

## DANH NGÔN VUI TRONG TIẾNG VIỆT NHÌN TỪ PHƯƠNG DIỆN NỘI DUNG NGỮ NGHĨA VÀ CÁCH THỨC LẬP LUẬN

TS TRẦN KIM PHƯƠNG  
MAI THANH DUNG

Trong cuộc sống với bao công việc bộn bề như ngày hôm nay, ai cũng mong mình có được những giây phút thư giãn để giải tỏa căng thẳng. Thịnh thoảng chúng ta vẫn nghe những câu nói vừa vui vui, vừa hóm hỉnh lại vừa trí tuệ như:

(1) *Có thể cầm đèn chạy trước ô tô nhưng phải chạy trên vỉa hè.*

(2) *Hạnh phúc thường bám chuông nhà ta khi chuông hỏng.*

(3) *Mọi tai họa xảy ra trên đời chỉ vì phụ nữ không nghe lời đàn ông còn đàn ông lại nghe lời phụ nữ.*

(4) *Chúng ta hay thiếu thời gian vì chúng ta hay giết thời gian.*

(5) *Góa phụ, đó là người đàn bà đã mất nhà tài trợ chính thức.*

Chúng tôi tạm gọi đây là những *danh ngôn vui* (Một số báo, tạp chí thường đặt cho nó cái tiêu đề “Ranh ngôn” và cho vào trong ngoặc kép). Chúng chính là những chiêm nghiệm từ cuộc sống được phản ánh bằng một cái nhìn hài hước. Đây là sản phẩm ngôn ngữ của thế hệ trẻ hoặc của những người có tư duy trẻ ở thời hiện đại. Nó pha trộn cả yếu tố khẩu ngữ, yếu tố kinh tế thị trường, thậm chí cả yếu tố giới tính. Với một tâm hồn lạc quan,

bằng sự dí dỏm, thông minh của tuổi trẻ, những câu nói vui này chủ yếu đề cập tới những mặt trái, mặt tiêu cực của xã hội, của con người. Từ góc độ ngôn ngữ học, danh ngôn vui là những phát ngôn thú vị và hàm súc cả trên bình diện nội dung ngữ nghĩa và cả ở cách lập luận.

### 1. Khái niệm danh ngôn vui

1.1. Danh ngôn vui và danh ngôn chính thống

Có thể nói, danh ngôn vui là một biến thể của danh ngôn chính thống. Danh ngôn, theo chúng tôi, là *những câu nói hay về cuộc đời, có ý nghĩa sâu sắc, được lan truyền rộng rãi*. Đa phần danh ngôn thường do những người nổi tiếng nói ra và có thể xác định được người nói. Bên cạnh đó còn có những câu khuyết danh.

Nội dung của danh ngôn rất phong phú. Từ những danh ngôn về tình bạn, tình yêu, hôn nhân, gia đình đến những danh ngôn về chính trị, về cách ứng xử hay thái độ của con người trước cuộc sống. Thí dụ như danh ngôn về tình bạn: *Tình bạn là tình yêu không có cánh (L.Byron)/ Người bạn đáng tin cậy quý hơn mọi thứ quà tặng (Euripide)*; danh ngôn về tình yêu: *Tình yêu là thông điệp của các thiên*

*thần gửi các vì tinh tú (V. Hugo)/ Tình yêu là một giọt sương có thể thấm nhuần cỏ dại cũng như cây hoa hồng (danh ngôn Thụy Điển) hoặc những danh ngôn rất ý nghĩa về cuộc sống: Đừng sợ phải đối mặt với những khó khăn, thử thách vì đó chính là cơ hội để bạn vững vàng và trưởng thành hơn (Khuyết danh)/ Hãy hiền dịu, khoan dung với mọi người trừ bản thân mình (Joubert)...* Tựu trung lại, danh ngôn thường thể hiện một chiêm nghiệm nào đó về nhân sinh theo lối bác học và hướng người đọc đi theo một lí tưởng sống cao đẹp.

Còn danh ngôn vui, theo chúng tôi, là *những câu nói mang tính hài hước, dí dỏm, bông đùa nhưng cũng đầy sâu sắc, thâm thúy về cuộc sống*. Danh ngôn vui phản ánh cuộc đời rất gần gũi, với đầy màu sắc hiện thực, với nỗi lo cơm áo gạo tiền, với đầy đủ vui buồn, sướng khổ, tốt xấu của con người và xã hội. Danh ngôn vui thường không tìm được tác giả (khuyết danh).

Danh ngôn vui là sản phẩm ngôn ngữ chung của thế hệ trẻ thời hiện đại với những mảng màu hết sức phong phú: tình yêu, tình bạn, công việc, gia đình, sức khỏe, kinh tế, thị trường... Tuy cùng giống nhau về sự đa dạng trong đề tài được phản ánh, song danh ngôn chính thống và danh ngôn vui có sự khác nhau về cách tiếp cận nội dung. Nếu danh ngôn chính thống định nghĩa: *Tình yêu là thơ ca, là mặt trời của cuộc sống (Belinxki)* thì danh ngôn vui lại góp một cách hiểu đầy trẻ trung, mới lạ về tình yêu:

(6) *Tình yêu như mạng nhện, chạm vào là dính liền.*

Hay cùng nói về hôn nhân nhưng giữa danh ngôn chính thống và danh ngôn vui có cách nói khác nhau. Danh ngôn chính thống nói: *Hôn nhân là một nắm mô dành để vùi chôn ái tình (Chamfort)*, danh ngôn vui lại phát hiện bất ngờ:

(7) *Hôn nhân là khi chàng trai trẻ mua rau thay vì mua hoa.*

Nếu danh ngôn thường đề cập tới những vấn đề tích cực, những lời khuyên để hoàn thiện nhân cách con người thì danh ngôn vui lại chọn cách phản ánh mặt trái của hiện thực để từ đó con người nhận ra cả cái tốt lẫn cái xấu của xã hội, của bản thân, để từ đó rút ra bài học sống. Thí dụ như trong khi danh ngôn chính thống khuyên răn con người phải kết nối tình cảm, phải mở rộng lòng mình bằng câu: *Người ta thường cô đơn vì người ta thường chỉ lo xây tường chứ không lo xây những nhịp cầu* thì danh ngôn vui lại phơi bày hiện thực trong xã hội hiện đại con người luôn vụ lợi, tính toán khi đến với nhau:

(8) *Hiếm người bỗng dung lại tốt.*

Hoặc có thể dẫn thêm về danh ngôn vui phản ánh chân thực xã hội như sau:

(9) *Điểm giống nhau giữa trước, trong và sau giờ làm việc của công chức là sự nhàn nhã.*

(10) *Sự thật mạnh hơn sự dối trá, mà người ta thì thường hay đứng về phía kẻ yếu.*

(11) *Muốn dễ ngủ thì hãy xem các bộ phim truyền hình không phát kèm quảng cáo.*

Rõ ràng danh ngôn vui thường đi vào những mặt trái, những góc cạnh khuất lấp của hiện thực bằng cái nhìn

dí dỏm, châm biếm đầy thông minh. Bên cạnh đó, chúng ta vẫn có thể tìm thấy một triết lí nào đó về cuộc sống ở những câu danh ngôn vui như thế này:

(12) *Vết thương nặng nề và khó chạy chữa nhất là đổ vỡ lương tâm.*

(13) *Tính khiêm tốn là một dạng tự kiêu ít làm người xung quanh khó chịu.*

Như vậy, cũng giống như danh ngôn, đọc danh ngôn vui một cách có suy ngẫm, chúng ta sẽ thấy ý nghĩa của nó rất “chí lí”, dù nó luôn được biểu hiện khác với cách mà chúng ta vẫn nhìn nhận. Tuy nhiên, về cơ bản, danh ngôn chính thống mang tính giáo dục, còn danh ngôn vui mang tính giải trí.

Một điểm khác nhau nữa giữa hai loại danh ngôn trên đó là danh ngôn chính thống có giá trị chân lí, ổn định và bền vững, nó đúng với mọi thời đại; còn danh ngôn vui gắn rất chặt với hoàn cảnh nảy sinh của nó, nên có tính nhất thời, nó chỉ đúng tại một thời điểm nhất định mà thôi. Do vậy, để hiểu danh ngôn vui, cần phải đặt nó trong bối cảnh sản sinh ra nó.

Danh ngôn chính thống đã từng được công bố thành sách. Còn danh ngôn vui, vì là sản phẩm của thế hệ trẻ hay những người có tư duy trẻ trung, nên cách xuất hiện cũng rất trẻ: chủ yếu trên mạng internet hoặc trong mục “Ranh ngôn” trên các báo *An ninh thế giới giữa tháng và cuối tháng*, báo *Tuổi trẻ cười...*

1.2. Danh ngôn vui, “thành ngữ” thời @ và “ca rao”

Thời hiện đại mà chúng ta đang sống ngày hôm nay cũng là mảnh đất màu mỡ để nảy sinh những lời nói hiện đại. Ngoài danh ngôn vui, chúng

ta còn thấy xuất hiện rất nhiều “anh em” với nó, tiêu biểu là *thành ngữ thời hiện đại* - còn gọi *thành ngữ thời @* - và *ca dao vui* - thường gọi chệch đi là “ca rao”.

