

NGOẠI NGỮ VỚI BẢN NGỮ

ĐẶC ĐIỂM KÍNH NGŨ, KHIÊM NGŨ TRONG THƯ TÍN THƯƠNG MẠI TIẾNG HÁN (LIÊN HỆ VỚI TIẾNG VIỆT)**LÊ THỊ THU HOÀI***

TÓM TẮT: Trong xu hướng hội nhập quốc tế, ngôn ngữ là cầu nối trao đổi thông tin, giao lưu, hợp tác phát triển kinh tế, văn hóa xã hội. Mỗi ngôn ngữ sử dụng hệ thống kính, khiêm ngữ mang bản sắc văn hóa riêng. Bài viết tập trung phân tích đặc điểm kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán trên cơ sở thống kê, khảo sát, phân tích định lượng, định tính 115 bức thư hỏi giá, báo giá và trả giá thu thập từ các giáo trình tiếng Hán thương mại, đồng thời liên hệ với thư tín thương mại tiếng Việt. Kết quả cho thấy, hệ thống kính, khiêm ngữ của tiếng Hán mang tính quy ước cao, được sử dụng nhất quán trong các thư tín thương mại. Thư tín thương mại tiếng Việt cũng có những điểm tương đồng trong mục đích ngữ dụng (làm mềm yêu cầu, tăng tính hợp tác) nhưng cũng có điểm khác biệt mang tính văn hóa - giao tiếp: tiếng Hán sử dụng nhiều đơn vị từ vựng kính khiêm ngữ chuyên biệt, trong khi tiếng Việt thiên về cấu trúc gián tiếp, xưng hô linh hoạt và chiến lược mềm hóa.

TỪ KHÓA: Đặc điểm; kính, khiêm ngữ; tiếng Hán; tiếng Việt; thư tín thương mại.

NHẬN BÀI: 16/12/2025.

BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG: 14/04/2026

1. Đặt vấn đề

Trong hoạt động giao tiếp thương mại, việc lựa chọn và sử dụng ngôn ngữ lịch sự đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập quan hệ hợp tác, duy trì hình ảnh doanh nghiệp và bảo đảm hiệu quả trao đổi thông tin. Trong đó, kính, khiêm ngữ với tư cách là hệ thống biểu đạt thái độ tôn trọng và khiêm nhường là yếu tố không thể thiếu trong các loại thư tín thương mại. Trung Quốc với truyền thống lễ nghi và văn hóa coi trọng tôn ti, đã hình thành một hệ thống kính ngữ và khiêm ngữ khá hoàn chỉnh, đặc biệt được sử dụng rộng rãi trong các văn bản thư tín thương mại như thư chào hàng, thư đề nghị hợp tác, thư hỏi giá, thư báo giá, trả giá. Trong khi đó, tiếng Việt cũng sở hữu một hệ thống biểu đạt tính lịch sự phong phú, bao gồm nhiều phương thức gián tiếp, các đại từ xưng hô linh hoạt và các cấu trúc làm mềm diễn ngôn, phản ánh đặc trưng văn hóa giao tiếp của người Việt.

Tuy nhiên, cho đến nay, các nghiên cứu về kính ngữ, khiêm ngữ (kính, khiêm ngữ) trong thư tín thương mại còn tương đối hạn chế. Đặc biệt, những nghiên cứu liên hệ, đối chiếu giữa tiếng Hán và tiếng Việt trong thể loại văn bản này lại càng hiếm gặp, trong khi nhu cầu giao tiếp, hợp tác thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc ngày càng gia tăng. Sự khác biệt trong hệ thống kính, khiêm ngữ và chiến lược lịch sự của hai ngôn ngữ có thể dẫn đến hiểu lầm, ảnh hưởng đến hiệu quả giao tiếp và chất lượng dịch thuật văn bản thương mại. Bài viết này nghiên cứu, khảo sát để làm rõ hệ thống biểu đạt kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán, đồng thời liên hệ với tiếng Việt để chỉ ra những tương đồng và khác biệt. Kết quả cho thấy, hệ thống kính, khiêm ngữ của tiếng Hán mang tính quy ước cao, được sử dụng nhất quán trong các thư tín thương mại. Trong thư tín thương mại tiếng Việt cũng có những điểm tương đồng trong mục đích ngữ dụng, như giảm mức độ yêu cầu, tăng tính hợp tác, nhưng cũng có những điểm khác biệt mang tính văn hóa- giao tiếp: tiếng Hán sử dụng nhiều đơn vị từ vựng kính, khiêm ngữ chuyên biệt, trong khi tiếng Việt thiên về cấu trúc gián tiếp, xưng hô linh hoạt và chiến lược mềm hóa.

