

NGÔN NGỮ VÀ VĂN HÓA

CHIẾN LƯỢC LỊCH SỰ DƯƠNG TÍNH TRONG PHIM TRUYỀN HÌNH NHẬT BẢN: TIẾP CẬN ĐA CHIỀU TỪ GÓC ĐỘ GIAO THOA VĂN HÓA

TRẦN THỊ THANH TRÚC* - NGUYỄN ĐÔNG SƠN**

TÓM TẮT: Nghiên cứu này phân tích chiến lược lịch sự dương tính trong giao tiếp văn hóa Nhật Bản qua ngữ liệu từ phim truyền hình. Dựa trên lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987) kết hợp với các quan điểm về đặc thù văn hóa của Gudykunst & Kim (1997) và Wierzbicka (1991), nghiên cứu khám phá cách các yếu tố “uchi” (bên trong), “soto” (bên ngoài), “tatemae” (vẻ bề ngoài), và “honne” (cảm xúc thật) định hình chiến lược lịch sự trong bối cảnh công sở và gia đình. Phương pháp tiếp cận đa chiều, kết hợp giữa cách tiếp cận phổ quát về chiến lược lịch sự với cách tiếp cận đặc thù văn hóa để xem xét mối quan hệ giữa nhân vật, ngữ cảnh và chiến lược giao tiếp. Kết quả chỉ ra rằng cấu trúc xã hội và hệ thống cấp bậc ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc lựa chọn chiến lược, đồng thời làm rõ sự chuyển đổi linh hoạt giữa các mối quan hệ “uchi” và “soto”. Nghiên cứu cũng so sánh các cách tiếp cận phổ quát và đặc thù văn hóa, qua đó đề xuất khung phân tích giúp kết nối lý thuyết với thực tiễn, mở ra hướng nghiên cứu mới trong giao tiếp liên văn hóa và giảng dạy ngoại ngữ.

TỪ KHÓA: chiến lược lịch sự; giao tiếp liên văn hóa; văn hóa Nhật Bản; phim truyền hình Nhật Bản; ngữ cảnh giao tiếp.

NHẬN BÀI: 09/12/2024.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 13/02/2025

1. Dẫn nhập

Văn hóa giao tiếp Nhật Bản nổi tiếng bởi sự phức tạp và tinh tế, phản ánh một xã hội có tính phân tầng cao cùng các giá trị truyền thống sâu sắc. Giao tiếp tại Nhật Bản không chỉ đơn thuần là trao đổi thông tin mà còn là phương tiện duy trì hòa khí xã hội, khẳng định bản sắc cá nhân và tập thể, cũng như củng cố các mối quan hệ dựa trên hệ thống cấp bậc. Trong bối cảnh đó, các chiến lược lịch sự dương tính (CLLSDT) đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và duy trì các mối quan hệ tích cực, đặc biệt trong các môi trường như công sở và gia đình.

Dựa trên lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987), kết hợp với các quan điểm về đặc thù văn hóa Nhật Bản như “uchi-soto” (bên trong-bên ngoài), “honne-tatemae” (cảm xúc thật-vẻ bề ngoài), nghiên cứu này hướng tới khám phá cách các yếu tố văn hóa định hình hành vi giao tiếp trong các bối cảnh khác nhau. Ngữ liệu được chọn từ phim truyền hình Nhật Bản, cụ thể là bộ phim *Hanzawa Naoki*, một tác phẩm tiêu biểu phản ánh các khía cạnh giao tiếp trong xã hội Nhật Bản.

Nghiên cứu đặt ra các câu hỏi như sau:

- Các CLLSDT trong giao tiếp công sở và gia đình Nhật Bản được sử dụng như thế nào để duy trì hòa khí và sự hài hòa trong các mối quan hệ?
- Việc lựa chọn và sử dụng các CLLSDT có mối quan hệ như thế nào với các yếu tố văn hóa - xã hội của Nhật Bản? Các khái niệm “uchi/soto” và “honne-tatemae” ảnh hưởng thế nào đến việc lựa chọn chiến lược lịch sự?
- Các CLLSDT đóng vai trò gì trong việc duy trì và điều chỉnh các mối quan hệ trong môi trường công sở và gia đình Nhật Bản?

Thông qua phân tích các CLLSDT như *Để ý đến người nghe*, *Phóng đại sự quan tâm*, *Tăng cường hứng thú đối với người nghe*, v.v. nghiên cứu làm rõ cách các nhân vật điều chỉnh ngôn ngữ để phù hợp với cấu trúc xã hội và vai trò giới. Đồng thời, các khái niệm văn hóa quan trọng như “uchi-soto”, “honne-tatemae” được phân tích sâu sắc để minh họa mối quan hệ giữa ngữ cảnh giao tiếp, cấu trúc xã hội và lựa chọn chiến lược.