Có thể hiểu *thành ngữ thời @* là những lời nói cố định được cộng đồng giới trẻ hiện nay sử dụng rộng rãi, đặc biệt là thế hệ 9X. Đó là những cụm từ hoặc những câu nói kiểu như: *Ăn chơi sợ gì mưa rơi; Bình thường như công an phường; Bình thường như cân đường hộp sữa; Ngát trên cành quýt; Đã xấu lại còn xa, đã sida còn xông pha hiến máu; Chán như con gián, Con hư tại Osin, Chảnh như con cá cảnh; Không phải chú dốt, chỉ vì mẹ chú quên cho iốt vào canh; Một điều nhện là chín điều nhục; Nhan sắc có hạn, thủ đoạn vô biên...*

Khoác chiếc áo của thành ngữ, là một sản phẩm “hậu hiện đại” của dân gian, song kiểu “thành ngữ” này đã có một thời làm dấy lên những cuộc tranh luận với nhiều quan điểm đối lập. Có người ủng hộ, có người kịch liệt phản đối, lại có người cho rằng nói như vậy cũng “chả chết ai”... Đã có những nhà ngôn ngữ học lên tiếng về vấn đề này. Thực sự, có một số “thành ngữ” có thể làm đảo lộn những giá trị đạo đức chân chính, làm chệch hướng đi của giới trẻ (như: *Một con ngựa đau cả tàu được ăn thêm cỏ* hay *Không mày đổ thầy dạy ai*).

Còn “ca rao” tức ca dao vui thường là những câu ca dao, tục ngữ của dân gian nhưng đã bị biến hóa bằng cách thay đổi một số từ ngữ với mục đích cơ bản là để mua vui, nó cũng chủ yếu được đăng tải trên internet và một vài báo in. Thí dụ:

(14) *Ta về ta tắm ao ta*

*Dù trong dù đục vẫn là cái ao.*

(15) *Qua cầu ngả nón trông cầu  
Cầu bao nhiêu nhịp tốn xăng dầu  
bấy nhiêu.*

(16) *Bầu ơi thương lấy bí cùng  
Mai sau có lúc nấu chung một nồi.*

(17) *Cưới vợ thì cưới liền tay  
Chớ để lâu ngày vật giá leo thang.*

(18) *Đường vô xứ Nghệ quanh  
quanh*

*Xe đi không khéo gãy vành như chơi.*

Mặc dù cùng là cách thức nói năng mới của giới trẻ Việt và có điểm tương đồng về cách sử dụng từ ngữ mang đậm dấu ấn khẩu ngữ nhưng nội dung của thành ngữ hiện đại và ca dao vui không giống với danh ngôn vui. Thành ngữ hiện đại và danh ngôn vui thường thiên về nêu tính chất một sự việc hoặc mua vui đơn thuần bằng cách sáng tạo ngôn ngữ bất ngờ, trong khi danh ngôn vui thường ẩn chứa ý nghĩa cuộc sống.

Theo tìm hiểu của chúng tôi, danh ngôn vui mới xuất hiện trong cách thức nói năng của người Việt thời gian gần đây. Như đã nói, nó chưa hề được tập hợp thành sách và càng chưa được đi sâu nghiên cứu.

## 2. Danh ngôn vui trên bình diện nội dung ngữ nghĩa

Khác với danh ngôn chính thống, danh ngôn vui không chứa đựng những triết lý cao siêu mà nó là những chiêm nghiệm hết sức giản dị và gần gũi. Danh ngôn vui phản ánh cuộc đời thực, chứ không tô hồng nó.

2.1. Danh ngôn vui phản ánh hiện thực cuộc sống, xã hội nói chung

2.1.1. *Danh ngôn vui thể hiện những triết lý chung về cuộc đời*

Nếu như danh ngôn chính thống luôn đề cao giá trị cuộc sống và kêu gọi mọi người liên tục rèn luyện ý chí, phấn đấu vươn lên, chẳng hạn: *Cuộc sống là một đường chạy marathon dài vô tận. Nếu ta không cố gắng thì sẽ mãi bị bỏ lại phía sau và không bao giờ tới đích.* (Khuyết danh)/ *Nếu có ai ban cho tôi một cuộc sống không gặp trở ngại nào thì hấp dẫn thật đấy, nhưng tôi sẽ khước từ vì khi ấy tôi sẽ không còn học được điều gì từ cuộc sống nữa* (Allyson Jones) thì danh ngôn vui lại nhìn nhận cuộc đời một cách nhẹ nhàng và giản dị. Thí dụ:

(19) *Cuộc đời càng phức tạp thì niềm vui sống càng đơn giản.*

Danh ngôn vui đề cao sự tự do, không toan tính trong cuộc sống, không đặt nặng mục tiêu để phấn đấu - một quan niệm sống của giới trẻ, mang hơi thở của thời đại mới:

(20) *Cuộc đời giống như nhạc jazz, càng ngẫu hứng càng hay.*

Và cuộc sống thì không chỉ có màu hồng, danh ngôn vui giúp chúng ta tỉnh táo đón nhận những sự thật không theo ý muốn:

(21) *Lúc nào cũng có ngày mai nhưng không phải dành cho tất cả.*

Câu này chuyển tải nội dung ý nghĩa: *Tương lai tươi đẹp và hạnh phúc không đến với tất cả mọi người; do vậy, không nên quá lạc quan, tin tưởng vào tương lai.* Nhưng qua cách nói nhẹ tênh, vui vẻ, ta lại nhận được một lời khuyên: *đừng quá bi lụy hay thất vọng vì điều đó.*

Và cuộc đời con người là cả một hành trình phấn đấu mà không biết bao giờ mới tới đích:

(22) *Đôi khi lên đến trần của mình rồi, ta mới buồn bã nhận ra rằng đó chỉ là sàn của ai đấy.*

Cũng giống như danh ngôn chính thống, đọc danh ngôn vui ta hay bắt gặp những lời chiêm nghiệm, triết lí về những giá trị tinh thần của cuộc sống. Bởi lẽ đó là những điều mà con người hằng tìm kiếm và theo đuổi nhưng không phải lúc nào cũng đạt được. Đó là hạnh phúc, là tự do. Nhưng quan niệm về hạnh phúc hay tự do trong danh ngôn vui không phải là cái gì cao siêu hay quá xa vời mà thật là giản dị:

(23) *Hạnh phúc, đó là khi sống hợp thời và chết đúng lúc.*

(24) *Hạnh phúc đó là khi không cần biết hôm nay là thứ mấy.*

(25) *Tự do đó là khi ta không cần thêm thứ gì ở cuộc đời này.*

(26) *Mâu thuẫn gay gắt nhất trên cõi đời này đó là khi thêm bia hơi mà lại không có tiền.*

Sử dụng chủ yếu kiểu câu định nghĩa (*C là V*) khi nói về những giá trị cuộc sống, danh ngôn vui mang đến cho ta sự thoải mái, vui vẻ khi tiếp cận nó như chính những nội dung mà nó hướng tới. Hạnh phúc đơn giản chỉ là khi con người không cần quan tâm đến thì giờ (vì cuộc đời quả thực là một cuộc chạy đua với thời gian), hoặc một vài cốc bia hơi cũng đủ để giải tỏa những mâu thuẫn. Có một điều chúng tôi cảm thấy là mặc dù danh ngôn chính thống rất sâu sắc nhưng những lúc mệt mỏi, khó tiếp thu được nó; đọc danh ngôn vui, ta sẽ thấy nhẹ nhàng hơn. Những lời khuyên trong danh ngôn vui cũng thật nhẹ nhàng, chẳng hạn lời khuyên con người biết chấp nhận:

(27) *Khi người ta không có cái mà mình thích thì nên thích cái mà mình có.*

2.1.2. *Danh ngôn vui phản ánh đời sống kinh tế, xã hội, văn hóa, giáo dục*

Không thiên về ngợi ca xã hội, danh ngôn vui phản ánh những góc khuất cuộc đời. Bức tranh xã hội phức tạp hiện lên qua danh ngôn vui với đầy đủ các mảng màu sáng tối.

a. *Danh ngôn vui phản ánh những hiện tượng “mới lạ” trong xã hội hiện đại*

- Đó là sự bùng nổ của giới tính thứ ba:

(28) *Nếu các vấn đề giới tính được giải quyết bằng trí tuệ thì ta rất dễ bị loạn trí.*

(29) *Không phải người đàn bà nào cũng đẹp và không phải người đẹp nào cũng là đàn bà.*

(30) *Trai thuộc dạng “xăng pha nhớt” đó là chuyên gia đa ngành nghề.*

Rõ ràng là trong xã hội ngày nay, hiện tượng chuyển giới đang là một điểm nóng được dư luận hết sức quan tâm. Những người thuộc giới tính thứ ba bắt đầu công khai giới tính thật của mình. Những danh ngôn vui, dù được nói theo lối nói hài hước, nhưng vẫn phản ánh sự phức tạp của vấn đề giới tính, khiến người ta giật mình.

