trên, *Mỉa mai* luôn gắn với thái độ tiêu cực, vì vậy lời mỉa mai được dùng để phê bình, phàn nàn hay móc mỉa. Phụ thuộc vào thái độ mà người nói thể hiện thì sự mỉa mai có thể được chia theo mức độ là nhẹ nhàng hoặc nặng nề.

Nhìn lại các ví dụ của *Mỉa mai* ở mục (1) *Về đối tượng* có thể thấy tính công kích hay mức độ tiêu cực là khác nhau trong từng trường hợp. Tuy nhiên đối với *Chế nhạo* thì tính công kích luôn ở mức nặng nề nhất, gây tổn thương cao nhất.

(3) Về tính rõ ràng

Chế nhạo được xem là rõ ràng hơn, cụ thể hơn và thẳng hơn là *Mỉa mai*. Nói cách khác khi nghe một lời chế nhạo thì người ta hiểu ngay được ý đồ của người nói. Barbe (1995) khẳng định một lời được coi là chế nhạo khi nghĩa của phát ngôn đó phải mang tính chế nhạo (ironic-sarcastic), vì vậy lời chế nhạo mang tính ổn định (stable). Người phát ngôn không thể nói là *tôi không có ý như thế* để giữ thể diện cho bản thân sau khi nói một lời chế nhạo người khác. *Chế nhạo* không có chỗ cho sự mơ hồ hay phân vân, điều mà có thể thấy trong các trường hợp của *Mỉa mai*.

2.2. So sánh *Mỉa mai* và *Hài hước*

Trong bài báo này, hai khái niệm này được so sánh dưới quan điểm ngôn ngữ học. Có hai học thuyết chính về *Hài hước* là *Lý thuyết về tính ưu việt* và *Lý thuyết về tính phi lý*. Dưới đây là phân tích về sự liên hệ giữa *Mỉa mai* và *Hài hước* từ góc nhìn của hai lý thuyết này.

(1) Lý thuyết về tính ưu việt (The Superiority theory)

Joana (2018) khẳng định Thomas Hobbes đã phát triển phiên bản nổi tiếng nhất của lý thuyết về tính ưu việt. Hobbes nói rằng “niềm đam mê của tiếng cười không gì khác hơn là sự vinh quang bất ngờ nảy sinh từ một quan niệm độn ngọt nào đó về sự cao quý nào đó của bản thân chúng ta, bằng cách so sánh với sự yếu đuối của người khác hoặc với sự yếu đuối của chính chúng ta trước đây” (Human Nature, chương 8).

Nói tóm lại, sự hài hước hay tiếng cười được tạo ra là xuất phát từ suy nghĩ của người phát ngôn cho rằng

mình ở tầm cao hơn, ưu việt hơn người khác. Một ví dụ cụ thể là trong tiếng Anh có nhiều mẩu truyện cười về các cô gái tóc vàng hoe. Điều này xuất phát từ suy nghĩ các cô gái tóc vàng hoe thì kém thông minh và hay cư xử kỳ cục hơn người bình thường.

Cũng trên quan điểm này, trong *Mia mai*, người phát ngôn có xu hướng phê bình, móc mỉa, hay chế giễu một ai đó hay một điều gì đó cũng có thể xuất phát từ suy nghĩ mình ở tầm cao hơn, ưu việt hơn đối tượng bị mỉa mai. Đây có thể coi là mối liên hệ giữa *Hài hước* và *Mia mai*: lời mỉa mai thường gây cười vì lời mỉa mai thể hiện thái độ tiêu cực của người phát ngôn, xuất phát từ suy nghĩ của chính người phát ngôn cho rằng mình ưu việt hơn đối tượng bị mỉa mai.

Hãy nhìn lại ví dụ: A nói với B một người vừa ăn hết cả một chiếc bánh pizza to bự.

“Anh ăn thêm một miếng pizza nhỏ nữa chứ?”

Ở đây A mỉa mai B là ăn tham. Suy nghĩ của A là mình sẽ không bao giờ ăn tham như B. Sự hài hước được tạo ra trên suy nghĩ của A là mình ưu việt hơn B.

(2) Lý thuyết về tính phi lý (*The Incongruity theory*)

Lý thuyết về tính phi lý là lý thuyết thống trị về sự hài hước, vì nó dường như giải thích cho hầu hết các trường hợp nhận thức được sự hài hước. Cụ thể yếu tố gây hài là do “sự phi lý” của một phát ngôn. Nói cách khác, lý thuyết về tính phi lý liệt kê một điều kiện cần thiết cho sự hài hước, đó là nhận thức về một điều phi lý.