*Trường Đại học Luật TP Hồ Chí Minh; Email: ttttruc@hcmulaw.edu.vn

**Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh

Kết quả nghiên cứu không chỉ cung cấp cái nhìn toàn diện về cách giao tiếp trong văn hóa Nhật Bản mà còn làm rõ cách phim truyền hình tái hiện các quy tắc giao tiếp trong đời sống thực. Qua đó, nghiên cứu đóng góp vào việc hiểu rõ hơn về giao tiếp liên văn hóa và mở ra hướng nghiên cứu mới trong giảng dạy tiếng Nhật.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Các lý thuyết truyền thống về chiến lược lịch sự

2.1.1. Các khái niệm cơ bản về lịch sự

Lịch sự trong giao tiếp là một khía cạnh quan trọng của tương tác xã hội, được nhiều nhà ngôn ngữ học nghiên cứu. Lakoff (1987) cho rằng lịch sự là phương tiện giảm thiểu xung đột trong diễn ngôn. Ông đưa ra hai quy tắc chính về sử dụng ngôn ngữ: quy tắc diễn đạt rõ ràng và quy tắc lịch sự. Quy tắc lịch sự của Lakoff bao gồm ba nguyên tắc: (i) Không áp đặt, (ii) Đề nghị sự lựa chọn, và (iii) Thể hiện tình bằng hữu. Leech (1983) định nghĩa lịch sự dựa trên khái niệm “*thiệt*” (cost) và “*lợi*” (benefit), nhấn mạnh việc bảo toàn cân bằng xã hội và mối quan hệ thân thiện giữa con người. Ông đề xuất sáu phương châm lịch sự gồm: khéo léo, hào hiệp, tán thưởng, khiêm tốn, tán đồng, và cảm thông, nhằm giảm thiểu cách nói không lịch sự.

Brown và Levinson (1987) phát triển lý thuyết lịch sự dựa trên khái niệm “*thể diện*” của Erving Goffman. Họ cho rằng thể diện gồm hai loại: thể diện dương tính và thể diện âm tính. Các phát ngôn có thể gây ra *hành động đe dọa thể diện* (FTA - Face - Threatening Acts), và để tránh hoặc bù đắp FTA, người ta thường sử dụng các chiến lược lịch sự nhằm bảo vệ và duy trì thể diện của cả hai bên trong giao tiếp.

Lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987) và các lý thuyết khác nói trên mặc dù có ảnh hưởng lớn nhưng cũng có một số ý kiến trái chiều vì nhiều điểm yếu, bao gồm sự tập trung quá mức vào câu làm đơn vị cơ sở, sự thiếu rõ ràng trong dữ liệu, và hạn chế văn hóa khi áp dụng vào các xã hội như Nhật Bản và Polynesian.

2.1.2. Chiến lược lịch sự dương tính

CLLSDT là chiến lược nhằm bảo vệ và duy trì thể diện dương tính của người giao tiếp, tức là nhu cầu về sự đồng tình và sự công nhận. Chiến lược này thường bao gồm việc thể hiện sự tán thành, khen ngợi, hoặc tìm kiếm sự đồng cảm với người khác. Cụ thể, Brown và Levinson (1987) phân loại thành ba nhóm chiến lược lớn với những chiến lược cụ thể như sau.

Nhóm chiến lược đầu tiên tập trung vào việc xác định điểm chung (Claim Common Ground), thể hiện qua ba biểu hiện. Biểu hiện thứ nhất là thông qua các chiến lược: *để ý đến người nghe, phóng đại sự quan tâm, và tăng cường hứng thú đến người nghe*. Ví dụ, trong giao tiếp tiếng Nhật, người nói thường sử dụng các từ ngữ thể hiện sự quan tâm như “*さすが*” (sasuga - đúng là/ quả nhiên) hay “*すごい*” (sugoi - tuyệt vời) để thể hiện sự ngưỡng mộ và quan tâm đến người nghe. Biểu hiện thứ hai là xác lập tư cách thành viên trong nhóm thông qua chiến lược *sử dụng các dấu hiệu nhận diện đồng nhóm, chẳng hạn như việc sử dụng ngôn ngữ đặc trưng của nhóm hay đề cập đến những trải nghiệm chung*. Biểu hiện thứ ba là tìm kiếm và nhấn mạnh những quan điểm, ý kiến, thái độ và cảm xúc chung, được thực hiện qua các chiến lược như *tìm sự đồng thuận bằng các yếu tố khích lệ tối thiểu, tránh bất đồng trực tiếp, và sử dụng yếu tố hài hước một cách phù hợp*.

Nhóm chiến lược thứ hai (Convey that S and H are cooperators) thể hiện rằng S (người nói) và H (người nghe) đều có tinh thần hợp tác. Nhóm chiến lược này có hai biểu hiện chính: một là S biết và ghi nhận nhu cầu của H qua chiến lược *sử dụng danh hóa*, ví dụ như việc sử dụng các danh xưng tôn trọng hay các từ ngữ thể hiện sự quan tâm đến nhu cầu của người nghe; hai là xác định sự phản hồi thông qua các chiến lược cụ thể như *đưa ra lời hứa, thể hiện sự lạc quan về khả năng hợp tác, và tích cực đặt câu hỏi để thể hiện sự quan tâm đến ý kiến* của người nghe. Trong văn hóa giao tiếp Nhật Bản, điều này đặc biệt quan trọng vì nó giúp duy trì hòa khí (wa) trong nhóm.

Nhóm chiến lược thứ ba (Fulfill H's want for some X) gồm hai phần quan trọng: một là xác định tính qua lại với chiến lược *giả định hoặc khẳng định quan hệ qua lại*, phản ánh nguyên tắc “*có qua có lại*” trong văn hóa Nhật Bản; hai là *thỏa mãn nhu cầu của H về một điều gì đó thông qua chiến lược trao tặng*.