- Đó là thời đại của công nghệ cao, của vi tính và kĩ thuật số:

(31) *Thư cũng thành thư điện tử, báo cũng thành báo điện tử, giờ mới rõ giấy được làm ra để dùng vào việc gì.*

(32) *Người ta nói yêu bằng tim nhưng tin bằng óc. Thực ra ngày nay ta yêu bằng các trang mạng và tin vào cái IP (địa chỉ máy) ta truy ra được.*

Và người ta bắt đầu nhận thấy mặt trái của internet:

(33) *Mạng Internet, đó là cơ quan bài tiết của nhân loại.*

(34) *Một trong những ưu điểm của mạng Internet là nhờ nó mà người ta ít viết bậy lên tường.*

- Đó là thời đại thật giả lẫn lộn, khó đoán biết, khó lường:

(35) *Không phải mọi thứ to phồng dưới ngực áo cũng đều là vòng một.*

b. Danh ngôn vui phản ánh những mặt tiêu cực của xã hội

- Đó là hiện trạng cấp phát, mua bán biển số xe đẹp mà con người không có biện pháp giải quyết:

(36) *Cách chống tệ nạn trong việc cấp biển số xe hữu hiệu nhất là dùng phát hành những biển số đẹp.*

- Đó là tệ nạn ma túy:

(37) *Ngày trước, tôn giáo là ma túy với quần chúng; ngày nay, ma túy là tôn giáo với một số người.*

Câu danh ngôn vui gồm hai vế nhưng trọng tâm nhấn mạnh của nó thuộc về vế thứ hai. Nếu như trước đây tôn giáo được xem như một thứ thuốc phiện của con người (theo cách nói của Các Mác) thì ngày nay, ma túy là tôn giáo - tức là một thứ "tín ngưỡng" của một số đối tượng. Cách nói tương phản, đối xứng nhau nhằm khẳng định một hiện thực tường minh: tệ nạn ma túy đang có một sức hút khó cưỡng trong xã hội.

- Đó là nạn tham nhũng mà sự đấu tranh của con người xem ra không kết quả:

(38) *Đôi khi cuộc đấu tranh chống tham nhũng làm giảm số lượng các*

*vụ đút lót nhưng lại làm tăng dung lượng của chúng lên.*

- Đó là sự thống trị của vật chất:

(39) *Tiền có thể biến bản án thành hợp đồng.*

(40) *Thà nhận một ít tiền hơn là lời "cảm ơn nhiều".*

(41) *Nếu tiền không mang lại hạnh phúc thì có nghĩa là hạnh phúc đòi hỏi nhiều tiền hơn số mà ta có thể làm ra.*

b. Danh ngôn vui phản ánh những mặt khác nhau của đời sống kinh tế

- Danh ngôn vui mô tả những đặc điểm nổi bật của thời buổi kinh tế thị trường - thời buổi thực dụng - khi đồng tiền có mặt ở mọi nơi, chi phối mọi quan hệ, thời buổi không có cái gì là cho không biếu không:

(42) *Thời kinh tế thị trường thì ở đầu con đường dẫn vào nhà thờ cũng có trạm thu phí.*

(43) *Trường đời không bao giờ là công lập.*

- Danh ngôn vui cũng ghi nhận hiện tượng cho vay với lãi suất cao của một số ngân hàng trong thời kì hiện nay:

(44) *Cướp nhà băng không phổ biến bằng bị nhà băng cướp.*

- Danh ngôn vui phản ánh thời buổi khó khăn, đồng lương không đủ sống:

(45) *Được tăng lương cũng giống như uống một li rượu, nó nâng tinh thần ta lên nhưng chỉ trong chốc lát.*

d. Danh ngôn vui phản ánh đời sống văn hóa, giáo dục

Thực trạng của giáo dục hiện nay được phản ánh qua cái cười đầy

ấn ý - một nền giáo dục chỉ chú trọng vào lí thuyết nên kiến thức khó áp dụng vào thực tế, khiến người ta hay mắc sai lầm:

(46) *Kiến thức càng mang tính khoa học cơ bản thì càng khó áp dụng vào thực tế.*

(47) *Càng học nhiều thì càng không có thời gian để áp dụng những kiến thức đã học.*

(48) *Cái gọi là trí thức thường nêu lên rất nhiều vấn đề nhưng lại chẳng đưa ra được cách giải quyết nào cả.*

Danh ngôn vui cũng phản ánh thực trạng của việc đọc sách:

(49) *Sách cổ điển là loại sách mà ai cũng ca ngợi nhưng không ai đọc cả.*

(50) *Ai cũng ca ngợi Nguyễn Du nhưng chẳng mấy ai đọc hết Truyện Kiều.*

Và suy cho cùng, có học vấn cũng vẫn có thể mắc sai lầm:

(51) *Học vấn giúp người ta sai lầm một cách bài bản.*

Có một thực tế mà chúng ta phải chấp nhận, đó là không phải lúc nào con người cũng cố gắng vươn tới tầm cao tri thức; sẽ có lúc ta thỏa mãn với nó, và khi ấy, ta dừng lại.

(52) *Tri thức cũng như phụ nữ, khi ta sở hữu rồi thì ta thôi thèm muốn.*

Hơn thế, con người bắt đầu quan tâm tới những cái xấu:

(53) *Website càng tệ thì càng đông người truy cập.*

Và những thứ không thể mua bán cũng được mang ra trao đổi:

(54) *Không thể mua được tình yêu và kiến thức. Nhưng bán thì được.*

2.2. Danh ngôn vui về con người và mối quan hệ của con người trong xã hội

Con người, dù bất kì ở đâu, cũng là trung tâm của mọi mối quan hệ. Những danh ngôn vui về nghề nghiệp, về đàn ông - phụ nữ, hôn nhân - gia đình, tình bạn - tình yêu,... xuất hiện với tần số dày đặc và tiếp tục phản ánh thói hư tật xấu của con người dưới cái nhìn hài hước.

2.2.1. *Danh ngôn vui về con người - công chức thời nay*

Công chức là những người được tuyển dụng và làm một công vụ thường xuyên trong cơ quan nhà nước, hưởng lương từ ngân sách nhà nước. Công chức cũng có khi được hiểu là những người làm việc trong xã hội hiện đại. Danh ngôn vui là sản phẩm ngôn ngữ thời hiện đại, nó bắt kịp với hiện thực cuộc sống, vì vậy, những danh ngôn vui nói về công chức xuất hiện khá nhiều. (Thiết nghĩ rất nhiều công chức chính là tác giả của những câu danh ngôn vui mà ta đang nghiên cứu. Họ tự chiêm nghiệm cuộc đời mình).

- Danh ngôn vui phản ánh thực tế làm việc của công chức thời nay khi họ tiêu 8 giờ vàng ngọc ở cơ quan vào những việc vô bổ:

*Điểm giống nhau giữa trước, trong và sau giờ làm việc của công chức là sự nhàn nhã. (thí dụ 9 đã dẫn)*

(56) *Máy mà còn có công sở chứ không thì chẳng biết giết thời gian trên mạng ở đâu.*

- Danh ngôn vui phản ánh việc họp hành của công chức:

(57) *Để không ai ngủ gật trong phòng họp thì phải mời tất cả ngồi lên đoàn chủ tịch.*

- Danh ngôn vui vẽ nên bức tranh ông sếp thời hiện đại:

(58) *Càng ra dáng sếp thì càng ít tư chất lãnh đạo.*

(59) *Sếp càng chức cao thì tiểu lâm sếp kể càng dễ gây cười.*

- Danh ngôn vui phản ánh mối quan hệ giữa nhân viên với “sếp”:

(60) *Rủ được sếp đi nhậu là đáng nể nhưng được sếp rủ đi nhậu còn đáng nể hơn.*

(61) *Tranh thủ được thời gian thì có thể tăng thêm thu nhập nhưng tranh thủ được sếp thì có thể thu được “siêu lợi nhuận”.*

Hai câu danh ngôn vui thể hiện cái nhìn hóm hỉnh về mối quan hệ giữa nhân viên với sếp, đặc biệt chú trọng vào thực tế nhân viên hay “tận dụng” sếp để thu lợi cho bản thân.

- Danh ngôn vui phản ánh nạn tham nhũng ở công chức:

(62) *Để xóa sạch tham nhũng thì phải giải tán hết công chức.*

Công chức là đối tượng mới, được đưa vào lăng kính phản ánh của danh ngôn vui. Đọc danh ngôn chính thống, chúng ta rất khó có thể tìm thấy những câu nói về đề tài này. Danh ngôn vui đã nêu ra những góc khuất về công chức trong xã hội hiện đại. Nhưng người ta không hề thấy nặng nề khi nghe “nhược điểm” của mình bởi những vấn đề đó đều được thể hiện dưới cái nhìn hài hước.