Trong cuốn *Critique of Judgement*, Immanuel Kant đưa ra nhận định rõ ràng hơn về vai trò của sự phi lý trong sự hài hước: “Trong mọi thứ nhằm gây ra tiếng cười thì phải có điều gì đó phi lý (do đó, sự hiểu biết không thể tìm thấy sự thỏa mãn). Tiếng cười là tình cảm nảy sinh từ sự biến đổi đột ngột của một kỳ vọng thành hư vô” (I, I, 54).

Curcó cũng nói rằng “Điểm cơ bản sau những lý thuyết về sự phi lý cũng rất đơn giản. Chúng ta đoán là sự việc sẽ xảy ra theo một hình mẫu, đặc điểm và trình tự nhất định trên thế giới này. Khi điều gì đó không hợp theo hình mẫu này, chúng ta sẽ cười.” (Curcó 1997:29)

Hãy cũng phân tích ví dụ sau đây.

Nhân viên: Sếp ơi, xe mới của sếp đẹp quá!

Sếp: Cảm ơn! Nếu anh làm việc chăm chỉ hơn, thì tôi thậm chí còn mua được chiếc xe to hơn thế này.

Trong trường hợp này, theo lẽ thường sau khi nghe lời khen chiếc xe từ nhân viên thì vị sếp này sẽ ghi nhận lời khen, nhưng vị sếp này lại đưa ra một phát ngôn gây bất ngờ cho cả nhân viên và người ngoài khi nghe thấy phát ngôn này. Chính sự phi lý, khác biệt thường này đã tạo ra tính hài hước cho phát ngôn của

vị sếp này.

Phát ngôn của vị sếp này cũng có nghĩa hàm ẩn, ám chỉ là nhân viên này làm việc chưa đủ chăm chỉ. Vì vậy, ngoài là một phát ngôn có tính hài hước, lời của sếp còn có tính mỉa mai. Chúng ta không thể diễn giải lời nói của sếp theo nghĩa đen của câu chữ và cần hiểu được hàm ý của phát ngôn. Vậy đây chính là sự liên quan giữa *Hài hước* và *Mia mai* theo lý thuyết về tính phi lý.

3. Kết luận

Kết luận lại một số các học giả cho rằng *Mia mai* và *Chế nhạo* là hai khái niệm có thể thay thế cho nhau. Một số khác thì cho rằng, hai khái niệm này có ranh giới không rõ ràng và chỉ khác nhau ở những nền văn hóa hay cộng đồng ngôn ngữ khác nhau.

Đối tượng của *Mia mai* có thể là ngôi thứ nhất (người nói), ngôi thứ hai (người nghe) hoặc ngôi thứ ba (người, vật, sự vật nào đó), trong khi đối tượng của *Chế nhạo* là người nghe. Về tính công kích, *Mia mai* có thể được chia theo mức độ là nhẹ nhàng hoặc nặng nề. Tuy nhiên đối với *Chế nhạo* thì tính công kích luôn ở mức nặng nề nhất, gây tổn thương cao nhất. *Chế nhạo* cũng được xem là rõ ràng hơn, cụ thể hơn và thẳng hơn là *Mia mai*. *Chế nhạo* không có chỗ cho sự mơ hồ hay phân vân, điều mà có thể thấy trong các trường hợp của *Mia mai*.

Theo *Lý thuyết về tính ưu việt*, sự hài hước được tạo ra do suy nghĩ mình ưu việt hơn người khác của người phát ngôn và cũng từ suy nghĩ đó mà người phát ngôn tạo ra lời mỉa mai. Theo *Lý thuyết về tính phi lý*, sự hài hước được tạo ra khi người phát ngôn tạo ra một lời nói khác với chuẩn mực thông thường, vì vậy nghĩa của lời nói cũng không còn là nghĩa theo mặt chữ/ theo nghĩa đen mà là nghĩa hàm ẩn và thông thường sự hài hước được tạo ra từ hàm ý muốn mỉa mai một đối tượng nào đó.

Tài liệu tham khảo

1. Baragona, S. A., & Rambo, E. L. (Eds.). (2018). *In Words that tear the flesh: Essays on sarcasm in medieval and early modern literature and cultures*. Berlin: Walter de Gruyter.
2. Barbe, K. 1995. *Irony in Context*. Amsterdam: John Benjamins.
3. Camp, E. 2012. Sarcasm, pretense, and the semantics/pragmatics distinction. *Nou's* 46(4): 587–634.
4. Curcó, C. (1997). *The pragmatics of humorous interpretations: a relevance theoretic approach*. PhD dissertation, University College London.
5. Joana, G. (2018). *Irony - Key Topics in Semantics and Pragmatics*. London: Cambridge University Press.