Trong văn hóa Nhật Bản, việc trao tặng không chỉ là hành động vật chất mà còn mang ý nghĩa tượng trưng quan trọng, thể hiện sự quan tâm và mong muốn duy trì mối quan hệ tốt đẹp.

2.2. Lịch sự trong cách tiếp cận từ văn hóa Nhật Bản

Trong nghiên cứu về lịch sự liên văn hóa, các học giả Nhật Bản như Ide (1989) và Matsumoto (1988) đã chỉ ra rằng khái niệm thể diện âm tính không phổ quát trong văn hóa Nhật Bản. Ide định nghĩa lịch sự là một “*sự hiểu chuyện - wakimae*” liên quan đến việc tuân thủ các phong tục xã hội, khác biệt với “*động lực - hatarakikake*” như Brown và Levinson mô tả. Usami (1998) đã ủng hộ lý thuyết của Brown và Levinson nhưng cũng phê phán các điểm yếu của nó, đặc biệt là trong bối cảnh văn hóa Nhật Bản. Usami (1998) đã nhấn mạnh rằng:

- Trong các ngôn ngữ có kính ngữ, không nên đánh đồng phép lịch sự với phép lịch sự dưới hình thức của ngôn ngữ ở cấp độ câu.
- Lịch sự cần được hiểu ở cấp độ diễn ngôn hơn là ở cấp độ câu trong cả ngôn ngữ có kính ngữ và cả ngôn ngữ không có kính ngữ.
- Ngay cả trong các ngôn ngữ không có kính ngữ, việc “sử dụng ngôn ngữ phù hợp với quy ước xã hội” cũng đóng vai trò quan trọng trong lý thuyết lịch sự.
- Lịch sự cần được hiểu ở cấp độ diễn ngôn từ hai khía cạnh: “sử dụng ngôn ngữ phù hợp với chuẩn mực xã hội” và “sử dụng ngôn ngữ theo chiến lược của người nói”, đồng thời cần xem xét mối tương quan giữa hai khía cạnh này.

Haugh (2007) gắn lịch sự với khái niệm “*tachiba*” (lập trường - chỗ đứng), được định nghĩa như sau: “Các vai trò xã hội được thể hiện một cách ngẫu nhiên theo từng ngữ cảnh”. Haugh (2007) cũng giải thích rằng “*tachiba*” bao gồm “các thành tựu tương tác về cá tính trước công chúng hoặc địa vị xã hội của một người khác biệt với những người khác, bao gồm vị trí hoặc vai trò (*ichi, yakuwari*), địa vị (*mibun, chi'i*) và sự tồn tại, trạng thái hoặc hoàn cảnh (*jōkyō*)”.

Miyake (2011) phân tích cách mà người Nhật nhận thức về các mối quan hệ xã hội thông qua ngôn ngữ, dựa trên hệ thống phân cấp và mối quan hệ trong văn hóa Nhật. Miyake (2011) tập trung vào khái niệm “*Haiyo gengo kōdō*” (hành vi ngôn ngữ mang tính quan tâm), tức là cách mà người Nhật sử dụng lời nói để thể hiện sự quan tâm đến người khác, thường là thông qua việc sử dụng các biểu thức khiêm nhường và thể hiện sự thấu hiểu, tránh làm mất lòng người nghe.

2.3. Nguyên tắc cơ bản trong giao tiếp của văn hóa Nhật Bản

2.3.1. Khái niệm “*Uchi*” và “*Soto*”

Khái niệm “*uchi*” (内) và “*soto*” (外) trong văn hóa Nhật Bản là một trong những nguyên tắc cơ bản định hình cách giao tiếp và ứng xử của người Nhật. Bachnik (1994) đã giải thích rằng sự phân biệt này phản ánh mối quan hệ phức tạp giữa cá nhân và các nhóm xã hội trong xã hội Nhật Bản. “*Uchi*” thường được hiểu là “bên trong” hoặc “nội bộ”, trong khi “*soto*” có nghĩa là “bên ngoài” hoặc “ngoại lai”. Tuy nhiên, Makino (2002) nhận định: “Khái niệm “*uchi*” “bên trong” và “*soto*” “bên ngoài” của người Nhật vượt xa khỏi sự phân chia không gian đơn thuần. Nó đại diện một cách ẩn dụ cho thái độ tâm lý của người nói đối với con người và sự vật xung quanh họ. “*Uchi*” đề cập đến “nhóm nội bộ” của một người, có thể bao gồm gia đình, bạn bè thân thiết, và công ty, câu lạc bộ hoặc tổ chức của họ. “*Soto*” đề cập đến bất kỳ ai hoặc bất cứ điều gì nằm ngoài nhóm nội bộ của một người”. Wetzell (1994) nhấn mạnh rằng sự phân biệt *uchi-soto* ảnh hưởng sâu sắc đến việc sử dụng ngôn ngữ trong tiếng Nhật. Người nói sẽ điều chỉnh từ vựng, ngữ pháp và mức độ lịch sự dựa trên vị trí tương đối của họ và người nghe trong mối quan hệ *uchi-soto*.”