2.2.2. *Danh ngôn vui thể hiện những góc nhìn khác nhau về phụ nữ và đàn ông*

Trong quá trình khảo sát tư liệu, chúng tôi nhận thấy những câu danh ngôn vui đề cập tới hai nửa của thế

giới xuất hiện với tần số khá cao. Nhìn chung, bức tranh phụ nữ hiện ra rất xấu, xấu một cách chân thực, nhưng lại không đáng ghét.

a. Bức tranh người phụ nữ thời hiện đại

- Phụ nữ với đặc điểm chú trọng tiền bạc:

(63) *Thuyết phục phụ nữ tốt nhất không phải bằng lời nói mà bằng tiền tươi thóc thật.*

(64) *Đàn ông cần tiền chủ yếu chỉ chỉ cho hai việc: có được nàng và thoát được nàng.*

(65) *Tìm được người trong mộng rồi thì phải rút ví ra.*

- Phụ nữ với những nhu cầu không giới hạn:

(66) *Có hai dạng phụ nữ: một dạng thì nói thẳng với bạn về những nhu cầu của họ, còn dạng kia thì nói bóng gió.*

- Phụ nữ với những bản tính khác nhau:

+ Hay nói dối:

(67) *Nếu bạn không muốn phụ nữ nói dối thì bạn đừng hỏi họ điều gì.*

+ Thích nghe những lời ngọt ngào:

(68) *Khen phụ nữ tức là chưa hiểu hết họ. Chê phụ nữ tức là hoàn toàn không hiểu họ.*

+ Phức tạp, khó hiểu, khó lường:

(69) *Chẳng lẽ chỉ có thể hiểu phụ nữ một cách thực sự khi ta chuyển đổi giới tính?*

(70) *Nội tâm của đàn ông phức tạp hơn, còn nội tâm của đàn bà bất trắc hơn.*

+ Hay ghen tị, đặc biệt ghen tị về sắc đẹp với người cùng giới:



(71) *Tây Thi làm thích mắt đàn ông, Thị Nở làm thích mắt đàn bà.*

+ Thực dụng:

(72) *Đẹp trai để thương nhớ còn giàu có để lấy làm chồng.*

Cũng chính vì những bản tính ấy mà danh ngôn dưới đây giống như một tiếng thở dài bất lực:

(73) *Càng biết nhiều về phụ nữ càng khó có thể lạc quan.*

Có một câu danh ngôn chính thống nói rằng: *Nếu thiếu phụ nữ thì thế giới này ít nhất sẽ mất đi 5/10 cái thật, 6/10 cái thiện và 7/10 cái đẹp.* Rõ ràng từ trước tới nay, người ta luôn dành cho phụ nữ những mỹ từ, những lời ưu ái nhất. Danh ngôn vui lại góp một sự suy nghĩ, một tiếng nói hài hước về những cái có thể gọi là chưa đẹp của phái nữ. Tuy nhiên, xuất phát từ cái nhìn không ác cảm đối với phụ nữ, những danh ngôn này không sa vào phê phán mà chỉ như một lời trách móc nhẹ nhàng.

+ Quan niệm về người phụ nữ đoan chính thời hiện đại:

(74) *Một người phụ nữ đoan chính không chỉ biết cởi bỏ y phục một cách chậm rãi mà còn phải biết mặc váy vào thật nhanh.*

b. Bức tranh người đàn ông thời hiện đại

- Đàn ông thì luôn cần phụ nữ - dù trong bất cứ hoàn cảnh nào:

(75) *Khi người đàn ông buồn, anh ta tìm một phụ nữ; khi người đàn ông vui, anh ta lại tìm thêm một phụ nữ khác.*

- Đàn ông hời hợt trong tình cảm:

(76) *Vì tình yêu, người phụ nữ sẵn sàng hi sinh mình, còn đàn ông*

*thì sẵn sàng hi sinh những người phụ nữ khác.*

(77) *Đối với phụ nữ, người đàn ông thích nhất là người mà họ đang yêu. Đối với đàn ông, người phụ nữ thích nhất là người đang là của lạ.*

- Đàn ông ít khi thỏa mãn:

(78) *Người đàn ông chỉ đánh giá được đúng người đàn bà mà mình yêu quý sau khi đã cưới người đàn bà khác làm vợ.*

- Đàn ông thời nay nhiều người không được đàn ông cho lắm, nên quan niệm về đàn ông thật đơn giản:

(79) *Đã là đàn ông thì không được có tính đàn bà.*

Và những định nghĩa về người thành công của thời hiện đại cũng thay đổi so với quá khứ, thậm chí đi ngược với quan điểm của quá khứ:

(80) *Thế nào là không công thành danh toại? Đó là khi ta đã tứ thập mà bỏ của ta cũng ngoài bốn mươi.*

(81) *Người đàn ông thành công là người kiếm được nhiều tiền hơn số tiền mà vợ anh ta tiêu xài. Còn người đàn bà thành công là người kiếm được người đàn ông như vậy.*

(82) *Người đàn ông tồi là người không bao giờ thích bỏ bịch.*

Vẫn nằm trong nội dung này còn có một số câu nói về mối quan hệ giữa những chân dài với đại gia:

- Chân dài luôn tìm tình yêu nơi đại gia:

(83) *Khẩu hiệu của chân dài: nếu phải tuyệt tình thì cũng phải với đại gia.*

(84) *Không có gì tô điểm hoa hậu đẹp hơn một đại gia xứng đáng.*

Có thể nói người đẹp - đại gia là mối quan hệ gây nhiều chú ý từ dư luận. Danh ngôn vui đã không bỏ qua vấn đề nhạy cảm ấy của xã hội hiện đại. Chân lí mà danh ngôn vui đúc kết về đề tài này đó là *yêu người đẹp thì tốn tiền*:

(85) *Chân dài làm sướng mắt nhưng lại làm khổ ví.*

(86) *Chân càng dài thì càng không bán mình theo giá rẻ.*

(87) *Chân dài, đó là thiên đường cho mắt, địa ngục cho tim và lò đốt bao nhiêu tiền cũng hết.*

Như vậy, thông qua danh ngôn vui, toàn bộ bức tranh về xã hội, con người đã hiện lên một cách chân thực với đầy đủ mảng màu sáng tối của nó.

2.2.3. *Danh ngôn vui thể hiện những góc nhìn khác nhau về hôn nhân - gia đình*

Những mối quan hệ của con người ở đây xoay quanh chủ đề hôn nhân - gia đình, tình yêu, tình bạn, mối quan hệ giữa người với người nói chung trong xã hội. Có thể nói đây là một trong những góc cạnh của đời sống được danh ngôn vui quan tâm phản ánh nhiều nhất. Bởi lẽ đó là những vấn đề gần gũi, chi phối tới mỗi người nhiều nhất.

- Danh ngôn vui phản ánh hiện thực về hôn nhân, cuộc sống gia đình:

(88) *Hôn nhân là nghệ thuật sống chung mà vẫn giữ được hạnh phúc như khi còn độc thân.*

*Hôn nhân là khi chàng trai trẻ mua rau thay vì mua hoa. (Thí dụ 7 đã dẫn)*

- Đưa ra cách gìn giữ hạnh phúc gia đình trong thời đại mới:

(89) *Muốn gìn giữ hạnh phúc gia đình thì thỉnh thoảng phải biết nhìn vợ bằng con mắt của ông hàng xóm.*

Trong cuộc sống gia đình, người vợ giữ vai trò vô cùng quan trọng. Đồng thời cũng là “đối tượng” gây nhiều “tranh cãi” của các ông chồng. Danh ngôn vui có nhiều câu là suy nghĩ của người chồng về nửa còn lại của mình:

+ Cái nhìn hài hước về vợ - kẻ hay móc túi chồng:

(90) *Người cho ta tiền là thầy ta, người cho ta mượn tiền là bạn ta, người lúc nào cũng muốn lấy tiền của ta là vợ ta.*

+ Mong muốn của người chồng:

(91) *Có một bạn gái thì hãy nghĩ rằng có thể có nhiều hơn; có một vợ thì hãy nghĩ rằng có thể có ít hơn.*

Đối với đàn ông, có một bạn gái là ít, họ luôn muốn có nhiều hơn, nhưng một bà vợ thì đã là quá nhiều - họ luôn muốn có ít hơn.

2.2.4. *Danh ngôn vui phản ánh hiện thực tình yêu, tình bạn thời hiện đại*

Tình yêu, tình bạn là đề tài chúng ta hay bắt gặp trong danh ngôn chính thống. Những tình cảm cao đẹp ấy cũng không nằm ngoài đối tượng phản ánh của danh ngôn vui. Ở chủ đề này, danh ngôn vui tiếp tục mang đến một cái nhìn đầy trẻ trung, mới lạ.

- Tình yêu thời hiện đại gắn liền với internet và tình yêu ấy không hề đáng tin cậy:

*Người ta nói yêu bằng tim nhưng tin bằng óc. Thực ra ngày nay ta yêu bằng các trang mạng và tin cái IP (địa chỉ máy) ta truy ra được (thí dụ 32 đã dẫn).*

- Phản ánh sự không bền vững và hậu quả không mấy tốt đẹp của tình yêu:

(92) *Tình yêu đến rồi đi nhưng con cái, nợ nần và bệnh tật sẽ ở lại.*

(93) *Những cặp cưới nhau vì tình yêu thường li dị nhau vì lí trí.*

Nếu danh ngôn chính thống thường ngợi ca tình yêu, tình bạn bằng những từ ngữ trau chuốt, gọt giũa mà người ta hay gọi là “lời hay, ý đẹp” thì danh ngôn vui chọn cho mình hình thức “lời vui”, “ý chân thực” để phản ánh những khía cạnh khác nhau của tình yêu, tình bạn thời hiện đại. Những “ý chân thực” ấy sẽ giúp người đọc nhận ra bản chất của sự việc, từ đó họ tìm được bài học cần thiết cho mình trong cuộc đời. Chọn cách nêu ra những mặt trái trong các mối quan hệ, danh ngôn vui hướng người đọc đến một cái nhìn thực tế hơn về bản chất xã hội.

Có thể thấy, những nội dung mà danh ngôn vui đề cập đến đều là những vấn đề gần gũi của cuộc sống hiện đại. Từ chuyện làm việc, họp hành của công chức đến chuyện hạnh phúc gia đình, từ vấn đề đọc sách đến vấn đề tham nhũng, ma túy... Trong những nội dung đó, có những điều không phải lúc nào cũng nói ra được và càng khó có thể nói một cách trực tiếp. Danh ngôn vui chọn cách nói hài hước, tương tự như đùa mà lại hóa thật khiến cho vấn đề bớt nặng nề. Người ta đọc, cười và suy ngẫm.

### 3. Danh ngôn vui nhìn từ phương diện lập luận

Danh ngôn vui không chỉ là những lời nhận xét thông thường phản ánh cuộc sống với mục đích mua vui mà nó còn trao gửi những chiêm nghiệm,

triết lí, bài học về cuộc sống. Vì vậy, danh ngôn vui đi vào lòng người, khiến người ta thích thú không chỉ vì tính hài hước mà còn vì tính trí tuệ ở trong nó. Để đi tới một cái đích như thế, danh ngôn vui đã sử dụng linh hoạt những phương thức lập luận khác nhau. Đó là các phương thức gây hiệu quả lập luận bằng sự định nghĩa, sự so sánh, sự miêu tả, sự trích dẫn, sự lặp lại, sự liên tưởng, sự đối xứng, đối lập, sự đảo trật tự... Danh ngôn vui là một lối nói có hàm ý.

#### 3.1. Dùng cấu trúc định nghĩa

Phương thức định nghĩa là cách thức mà trong đó người phát ngôn sử dụng kiểu câu định nghĩa hoặc lối nói đồng nhất giữa hai hay nhiều đối tượng để làm rõ một khái niệm.

Định nghĩa một khái niệm nào đó vốn là nhiệm vụ của Từ điển học. Nhưng đó là cách định nghĩa theo kiểu cung cấp tri thức khoa học với cái nhìn biện chứng của triết học và lô gích học. Còn định nghĩa trong danh ngôn vui lại mang đến một nội dung hoàn toàn mới lạ, bất ngờ, vì cách định nghĩa này không nêu lên thuộc tính vốn có bên trong của sự vật, tuy nhiên, nó vẫn “có lí” theo một cách nhìn nhận nhất định.

Thứ nhất, danh ngôn vui định nghĩa một vấn đề bao gồm thêm tính chất khác (có thể liên quan hoặc không liên quan) đến vấn đề ấy:

(94) *Tính khiêm tốn là một dạng tự kiêu ít làm người xung quanh khó chịu.*

Theo *Từ điển tiếng Việt thông dụng*, “khiêm tốn” là *có ý thức và thái độ đúng mức trong việc đánh giá bản thân, không tự đề cao, không kiêu căng,*

*tự phụ* [6, 381]. Rõ ràng, ta thấy sự đối lập nhau trong cách sử dụng từ ngữ trong khái niệm *khiêm tốn*. trong từ điển: "*khiêm tốn*: là *không tự đề cao, không kiêu căng*", trong khi danh ngôn vui nói: *khiêm tốn là một dạng tự kiêu...* Nhưng suy cho cùng tự kiêu ít làm người xung quanh khó chịu cũng gần như không kiêu căng, tự phụ (bởi kiêu căng tự phụ bao giờ cũng làm người xung quanh khó chịu). Câu danh ngôn vui đi đến hàm ý: Chúng ta nên học cách khiêm tốn.

Ngoài ra, trong mô hình câu *C* là *V*, chúng ta còn bắt gặp nhiều câu tương tự như: *Hạnh phúc, đó là khi không cần biết hôm nay là thứ mấy; Hôn nhân là chàng trai trẻ mua rau thay vì mua hoa...* Bên cạnh việc đưa ra những cách định nghĩa đơn giản, hóm hỉnh về những giá trị tinh thần, danh ngôn vui muốn kết luận rằng: *hạnh phúc đó là khi không phải quan tâm đến thời gian, còn hôn nhân là dấu chấm hết cho sự lãng mạn để trở về với thực tại.*

Thứ hai, danh ngôn vui biểu hiện mối quan hệ giữa hai đối tượng vốn không liên quan đến nhau:

(95) *Đối với các chân dài, đại gia là những máy ATM di động.*

*Đại gia* theo định nghĩa của từ điển là *nhà sản xuất, nhà kinh doanh lớn hoặc người tài giỏi, có tên tuổi trong một lĩnh vực nào đó* [3, 205]. Còn *máy ATM* là máy rút tiền tự động (viết tắt của từ Automatic Teller Machine trong tiếng Anh). Câu danh ngôn vui đã thực hiện sự đồng nhất hai đối tượng tưởng như hoàn toàn không liên quan đến nhau là *đại gia* và *máy ATM*. *Chân dài* đã làm cầu nối "nối kết" hai đối

tượng này. Cách định nghĩa ấy cốt để đưa ra một kết luận hàm ẩn là: đối với người đẹp, thì đại gia là nơi để họ *rút tiền mặt* hay *thanh toán tiền hàng hóa* ở bất cứ nơi đâu và bất cứ lúc nào. Câu danh ngôn vui đã hiện thực hóa, đồng thời hài hước hóa mối quan hệ giữa chân dài - đại gia trong xã hội hiện đại. Đây cũng là tiếng nói châm biếm hai kiểu người: đàn ông giàu mê sắc, con gái đẹp mê tiền.

*Thế nào là không công thành danh toại? Đó là khi ta đã tứ thập mà bỏ của ta cũng ngoài bốn mươi.* (Thí dụ 80 đã dẫn).

Danh ngôn vui này được kiến tạo từ hai câu riêng lẻ. Câu đi trước là câu hỏi gợi vấn đề. Câu đi sau trả lời cho vấn đề đó. Có thể hiểu hàm ý của câu bằng cách bỏ đi từ phủ định: *Người công thành danh toại là người khi mình 40 tuổi thì bỏ của mình dưới bốn mươi.* Như vậy, câu danh ngôn vui bỏ sung một tiêu chí cho người công thành danh toại, ngoài những tiêu chí truyền thống (chẳng hạn: giỏi giang, đỗ đạt và làm ra nhiều tiền): *Người công thành danh toại là người có bỏ trẻ.* Và đây trở thành một định nghĩa mới cho người đàn ông thời hiện đại.

### 3.2. Dùng cấu trúc so sánh

So sánh là lấy đối tượng này để làm rõ đối tượng kia, thông qua những điểm giống và khác nhau. So sánh trong danh ngôn vui có sự đối chiếu giữa hai đối tượng không có nhiều nét tương đồng để đưa ra những kết luận bất ngờ.

Phương thức so sánh thường được sử dụng trong những phát ngôn lập luận có cấu tạo thuộc kiểu câu so sánh. Thí dụ:

(96) *Tìm ý nghĩa cuộc sống cũng tương tự như cố công phát minh ra động cơ vĩnh cửu.*

Ta có một tiên giả định: *Động cơ vĩnh cửu*, và ai cũng hiểu được đó là: một thiết bị cơ khí do con người tưởng tượng ra, với hi vọng là động cơ này có thể tự hoạt động mãi mãi mà không cần cung cấp năng lượng; do đi ngược lại với nguyên tắc của định luật khoa học (định luật bảo toàn và chuyển hóa năng lượng), động cơ vĩnh cửu là vấn đề không tưởng. Như vậy, sau phép so sánh thì cái đích cuối cùng của câu danh ngôn vui là nhằm khẳng định: rất khó, hay nói chính xác hơn là không thể tìm thấy ý nghĩa cuộc sống. Đây là một trong số rất ít những câu danh ngôn vui thể hiện cái nhìn bi quan về cuộc đời. Bên cạnh những câu lạc quan, nhìn cuộc sống bằng lăng kính màu hồng thì việc nhận ra mặt tiêu cực của cuộc sống cũng là điều cần thiết.

(97) *Uống chúc sức khỏe cũng giống như đánh nhau vì hòa bình.*

Câu danh ngôn vui gồm hai vế được nối kết với nhau bằng từ so sánh *giống như*. Vế thứ nhất là vế so sánh (gọi là A), vế thứ hai là vế được dùng để so sánh hay chuẩn so sánh (gọi là B). Chúng ta có các tiên giả định như sau:

Vế B: *đánh nhau* là một việc xấu, *hòa bình* là một điều cao đẹp.

Vế A: *chúc sức khỏe* là một điều tốt đẹp, *uống* - việc không xấu.

Bằng phương thức so sánh, người phát ngôn đã đưa ra kết luận: Uống chúc sức khỏe (vốn không xấu) là một việc xấu. => Hàm ý: làm một việc xấu vì một lí do cao đẹp.

Có thể nhận thấy, ngoài phương thức so sánh, người nói còn sử dụng những đối lập trong lập luận để tạo tiếng cười. Rõ ràng, câu danh ngôn vui góp một cái nhìn khá hóm hỉnh về thú vui uống bia rượu của đàn ông.