2.3.2. Khái niệm “*Honne*” và “*Tatemae*”

Doi (1986) định nghĩa “*honne*” (本音) là “cảm xúc và ý kiến thật”, trong khi “*tatemae*” (建前) là “vẻ bề ngoài được thể hiện ra xã hội”. Sugimoto (2010) bổ sung rằng “*honne*” thường được giữ kín, trong khi “*tatemae*” là những gì được thể hiện công khai để duy trì hòa khí xã hội. Lebra (2004) lập luận rằng sự phân biệt *honne-tatemae* đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì trật tự xã hội và tránh xung đột trực tiếp. Nó cho phép các cá nhân thể hiện sự tôn trọng đối với quy chuẩn xã hội trong khi vẫn giữ được cảm xúc và ý kiến cá nhân. Maynard (1997) chỉ ra rằng sự phân biệt này ảnh hưởng sâu sắc đến cách người

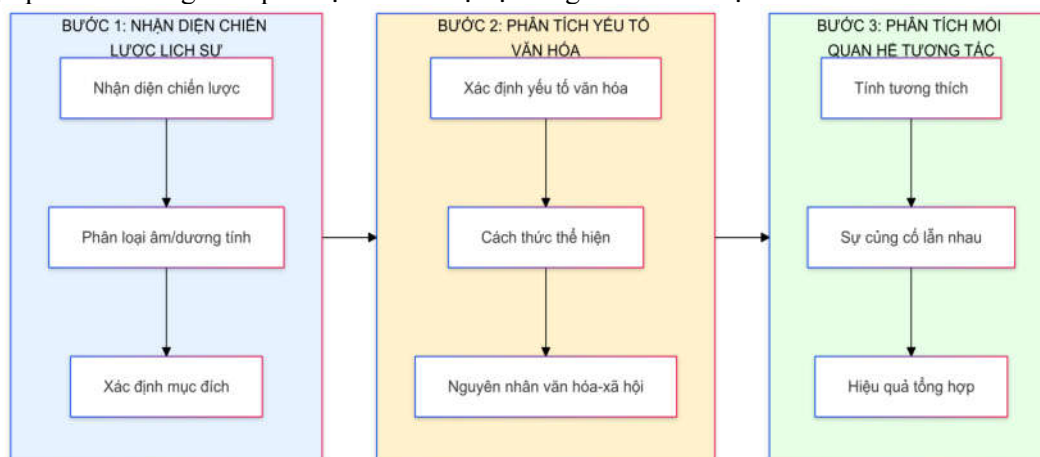
Nhật giao tiếp. Họ thường sử dụng ngôn ngữ mơ hồ, gián tiếp và phụ thuộc nhiều vào ngữ cảnh để truyền đạt “*honne*” mà không làm tổn hại đến “*tatemae*”.

3. Phương pháp nghiên cứu và nguồn ngữ liệu

Nghiên cứu này áp dụng cách tiếp cận đa chiều, kết hợp hai phương pháp chính để phân tích các chiến lược lịch sự dương tính trong giao tiếp. Đầu tiên, phương pháp miêu tả được sử dụng để ghi nhận và phân loại các biểu thức lịch sự trong các ngữ cảnh giao tiếp cụ thể. Tiếp theo, phương pháp phân tích diễn ngôn được áp dụng để xem xét mối quan hệ giữa các nhân vật, ngữ cảnh giao tiếp và hiệu quả của các chiến lược lịch sự, làm rõ ý nghĩa xã hội và văn hóa mà chúng mang lại.

Khung phân tích của nghiên cứu này dựa trên lý thuyết giao thoa văn hóa của Gudykunst và Kim (1997), nhấn mạnh tầm quan trọng của việc kết hợp yếu tố phổ quát và đặc thù văn hóa trong nghiên cứu giao tiếp. Đồng thời, Wierzbicka (1991) bổ sung khái niệm về sự khác biệt giữa các hiện tượng ngôn ngữ mang tính phổ quát và các biểu hiện đặc trưng văn hóa, trong khi lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson (1987) làm rõ tính phổ quát trong chiến lược lịch sự và sự khác biệt trong cách thực hiện chúng giữa các nền văn hóa.

Về phương pháp luận, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích đa tầng, cho phép xem xét hiện tượng giao tiếp ở nhiều cấp độ. Khung phân tích bao gồm ba bước: xác định các chiến lược lịch sự phổ quát theo lý thuyết Brown & Levinson, phân tích cách các chiến lược này được thể hiện qua các yếu tố văn hóa đặc thù, và cuối cùng là xem xét sự tương tác giữa hai yếu tố phổ quát và đặc thù. Phương pháp này tuân theo nguyên tắc phân tích hệ thống của Holliday (1999), nhấn mạnh rằng các hiện tượng ngôn ngữ cần được phân tích trong mối quan hệ với toàn bộ hệ thống văn hóa-xã hội.