Ngoài ra còn có những so sánh thật mạnh dạn giữa các phạm trù không mấy liên quan, ít người nghĩ tới, song cũng chính vì vậy mà chúng thật hài hước:

(98) *Danh dự như trinh tiết, mất là không thể vá lại được.*

(99) *Yêu vì sex thì chẳng khác gì mua cả con bò cái chỉ vì thích uống sữa.*

### 3.3. Dùng sự trích dẫn, mô phỏng

Ở những phát ngôn trong đời thường, đặc biệt là những đối thoại tranh luận nhằm chứng minh, thuyết phục điều gì đó, người ta thường trích dẫn một ý kiến quan trọng, một câu nói được xem như chân lí mà nhiều người biết đến để nâng cao hiệu quả lập luận. Trong danh ngôn vui, chúng ta thường gặp những câu mô phỏng cấu trúc của danh ngôn chính thống một cách sáng tạo, hoặc một vế trong danh ngôn vui là một câu nói quen thuộc có tính chân lí cao. Thí dụ:

(100) *Im lặng là vàng nên hòn đất nào cũng chẳng biết nói năng.*

Lập luận trên có thể trình bày theo tam đoạn luận:

- *Im lặng là vàng.* (Đại tiền đề)

- *Hòn đất không biết nói -> Hòn đất im lặng* (Tiểu tiền đề)

=> *Hòn đất là vàng.* (Kết luận)

Tiểu tiền đề trong câu này là một biến thể ca dao (*Hòn đất mà biết nói năng...*), nó phản ánh một thực tế trong thời buổi ngày nay: *đất vô cùng đất đỏ*.

Những câu dưới đây cũng được xây dựng theo mô hình tương tự như vậy:

(101) *Có những cơ quan làm từ thiện theo nguyên tắc quyền của người giàu và không chia hết cho người nghèo.* Câu này mô phỏng một khẩu hiệu rất quen thuộc của nước ta thời kì chiến tranh: *lấy của nhà giàu chia cho dân nghèo.*

Câu danh ngôn vui: *Người cho ta tiền là thầy ta, người cho ta mượn tiền là bạn ta, người lúc nào cũng muốn lấy tiền của ta là vợ ta* (thí dụ 90 đã dẫn) mô phỏng cấu trúc của câu danh ngôn chính thống: *Người chê ta mà chê phải là thầy ta; người khen ta mà khen đúng là bạn ta; kẻ vuốt ve, nịnh bợ ta là kẻ thù của ta vậy.* Hay câu danh ngôn vui: *Cưới lần đầu vì yêu, lần thứ hai vì tính toán, lần thứ ba vì thói quen* thì có sự mô phỏng cả về hình thức lẫn nội dung của câu tục ngữ Đức: *Cưới hỏi một lần là bốn phận, hai lần là khùng, ba lần là điên dại.* Hoặc câu *Hãy cho tôi biết túi tiền của anh ở đâu, tôi sẽ cho anh biết cách tiêu tiền như thế nào* là mô phỏng danh ngôn khuyết danh: *Hãy nói cho tôi biết bạn anh là ai, tôi sẽ cho anh biết anh là người như thế nào.*

#### 3.4. Dùng câu hỏi

Những câu hỏi sử dụng trong lập luận cũng giống như câu hỏi tu từ trong phong cách nghệ thuật. Chúng hỏi nhưng không nhằm nhận lấy câu trả lời mà hỏi để nhấn mạnh hoặc khẳng định một vấn đề nào đó. Danh ngôn vui cũng sử dụng những câu hỏi không lời đáp để đạt được cái đích cuối cùng là đưa ra những chiêm nghiệm về hiện thực.

*Chẳng lẽ chỉ có thể hiểu phụ nữ một cách thực sự khi ta chuyển đổi giới tính?* (Thí dụ 69 đã dẫn).

Nếu lật ngược lại vấn đề ở câu này, ta sẽ có nội dung sau: nếu *ta* không chuyển đổi giới tính (tức không là *phụ nữ*) thì *ta* không thể hiểu phụ nữ một cách thực sự => Không ai có thể hiểu thực sự phụ nữ ngoài chính họ. Như vậy, hàm ý của câu là: *Phụ nữ thật phức tạp, khó hiểu.*

#### 3.5. Dùng sự miêu tả

Chẳng phải ngẫu nhiên mà nhà ngôn ngữ Hayakawa đã nói: *Ít khi người ta miêu tả chỉ để miêu tả.* Thật vậy, trừ những diễn ngôn khoa học, trong giao tiếp đời thường, khi chúng ta miêu tả một cái gì đó là đặt cái nội dung miêu tả đó vào một lập luận nào đấy.

Phương thức miêu tả thường được sử dụng nhiều trong những đoạn văn lập luận. Mỗi câu là một luận cứ để người nói đi tới một kết luận nào đó. Kết luận này có thể tường minh, có thể hàm ẩn. Với danh ngôn vui, chúng tôi cho rằng nên hiểu một cách rộng hơn về khái niệm *miêu tả*. Miêu tả trong danh ngôn vui không dừng lại ở việc dùng phương tiện nào đó làm cho người khác hình dung được cụ thể sự vật, sự việc hoặc thế giới nội tâm của con người mà miêu tả còn là trần thuật lại một sự kiện, một vấn đề nào đó, để từ đó, người ta hình dung tới cái khác.

Thứ nhất, đối tượng của sự miêu tả cũng là đối tượng hướng tới của kết luận:

*Hạnh phúc thường bám chuông nhà ta khi chuông hỏng.* (Thí dụ 2 đã dẫn)

*Hạnh phúc bám chuông nhà ta* tức là hạnh phúc cũng như một vị khách của chúng ta. Tuy nhiên lại *thường bám chuông khi chuông hỏng.* Như vậy, chủ nhà không biết để có thể mở cửa cho hạnh phúc vào nhà. Ẩn sâu

sau lớp nghĩa bề mặt còn là một chiêm nghiệm sâu sắc về cuộc sống: *Hạnh phúc rất hiếm gặp.*

Thứ hai, đối tượng của sự miêu tả là biểu trưng cho một đối tượng khác lớn hơn:

(102) *Chúa trời tạo Eva cho Adam để Adam hiểu rằng mình không còn được ở trên thiên đường nữa.*

Đối tượng được đề cập tới ở đây là *Adam* và *Eva*. Nhưng người ta không chỉ nói tới hai nhân vật này. *Eva* và *Adam* là hình ảnh ẩn dụ để chỉ người phụ nữ và đàn ông nói chung. *Thiên đường* là thế giới đầy hạnh phúc, nó đối lập với địa ngục. Câu danh ngôn vui thực chất là một lập luận mà kết luận ẩn đi: Từ khi có phụ nữ thì cuộc sống sung sướng của người đàn ông chấm dứt.

(103) *Những người bình thường có thể làm bất cứ nghề gì nhưng không thể trở thành thi sĩ.*

Tam đoạn luận của câu này khá rõ ràng:

- *Những người bình thường có thể làm mọi nghề.*

- *Những người bình thường không thể trở thành thi sĩ.*

=> *Thi sĩ không phải là những người bình thường.*

Câu này không hướng tới *những người bình thường* mà hướng tới *thi sĩ*.

### 3.6. Dùng các từ ngữ lặp lại

Phương thức dùng các từ ngữ lặp lại là việc sử dụng nhiều lần một từ ngữ nào đó trong phát ngôn. Chúng có thể là từ mang nhiều ý nghĩa hoặc đơn giản chỉ là việc người nói cố tình tạo ra một lối diễn đạt “loanh quanh” như một lối chơi chữ hài hước.

\* Dùng từ nhiều nghĩa

(104) *Nghệ thuật tồn tại vì nghệ thuật kiếm tiền bằng nghệ thuật.*

Ở phát ngôn có tới ba từ *nghệ thuật*. Nhưng thực chất chúng không giống nhau về ý nghĩa. Từ *nghệ thuật* thứ nhất và thứ hai là *hình thái ý thức xã hội đặc biệt, dùng hình tượng sinh động, cụ thể và gợi cảm để phản ánh hiện thực và truyền đạt tư tưởng tình cảm* [6, 533] - *nghệ thuật* là một danh từ. Trong khi đó, từ *nghệ thuật* cuối cùng được hiểu là *phương pháp, phương thức giàu tính sáng tạo, đem lại hiệu quả cao* [6, 533]. Như vậy kết luận ở trong câu là khẳng định: hình thái ý thức nghệ thuật có thể tồn tại được vì nó kiếm tiền bằng phương pháp điều luyện, tinh vi đem lại hiệu quả cao - *nghệ thuật* là tính từ. Thực chất đó là cách nhìn châm biếm về *nghệ thuật* nói chung - khi mà ngày nay, người ta thường mượn hai chữ *nghệ thuật* để kiếm tiền.

Cách dùng lặp lại từ ngữ mà từ ngữ ấy lại mang nhiều ý nghĩa khác nhau trước hết tạo nên sự mơ hồ về nghĩa. Khi người đọc càng phải bỏ ra nhiều công sức, càng phải huy động nhiều quy tắc để lĩnh hội được hàm ý của phát ngôn thì lập luận càng hấp dẫn. Hơn nữa, chúng ta biết rằng trên mặt báo, có những điều không được phép nói, không tiện nói hoặc nói thẳng chưa chắc đã đạt hiệu quả cao bằng những lời nói tế nhị, cho nên danh ngôn vui thường chọn lối nói có hàm ý. Cách tạo ý nghĩa mơ hồ như thế mang lại giá trị lập luận cao.