Hình 1. Khung phân tích Chiến lược lịch sự trong Giao thoa văn hóa

Khung phân tích này thể hiện tính hợp lý qua ba khía cạnh. Về tính logic, nó cho phép phân tích từ lý thuyết đến thực tiễn, từ phổ quát đến đặc thù, và từ hiện tượng đến bản chất. Về tính hệ thống, khung phân tích bao quát đầy đủ các yếu tố cần thiết và đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa các bước phân tích. Về tính khả thi, phương pháp này dễ dàng áp dụng vào phân tích cụ thể và có tiềm năng mở rộng cho các nghiên cứu tương tự. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua ghi chép và phân tích hội thoại, đối chiếu với lý thuyết và các yếu tố văn hóa. Phương pháp phân tích chủ yếu là định tính, kết hợp với phân tích đối chiếu và phân tích ngữ cảnh. Khung phân tích này là một đóng góp mang tính thử nghiệm, làm sáng tỏ cơ chế vận hành của các chiến lược lịch sự trong bối cảnh cụ thể, đồng thời cung cấp cơ sở cho các nghiên cứu so sánh và ứng dụng trong giao tiếp liên văn hóa cũng như giảng dạy ngôn ngữ.

Ngữ liệu của nghiên cứu được trích từ ba tình huống giao tiếp khác nhau trong phim truyền hình Nhật Bản *Hanzawa Naoki*, bao gồm: một cuộc đối thoại giữa giám đốc công xưởng và nhân viên ngân hàng sau khi cùng vượt qua khó khăn, một cuộc gặp gỡ giữa chủ tịch công ty và nhân viên ngân hàng có ân nghĩa từ quá khứ, và một cuộc trò chuyện giữa vợ chồng về kế hoạch mua nhà. Ba tình huống này được chọn lọc để đại diện cho các môi trường giao tiếp đa dạng (công sở và gia đình) và các mối quan hệ xã hội

khác nhau (từ “*soto*” đến “*uchi*”), qua đó cung cấp cái nhìn toàn diện về cách sử dụng chiến lược lịch sự dương tính trong tiếng Nhật hiện đại. Mỗi đoạn hội thoại được ghi lại bằng cả tiếng Nhật và bản dịch tiếng Việt để đảm bảo độ chính xác trong phân tích ngôn ngữ và văn hóa.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Nghiên cứu lần lượt tiến hành phân tích ba bối cảnh giao tiếp thể hiện chiến lược lịch sự dương tính. Các bối cảnh được chọn đa dạng từ môi trường kinh doanh đến gia đình, bao gồm: đối thoại giữa hai đối tác kinh doanh sau khi vượt qua khó khăn cùng nhau, cuộc gặp gỡ giữa chủ tịch công ty và nhân viên ngân hàng có ân nghĩa từ quá khứ, và một tình huống giao tiếp vợ chồng trong môi trường gia đình. Mỗi bối cảnh được phân tích theo khung ba bước: nhận diện chiến lược lịch sự, phân tích cơ chế lịch sự trong văn hóa Nhật Bản và phân tích mối quan hệ tương tác của hai cách tiếp cận này.

4.1. Bối cảnh 1: Đối thoại giữa Takeshita (Giám đốc công xưởng) và Hanzawa (nhân viên ngân hàng - nhân vật chính)

Bối cảnh giao tiếp: Cuộc đối thoại diễn ra sau khi Hanzawa và Takeshita đã cùng hợp tác thành công trong việc đòi lại khoản tiền bị lừa đảo. Ban đầu họ là người xa lạ (*soto*), nhưng qua việc cùng là nạn nhân và hợp tác giải quyết vấn đề, mối quan hệ đã chuyển dịch sang gần gũi hơn (*uchi*).

Hội thoại:

– Takeshita: あッ なんや 俺の懐具合、心配してくれてんのかいな？

(Hả? Lo cho túi tiền của tôi à?)

– Hanzawa: だったらメインバンクが、相談に乗りますよ

(Thế thì tôi rất sẵn lòng làm ngân hàng chính của anh.)

4.1.1. Nhận diện chiến lược lịch sự

Trong tình huống hội thoại này, cả hai người tham gia đối thoại đều sử dụng chiến lược lịch sự dương tính số 8 - *Nói đùa*. Takeshita đùa về việc Hanzawa lo lắng cho tài chính của mình. Hanzawa đáp lại bằng cách đùa về việc sẽ làm ngân hàng chính cho Takeshita. Việc sử dụng nói đùa này thể hiện sự chuyển dịch từ quan hệ “*soto*” sang “*uchi*”, cho thấy mức độ thoải mái và thân thiết đã đạt được giữa hai người.

4.1.2. Phân tích cơ chế lịch sự trong văn hóa Nhật Bản

Bachnik (1994) giải thích rằng ranh giới *uchi-soto* trong văn hóa Nhật không chỉ đơn thuần là sự phân chia không gian mà còn phản ánh mức độ thân thuộc trong các mối quan hệ. Trong trường hợp này, nói đùa được sử dụng như một dấu hiệu của việc ranh giới “*soto*” đã được phá vỡ.

Sugimoto (2010) nhấn mạnh tính linh hoạt trong giao tiếp của người Nhật - khả năng điều chỉnh cách thức giao tiếp tùy theo hoàn cảnh. Việc chuyển sang phong cách giao tiếp mang tính hài hước sau khi cùng trải qua khó khăn minh họa sinh động cho đặc điểm này.

4.1.3. Phân tích mối quan hệ tương tác

Trong hội thoại này, chiến lược nói đùa theo phân loại của Brown và Levinson có sự giao thoa với văn hóa Nhật giao tiếp Nhật Bản, thể hiện qua việc nói đùa được sử dụng một cách thích hợp sau khi đã thiết lập được mối quan hệ tin tưởng. Đây không phải là lời nói đùa ngẫu nhiên mà là dấu hiệu của việc chấp nhận đối phương vào không gian “*uchi*”. Ví dụ này minh họa cho việc người Nhật sử dụng nói đùa để đánh dấu sự chuyển đổi của một mối quan hệ từ “*soto*” sang “*uchi*”, đồng thời vẫn duy trì được chuẩn mực văn hóa về tính phù hợp trong giao tiếp. Đây là ví dụ về tính linh hoạt trong việc duy trì và phát triển các mối quan hệ xã hội trong xã hội Nhật Bản hiện đại.

4.2. Bối cảnh 2: Đối thoại giữa Hanzawa (nhân viên ngân hàng) và Yuasa (chủ tịch công ty đối tác)

Bối cảnh giao tiếp: Cuộc đối thoại diễn ra giữa Hanzawa và Yuasa trong lần đầu gặp mặt. Đây là mối quan hệ “*soto*”, tuy nhiên có sự ảnh hưởng từ quá khứ khi Hanzawa đã từng giúp đỡ dự án của Yuasa.

Hội thoại:

– Yuasa: 覚えてますか あの東京ホテルの再建支援策協議の場を

(Anh còn nhớ Hội nghị Biểu quyết tài trợ tái thiết cho khách sạn Dai Tokyo không?)

– Hanzawa: あのときの

(Là lúc đó...)

– Yuasa: あなただけが積極的に支援の可能性を見だし

(Chỉ có mình anh là tích cực tìm cách hỗ trợ)

– Hanzawa: 助かる可能性のある患者を見殺しにする医者はいません。それと同じです。私は大東京ホテルを救えると信じた。だから支援したそれだけのことです。

(Không có bác sĩ nào đứng yên nhìn bệnh nhân chết khi còn có thể cứu chữa được. Cách làm việc của tôi cũng vậy. Tôi tin rằng khách sạn Dai Tokyo vẫn còn cứu được, nên tôi giúp đỡ họ. Chỉ thế thôi.)

4.2.1. Nhận diện chiến lược lịch sự

Đoạn hội thoại thể hiện sự kết hợp của nhiều CLLSDT. Trước hết là chiến lược số 7 (*giả định/nêu ra/khẳng định điểm chung của người nói và người nghe*) khi Yuasa chủ động nhắc lại trải nghiệm chung về Hội nghị tái thiết và Hanzawa đáp lại, thừa nhận ký ức này. Tiếp theo là chiến lược số 15 (*đáp ứng cho người nghe về vật chất, tinh thần, sự thấu hiểu, hợp tác...*) qua việc Yuasa nhấn mạnh sự giúp đỡ tích cực và duy nhất của Hanzawa. Cuối cùng là chiến lược số 13 (*nêu lý do*) khi Hanzawa giải thích động cơ giúp đỡ thông qua phép so sánh với bác sĩ cứu người.

4.2.2. Phân tích cơ chế lịch sự trong văn hóa Nhật Bản

Cuộc đối thoại vận hành dựa trên khái niệm *on* (ân nghĩa) trong văn hóa Nhật. Việc nhắc lại ân nghĩa trong quá khứ giúp xây dựng mối quan hệ tin cậy trong hiện tại. Yuasa nhắc lại chi tiết về sự giúp đỡ trước đây của Hanzawa, tạo nền tảng cho mối quan hệ hiện tại. Mặc dù là mối quan hệ của Yuasa và Hanzawa là “*soto*”, nhưng trải nghiệm chung trong quá khứ tạo không gian cho Hanzawa sử dụng phép so sánh trực tiếp (医者 bác sĩ và 患者 bệnh nhân) để giải thích quan điểm của mình, một điều hiếm thấy trong giao tiếp “*soto*” thông thường của người Nhật.

4.2.3. Phân tích mối quan hệ tương tác

Sự tương thích giữa chiến lược lịch sự dương tính và văn hóa Nhật thể hiện qua việc Yuasa sử dụng trải nghiệm chung và lòng biết ơn để rút ngắn khoảng cách “*soto*”. Điều này tạo điều kiện cho Hanzawa chia sẻ thẳng thắn về triết lý làm việc của mình, một điều không dễ thực hiện trong văn hóa kinh doanh Nhật Bản.

Ví dụ này minh họa cho việc người Nhật khéo léo sử dụng chiến lược lịch sự dương tính để chuyển đổi từ mối quan hệ “*soto*” công việc sang một không gian đối thoại cởi mở hơn, nơi có thể trao đổi thẳng thắn về quan điểm và động cơ. Đây là ví dụ điển hình về việc sử dụng kỉ niệm và ân nghĩa trong quá khứ để tạo điều kiện cho giao tiếp hiệu quả trong kinh doanh.

4.3. Bối cảnh 03: Đối thoại giữa Hanzawa (nhân viên ngân hàng - nhân vật chính) và Hana (vợ Hanzawa)

Bối cảnh giao tiếp: Cuộc đối thoại diễn ra giữa Hanzawa và vợ (Hana) trong môi trường gia đình (*uchi*), nơi hai vợ chồng thảo luận về kế hoạch mua nhà - một quyết định quan trọng của gia đình.