\* Sử dụng lặp lại một từ với lối diễn đạt “loanh quanh” tạo tiếng cười hài hước

(105) *Lá cải nhất là viết lời bình lá cải cho những tí bài lá cải.*

*Lá cải* là từ ngữ có tính chất khẩu ngữ dùng để ví *một tờ báo tôi, viết nhảm nhí, không có giá trị*. Như vậy, có thể hiểu *lá cải* trong câu danh ngôn vui này là một tính từ chỉ những gì nhảm nhí, không có giá trị. Và có thể diễn đạt lại ý nghĩa trên bề mặt câu danh ngôn vui như sau: Vô nghĩa nhất là viết những lời bình nhảm nhí cho những tí bài không có giá trị. Ba từ *lá cải* có mặt cả ở đầu, giữa và cuối câu tạo nên sự “loanh quanh” trong lối diễn đạt. Sự vòng vo ấy một mặt tạo tiếng cười hài hước, mặt khác như là một cách hiện thực hóa cho kiểu *lời bình lá cải* mà người nói nhắc tới trong câu. Đồng thời ẩn ý sâu xa mà người đọc có thể tiếp nhận được từ nội dung câu danh ngôn vui này là: Đừng nói, đừng viết những gì không có giá trị.

Danh ngôn vui có hàng loạt câu được tổ chức theo cách này:

(106) *Bạn của bạn tôi là bạn tôi. Nhưng bạn của bạn gái tôi chưa chắc đã là bạn tôi.*

(107) *Nếu thích thì với cái gì cũng có thể liên kết được kể cả với phong trào không liên kết.*

(108) *Có ý kiến cho rằng mọi ý kiến đều cần được phản biện.*

(109) *Tôi từng có nhiều ham muốn, ham muốn quá nhiều thứ. Bây giờ tôi chỉ có một ham muốn, là làm sao loại bỏ được những ham muốn đó.*

3.7. Dùng các từ ngữ cùng trường liên tưởng

Theo nhà ngôn ngữ học Pháp Ch. Bally - tác giả đầu tiên của khái

niệm trường liên tưởng, mỗi từ có thể là trung tâm của một trường liên tưởng. Như từ *bò* của tiếng Pháp có thể gọi ra các từ sau do liên tưởng:

- *Bò cái, bò mộng, bê, sừng, gặm cỏ, nhai trấu...*

- *Sự cày bừa, cái cày...*

- *Những ý niệm về tính chịu đựng, sự chậm chạp, nặng nề...*

Như vậy, trường liên tưởng là hiện tượng từ một từ trung tâm có thể gọi ra nhiều từ ngữ khác do liên tưởng.

Ở danh ngôn vui, việc sử dụng những từ ngữ cùng trường liên tưởng là một phương thức hiệu quả để tạo nên tiếng cười. Nhưng liên tưởng ở đây chủ yếu là giữa những từ có vô ngữ âm gần giống nhau.

(110) *Người ta hay nhảm chuyện lộng ngôn và loạn ngôn với tự do ngôn luận.*

Hai từ *lộng ngôn, loạn ngôn* được suy ra từ cụm từ trung tâm *tự do ngôn luận*. Ba từ ấy đều cùng chung một nét nghĩa là nói đến cách thức nói năng của một đối tượng nào đó. Tuy nhiên vẫn có sự khác nhau về nghĩa. *Tự do ngôn luận* là thoải mái phát biểu ý kiến mà không sợ bị ai kiểm duyệt, quản chế. *Loạn ngôn* chỉ sự nói năng bừa bãi, không kể gì phải trái, hay dở. Còn ý nghĩa của từ *lộng ngôn* cũng tương tự *loạn ngôn* - chỉ sự nói năng tùy tiện, bất chấp kỉ cương. Chúng có những nét nghĩa khác nhau. *Tự do ngôn luận* thường gắn với nghĩa tích cực. Còn *lộng ngôn* và *loạn ngôn* thì lại mang ý nghĩa tiêu cực. Bằng việc sử dụng những từ ngữ có phân mơ hồ và gần giống nhau về nghĩa, danh ngôn vui đã nêu một cách hóm hỉnh hiện thực: con người nhầm lẫn giữa quyền đưa ra chính kiến



với việc nói năng bừa bãi. Từ đó đi đến một kết luận: hiện nay người ta đang mượn quyền tự do ngôn luận của con người để nói năng một cách bừa bãi, tùy tiện, thiếu văn minh.

### 3.8. Dùng từ ngữ đối và các vế đối trong phát ngôn

Biện pháp đối từ lâu đã thể hiện vai trò quan trọng trong các thể loại có liên quan nhiều đến lập luận như văn chính luận, thuyết minh... Khi cần thuyết phục, bác bỏ hay chứng minh một vấn đề nào đó, người ta hay tìm đến biện pháp đối để gây ấn tượng mạnh và làm nổi bật đối tượng chính mà người nói muốn hướng tới. Danh ngôn vui cũng sử dụng phương thức này như một trợ thủ đắc lực trong việc tạo tiếng cười và đưa ra hàm ý sâu xa của nó. Chúng tôi nhận thấy có hai kiểu đối chính trong danh ngôn vui là: đối từ ngữ và đối ý nghĩa giữa các vế trong câu.

#### a. Phương thức sử dụng những từ ngữ đối lập

(111) *Người ta hay nói dối chỉ vì không ai muốn nghe sự thật.*

(112) *Giá trị món quà tặng được đo bằng mức độ vô dụng của nó.*

(113) *Thế giới của con người càng thấp bé thì anh ta càng coi mình là phần lớn hơn của vũ trụ.*

Các từ ngữ đối nhau: *dối - thật, thấp bé - lớn, giá trị - vô dụng* trước tiên tạo sự đối xứng cho câu, đồng thời cũng là phương tiện tạo tiếng cười. Trong thí dụ (113), giá trị của món quà tặng vốn được hiểu là ích lợi, tác dụng - cái làm nên ý nghĩa, sự đáng quý cho nó. Tuy nhiên, danh ngôn vui

lại cho rằng giá trị của quà tặng phải được đo bằng mức độ vô dụng. Có sự đối lập về nghĩa giữa *vô dụng* > < *ích lợi, tác dụng*. Người đọc cũng có thể nhận ra kết luận hàm ẩn trong danh ngôn này: những món quà được trao tặng thường không thiết thực, không có tác dụng nhiều trong cuộc sống.

Danh ngôn vui có khá nhiều câu được xây dựng theo hình thức này:

(114) *Chân dài phải khôn thì mới dòn được đại gia vào chỗ đại.*

(115) *Giá càng lên thì niềm tin càng xuống.*

(116) *Phụ nữ càng lạnh thì đàn ông càng dễ nóng lên.*

(117) *Đồ vật càng cũ càng rẻ, trí tuệ càng già càng đắt.*

#### b. Phương thức đối giữa các vế trong câu

Phương thức này chủ yếu xuất hiện trong những câu danh ngôn vui được kiến tạo theo kiểu câu ghép, đặc biệt là kiểu ghép đẳng lập có quan hệ nghịch đối hoặc những câu ghép mà giữa hai vế thường có nội dung ngược nhau như câu ghép chỉ quan hệ nhượng bộ.

*Tây Thi làm thích mắt đàn ông, Thị Nở làm thích mắt đàn bà.* (Thí dụ 71 đã dẫn)

Hai vế của câu có quan hệ đối lập nhau. Vế thứ nhất nêu ra hiện thực: *Tây Thi làm thích mắt đàn ông* => hàm ý: đàn ông thích ngắm phụ nữ đẹp. Đây là một sự thật hiển nhiên dường như ai cũng biết và hiểu được điều đó. Vế 2, về nội dung ý nghĩa, có phần tương phản với vế 1: *Thị Nở làm thích mắt đàn bà* => hàm ý: phụ nữ sung

sướng khi thấy người phụ nữ khác xấu xí. Và người đọc cười vì sự bất ngờ trong nội dung của vế thứ hai này. Hàm ý trong cả hai câu là: phụ nữ hay ghen tị, đặc biệt là ghen tị với nhan sắc của người phụ nữ khác. Câu danh ngôn vui là cái nhìn hài hước về tính cách có phần đặc trưng của mọi phụ nữ nói chung. Tương tự với thí dụ dưới đây:

*Ai cũng ca ngợi Nguyễn Du nhưng không mấy ai đọc hết truyện Kiều.*  
(Thí dụ 50 đã dẫn)

Câu này được xây dựng dựa trên tiền giả định: *Nếu mình đã thích một nhà văn, nhà thơ nào đó, mình phải đọc hết tác phẩm của họ.* Sự đối nhau trong nội dung giữa hai vế của câu ghép chính phụ chỉ quan hệ nhượng bộ làm cho câu nói thật khôi hài. Nó cũng phản ánh phần nào thực tế xã hội ngày nay: chả mấy ai tìm hiểu vấn đề cho đến nơi đến chốn; đặc biệt là thực trạng đọc sách: người ta chỉ quen nói dựa.