Hội thoại:

– Hana: だったら一戸建て買って

(Thế thì mua nhà đi.)

– Hanzawa: そりゃ支店長くらいになればね、家を買うタイミングなのかもしれないが。

(Khi nào anh lên được Giám đốc chi nhánh, anh mua liền.)

4.3.1. Nhận diện chiến lược lịch sự

Trong tình huống này, Hanzawa sử dụng chiến lược số 11 (*tỏ ra lạc quan*) khi thể hiện sự tin tưởng vào khả năng thăng tiến trong tương lai và chia sẻ viễn cảnh tích cực về kế hoạch gia đình. Anh ấy thể hiện điều này qua việc cam kết sẽ mua nhà khi lên Giám đốc chi nhánh (支店長くらいになれば), đồng thời gián tiếp giải thích về điều kiện tài chính bằng cách đề cập đến chức vụ, từ đó chia sẻ cơ sở cho quyết định của mình.

4.3.2. Phân tích cơ chế lịch sự trong văn hóa Nhật Bản

Cuộc đối thoại phản ánh đặc trưng văn hóa gia đình Nhật Bản. Theo Lebra (1984), trong không gian *uchi* của gia đình, việc chia sẻ kế hoạch và nguyện vọng được thực hiện một cách cởi mở hơn so với giao

tiếp bên ngoài. Đặc biệt, cách Hanzawa trả lời thể hiện sự cân bằng giữa “*honne*” là mong muốn đáp ứng nguyện vọng của vợ và “*tatemae*” là thực tế về khả năng tài chính hiện tại.

4.3.3. Phân tích mối quan hệ tương tác

Sự tương thích giữa CLLSDT và văn hóa Nhật thể hiện qua sự cởi mở trong thảo luận về kế hoạch gia đình, việc chia sẻ mục tiêu nghề nghiệp của Hanzawa với vợ, và cách thể hiện cam kết thông qua kế hoạch cụ thể. Điều này cho thấy, văn hóa gia đình Nhật tạo không gian cho việc thảo luận thẳng thắn, trong khi các chiến lược dương tính giúp duy trì sự gắn kết và thấu hiểu giữa vợ chồng.

Hiệu quả tổng hợp cho thấy sự kết hợp hài hòa giữa thẳng thắn (của vợ) và cam kết tích cực (của chồng), phản ánh cách cặp vợ chồng Nhật hiện đại thảo luận về kế hoạch gia đình, đồng thời duy trì mối quan hệ thân mật thông qua chia sẻ và cam kết tương lai. Đây là ví dụ điển hình về cách sử dụng CLLSDT trong môi trường gia đình Nhật Bản, nơi các thành viên có thể thảo luận cởi mở về kế hoạch chung trong khi vẫn duy trì được sự hài hòa và tôn trọng lẫn nhau.

Tóm lại, qua phân tích ba bối cảnh, nghiên cứu cho thấy CLLSDT được vận dụng khác nhau tùy theo môi trường và mối quan hệ giữa các bên. Trong bối cảnh kinh doanh thứ nhất, chiến lược *nói đùa* (số 8) được sử dụng để đánh dấu sự chuyển đổi từ mối quan hệ “*soto*” sang “*uchi*” sau khi đã xây dựng được sự tin tưởng. Trong bối cảnh kinh doanh thứ hai, sự kết hợp của các chiến lược như *khẳng định điểm chung* (số 7), *đáp ứng cho người nghe* (số 15) và *nêu lý do* (số 13) được vận dụng dựa trên khái niệm *on* (ân nghĩa) để tạo điều kiện cho giao tiếp cởi mở hơn trong quan hệ “*soto*”. Trong môi trường gia đình, chiến lược *tỏ ra lạc quan* (số 11) được sử dụng để thể hiện sự cân bằng giữa *honne* và *tatemae*, đồng thời duy trì sự hài hòa trong quan hệ vợ chồng. Các phân tích này cho thấy sự giao thoa độc đáo giữa lý thuyết lịch sự phổ quát của Brown và Levinson với các đặc trưng văn hóa Nhật Bản như *uchi-soto*, *honne-tatemae* và *on*.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã trả lời ba câu hỏi chính về việc sử dụng chiến lược lịch sự dương tính (CLLSDT) trong giao tiếp công sở và gia đình Nhật Bản. Thứ nhất, về cách thức sử dụng CLLSDT để duy trì hòa khí và sự hài hòa, nghiên cứu chỉ ra rằng trong công sở, nói đùa được sử dụng để đánh dấu sự chuyển đổi từ *soto* sang *uchi* sau khi có tin tưởng, trong khi các chiến lược như *khẳng định điểm chung* và *nêu lý do* được kết hợp để tạo không gian đối thoại cởi mở hơn trong quan hệ *soto*. Trong gia đình, chiến lược *tỏ ra lạc quan* giúp cân bằng giữa mong muốn và thực tế, duy trì sự hài hòa trong quan hệ vợ chồng. Thứ hai, về mối quan hệ giữa CLLSDT với yếu tố văn hóa - xã hội, nghiên cứu làm rõ vai trò của khái niệm *uchi-soto* trong việc lựa chọn chiến lược giao tiếp: quan hệ “*soto*” đòi hỏi các chiến lược đặc biệt để rút ngắn khoảng cách, trong khi quan hệ “*uchi*” cho phép giao tiếp cởi mở hơn. Khái niệm *honne-tatemae* cũng ảnh hưởng đến việc lựa chọn chiến lược, đặc biệt trong môi trường gia đình khi cần cân bằng giữa mong muốn thật và thực tế. Thứ ba, về vai trò của CLLSDT trong việc duy trì và điều chỉnh các mối quan hệ, nghiên cứu chỉ ra rằng trong công sở, các chiến lược này giúp chuyển đổi từ quan hệ “*soto*” sang “*uchi*” và tạo không gian đối thoại cởi mở hơn trong khi vẫn duy trì sự tôn trọng và chuyên nghiệp. Trong gia đình, các chiến lược này giúp duy trì sự hài hòa trong thảo luận về các vấn đề quan trọng và cho phép thể hiện cam kết tương lai một cách tích cực.

Những phát hiện trong nghiên cứu này không chỉ góp phần làm phong phú thêm hiểu biết về cách thức giao tiếp trong xã hội Nhật Bản hiện đại mà còn mở ra những hướng nghiên cứu mới về mối quan hệ giữa chiến lược lịch sự và các yếu tố văn hóa trong giao tiếp. Tuy nhiên, chúng tôi cũng gợi ý rằng cần có thêm các nghiên cứu về ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa khác ĐẾN chiến lược lịch sự, cũng như các trường hợp CLLSDT có thể không đạt hiệu quả trong giao tiếp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bachnik, J. M. (1994), Introduction: *uchi/soto: Challenging our conceptualizations of self, social order, and language*. In J. M. Bachnik & C. J. Quinn, Jr. (Eds.), *Situated meaning: Inside and outside in Japanese self, society, and language* (pp. 3-37). Princeton University Press.
2. Brown, P., & Levinson, S. C. (1987), *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.

3. Doi, T. (1986), *The anatomy of self: The individual versus society*. Kodansha International.
4. Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1997), *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (3rd ed.). McGraw-Hill.
5. Haugh, M. (2007), The discursive challenge to politeness research: An interactional alternative. *Journal of Politeness Research*, 3(2), 295-317.
6. Holliday, A. R. (1999), Small cultures. *Applied Linguistics*, 20(2), 237-264. <https://doi.org/10.1093/applin/20.2.237>.
7. Ide, S. (1989), Formal forms and discernment: Two neglected aspects of universals of linguistic politeness. *Multilingua*, 8(2-3), 223-248.
8. Lakoff, R. T. (1987), *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago Press.
9. Lebra, T. S. (1984), *Japanese women: Constraint and fulfillment*. University of Hawaii Press.
10. Lebra, T. S. (2004), *The Japanese self in cultural logic*. University of Hawaii Press.
11. Leech, G. N. (1983), *Principles of pragmatics*. Longman.
12. Makino, S. (2002), Uchi and soto as cultural and linguistic metaphors. In R. T. Donahue (Ed.), *Exploring Japaneseness: On Japanese enactments of culture and consciousness* (pp. 29-64). Greenwood Press.
13. Matsumoto, Y. (1988), Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese. *Journal of Pragmatics*, 12(4), 403-426.
14. Maynard, S. K. (1997), *Japanese communication: Language and thought in context*. University of Hawaii Press.
15. Sugimoto, Y. (2010), *An introduction to Japanese society* (3rd ed.). Cambridge University Press.
16. Usami, M. (1998), *Discourse politeness in Japanese conversation: Some implications for a universal theory of politeness* (Unpublished doctoral dissertation). Harvard University.
17. Wetzel, P. J. (1994), A movable self: The linguistic indexing of uchi and soto. In J. M. Bachnik & C. J. Quinn (Eds.), *Situated meaning: Inside and outside in Japanese self, society, and language* (pp. 73-87). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691194455-008>.
18. Wierzbicka, A. (1991), *Cross-cultural pragmatics: The semantics of human interaction*. Mouton de Gruyter.
19. 三宅和子 (2011) [Miyake, K. (2011)], 『日本語の対人関係把握と配慮言語行動』 ひつじ書房 [Understanding Interpersonal Relationships in Japanese and Considerate Linguistic Behavior. Hituzi Syobo.]

**Positive politeness strategies in Japanese TV dramas:
a multidimensional approach from an intercultural perspective**

Abstract: This study analyzes positive politeness strategies in Japanese cultural communication through data drawn from TV dramas. Based on Brown and Levinson's (1987) politeness theory, combined with cultural specificity perspectives by Gudykunst and Kim (1997) and Wierzbicka (1991), the research explores how elements such as "uchi" (insider), "soto" (outsider), "tatemae" (public façade), and "honne" (true feelings) shape politeness strategies in workplace and family contexts. The study employs a multidimensional approach, integrating universal politeness strategies with culturally specific perspectives to examine the interplay between characters, context, and communication strategies. Findings reveal that social structure and hierarchical systems strongly influence strategy selection while highlighting the flexible transitions between "uchi" and "soto" relationships. The study also compares universal and culturally specific approaches, proposing an analytical framework that bridges theory and practice, paving the way for further research in intercultural communication and Japanese language education.

Key words: politeness strategies; intercultural communication; Japanese culture; Japanese TV dramas; communicative context.