Như vậy, phương thức đối đã mang lại cho danh ngôn vui sự cân xứng về hình thức, sự đối lập về nội dung. Nếu danh ngôn vui gồm hai vế thì vế thứ nhất nêu hiện thực được nhiều người thừa nhận, vế thứ hai có nội dung đầy bất ngờ, đối lập với vế đầu. Danh ngôn này là những lời tổng quát và xâu chuỗi những đối tượng trong thế giới khách quan tạo thành những nhận xét, chiêm nghiệm hết sức thú vị. Những câu sau cũng theo mô hình như vậy:

(118) *Người lười thường vô hại nhưng người có hại lại không lười.*

*Đàn ông cần tiền chủ yếu chi cho hai việc: có được nàng và thoát được nàng.* (Thí dụ 64 đã dẫn)

3.9. Dùng phương thức đảo trật tự từ

Như chúng ta đã biết, một trong những đặc điểm loại hình của tiếng Việt là ý nghĩa ngữ pháp thể hiện chủ yếu ở phương thức trật tự từ. Khi ta thay đổi trật tự sắp xếp các từ trong câu thì nội dung câu sẽ thay đổi. Danh ngôn vui đã vận dụng phương thức đảo vị trí của từ ngữ, tạo nghĩa mới. Đây cũng là cơ chế gây tiếng cười hài hước của danh ngôn vui. Phương thức đảo vị trí từ ngữ thường xuất hiện trong những kiểu câu so sánh hoặc câu ghép có quan hệ nghịch đối.

(119) *Cướp nhà băng không phở biến bằng bị nhà băng cướp.*

Danh ngôn này được cấu trúc theo kiểu câu so sánh. Hai đơn vị ngôn ngữ được xây dựng đơn giản bằng cách đảo trật tự là *cướp nhà băng* và *nhà băng cướp*. Trật tự này mang đến những ý nghĩa khác nhau. Ở vế thứ nhất - *cướp nhà băng* là một cụm động từ, trong đó *nhà băng* là đối tượng của hành động *cướp* (quan hệ ngữ pháp của hai thành tố này là quan hệ chính phụ). Còn trong *nhà băng cướp* thì *nhà băng* là chủ thể của hành động *cướp* (quan hệ ngữ pháp của hai thành tố này là quan hệ chủ vị). Cách đảo vị trí từ ngữ tạo nên tiếng cười hài hước của câu so sánh. Câu danh ngôn vui là một luận cứ để chứng minh cho một kết luận hàm ẩn là: dịch vụ của nhà băng (ngân hàng) trong thời buổi này quá đắt.

(120) *Đừng bao giờ làm việc với kẻ thích buôn dưa lê và cũng đừng bao giờ buôn dưa lê với người thích làm việc.*

Hai vế của câu ghép mang ý nghĩa vừa có phần tương phản, vừa có phần

bổ sung cho nhau. Nội dung hai vế hoàn toàn khác nhau được biểu hiện hết sức ấn tượng chỉ thông qua hình thức thay đổi trật tự sắp xếp từ ngữ.

Nội dung ý nghĩa của *làm việc* và *buôn dưa lê* trái ngược nhau. *Làm việc* mang ý nghĩa tích cực, *buôn dưa lê* mang ý nghĩa tiêu cực. Lời khuyên mà người nói đưa ra được biểu hiện tường minh trên câu chữ (thông qua phụ từ câu khiến *đừng*) được hiểu một cách đơn giản là: *Hãy làm việc với người thích làm việc, hãy buôn dưa lê với kẻ thích buôn dưa lê*. Và hàm ý sâu xa trong câu danh ngôn vui này là làm gì cũng phải đúng người, đúng chỗ.

Ngoài ra chúng tôi còn nhận diện được một số câu cũng sử dụng phương thức đảo vị trí từ ngữ như:

Rủ được sếp đi nhậu là *đáng nể* nhưng được sếp rủ đi nhậu còn *đáng nể hơn*. (Thí dụ 60 đã dẫn).

Ngày trước, tôn giáo là ma túy với *quân chúng*; ngày nay ma túy là tôn giáo với *một số người*. (Thí dụ 37 đã dẫn).

(121) *Nghèo không phải* người có ít tiền *mà là* người có bao nhiêu tiền vẫn thấy ít.

Có thể thấy phương thức đảo vị trí từ ngữ có phần giao thoa với phương thức đối vì cùng sử dụng từ ngữ đó, khi ta thay đổi trật tự sắp xếp thì nội dung của nó tương phản với nội dung ban đầu. Phương thức đảo trật tự thường xuất hiện trong những câu gồm hai vế (câu đơn so sánh, câu ghép). Người đọc khi tiếp cận những câu có từ ngữ bị đảo thì thường có tâm lí so sánh giữa hai đối tượng được nêu trong nội dung hai vế để từ đó rút ra kết luận

cần thiết. Danh ngôn vui, vì vậy, đã đạt hiệu quả lập luận.

3.9. Dùng phương thức tạo mâu thuẫn trong lập luận

Khi lập luận, cần phải tuân theo những quy tắc nhất định. Trong đó, các câu cần lô gích với nhau. Tuy nhiên, có một số danh ngôn vui lại cố tình vi phạm những quy tắc lập luận để tạo ra hàm ý.

*Không thể mua được tình yêu và kiến thức. Nhưng bán thì được*. (Thí dụ 54 đã dẫn).

Có người bán mới có kẻ mua, hay có người mua thì mới có kẻ bán, đó là quy luật thị trường. Câu thứ nhất và câu thứ hai trong danh ngôn vui này mâu thuẫn nhau, bởi nếu đã không thể mua được thì đương nhiên cũng không thể bán được. Tuy nhiên, lập luận thứ hai, đứng sau từ *nhưng*, có hiệu lực mạnh hơn. Từ mâu thuẫn ấy, hàm ý được nảy sinh: tình yêu và kiến thức vẫn có thể mua bán được.

### Kết luận

1. Trên bình diện nội dung, danh ngôn vui là tiếng nói của đời sống, nó vô cùng gần gũi với con người chứ không thi vị hay lí tưởng hóa cuộc sống. Cuộc sống vốn là thế, có người tốt, kẻ xấu; có niềm vui, nỗi buồn; có thành công, thất bại. Cuộc sống không phải toàn màu hồng, xã hội không phải toàn những điều tốt đẹp, danh ngôn vui cho ta một cách nhìn mới, nhìn sự tiêu cực bằng những suy nghĩ lạc quan.

2. Ở phương diện lập luận, hàm ý của danh ngôn vui được thể hiện thông qua hàng loạt phương thức lập luận: định nghĩa, so sánh, miêu tả, sử dụng câu hỏi, dùng từ ngữ lặp lại, dùng

từ ngữ đối lập hay tạo mâu thuẫn trong lập luận... Điều này làm nên giá trị của danh ngôn vui, khiến người ta thích và nhớ nó. Chính vì vậy mà mặc dù danh ngôn vui không phải là *khuôn vàng thước ngọc*, song mỗi khi đọc nó, ta vẫn thán kêu lên “Chí lí!”.

#### NGUỒN TRÍCH DẪN

1. Diêu Huyền (tuyển chọn), *Tuyển tập danh ngôn*, Nxb Văn hóa thông tin, H., 2004.

2. Nguyễn Văn Trung (sưu tầm), *Danh ngôn thế giới*, Tập 1, Nxb Đồng Nai, 2009.

3. *Tuổi trẻ cười*, Số 414, Số 415, 2010.

4. *An ninh thế giới cuối tháng*.

5. <http://khotangdanhngon.com/danh-ngon-vui-ranh-ngon>

6. <http://antgct.cand.com.vn/vi-vn/nhandam/ranhngon.cand>

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Diệp Quang Ban, *Ngữ pháp tiếng Việt*, Nxb GD, H., 2009.

2. Đỗ Hữu Châu, *Đại cương Ngôn ngữ học*, Tập 2, *Ngữ dụng học*, Nxb GD, H., 2006.

3. Nguyễn Đức Dân, *Lô gích, ngữ nghĩa, cú pháp*, Nxb ĐH & THCN, H., 1987.

4. Nguyễn Đức Dân, *Ngữ dụng học*, Tập 1, Nxb GD, H., 2000.

5. Mai Thanh Dung, *Danh ngôn vui nhìn từ lý thuyết ba bình diện: kết học, nghĩa học và dụng học*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường ĐHSP HN, 2012.

6. Hoàng Phê (chủ biên), *Từ điển tiếng Việt thông dụng*, Viện Ngôn ngữ học, Nxb Đà Nẵng, Trung tâm Từ điển học, 2008.

7. Hoàng Anh Thu, *Danh ngôn nhìn từ lý thuyết ba bình diện: kết học - nghĩa học - dụng học (trên ngữ liệu tiếng Việt)*, Luận văn thạc sĩ khoa học Ngữ văn, Trường ĐHSP HN, 2010.

#### SUMMARY

Famous joyful sayings are funny and humorous which reflect our life full of happiness and sorrows, the good and the evils. They reflect our life with a positive outlook.

In terms of argumentation, the implications of famous joyful sayings could be presented in any forms of argumentation: definitions, comparison, uses of symmetrical and opposition words, etc. This feature has made the sayings joyful and unforgettable. The combination between brief, clear presentation and the special features has enabled famous joyful sayings to bring about not only a completely new, humorous but also logical vision in whatever way they can be explained.