Kết quả nghiên cứu góp phần làm rõ hơn đặc trưng lịch sự trong giao tiếp thương mại Hán - Việt, đồng thời góp một tài liệu tham khảo thiết thực cho công tác giảng dạy tiếng Hán thương mại và biên, phiên dịch thư tín thương mại, nâng cao hiệu quả giao tiếp trong môi trường kinh doanh quốc tế.

*Trường Đại học Ngoại ngữ - ĐHQG Hà Nội; Email: liemhoai138@gmail.com

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận

2.1. Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước

Nghiên cứu về kính, khiêm ngữ và chiến lược lịch sự trong giao tiếp đã được các nhà nghiên cứu ngôn ngữ trong nước và thế giới quan tâm. Trong ngôn ngữ học Trung Quốc, hệ thống kính ngữ (敬语) và khiêm ngữ (谦语) là một chủ đề được nhiều học giả đề cập. Chẳng hạn, các công trình của Cố Viết Quốc (顾曰国: 1992) và Hà Tự Nhiên (何自然: 1997) đã xây dựng nền tảng lý luận về nguyên tắc lịch sự, mối liên hệ với kính khiêm ngữ trong tiếng Hán hiện đại. Nghiên cứu trực tiếp về vấn đề kính khiêm ngữ đạt được thành tựu lớn và toàn diện phải kể đến Lưu Hồng Lệ (刘宏丽) với hai công trình lớn gồm *Kính khiêm từ trong tiếng Hán hiện đại* (2001) và *Nghiên cứu kính khiêm ngữ thời Minh Thanh* (2010). Trong đó, cuốn *Kính khiêm từ trong tiếng Hán hiện đại* đã bàn luận về khái niệm, phân loại, cấu trúc, đặc điểm ngữ nghĩa, ngữ dụng của kính, khiêm ngữ. Đây là cuốn chuyên khảo đề cập một cách toàn diện về kính khiêm ngữ trong tiếng Hán. Cuốn *Nghiên cứu kính khiêm ngữ thời Minh Thanh* ra đời sau đó gần 10 năm chia làm 5 chương, bao gồm các vấn đề lý luận, phân loại, ngữ nghĩa và hàm ý văn hóa và so sánh kính khiêm ngữ trong tiếng Hán dưới góc độ lịch đại.

Các nghiên cứu sau này ngoài việc phân tích đặc điểm ngôn ngữ ra, còn tập trung khai thác ý nghĩa, vai trò ngữ dụng của kính khiêm ngữ trong các hoạt động giao tiếp trang trọng. Chẳng hạn, Triệu Quang (赵光: 2007) đặt kính, khiêm từ bên cạnh từ ngữ biểu thị khách khí để phân tích, làm rõ mối liên hệ giữa các lớp từ ngữ này trong giao tiếp tiếng Hán, đồng thời khẳng định sử dụng những lớp từ ngữ này nhằm đảm bảo tính lịch sự, trang trọng và giữ khoảng cách nhất định trong giao tiếp, thể hiện rõ nét văn hóa truyền thống của dân tộc Hán. Hồng Thành Vương (洪成王: 1998) tập trung làm rõ khiêm từ, kính từ, uyển ngữ. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào giao tiếp thường ngày hoặc văn bản hành chính khác, trong khi thư tín thương mại- một thể loại có tính quy phạm cao lại ít được tìm hiểu sâu.

Tại Việt Nam, vấn đề lịch sự trong giao tiếp ngôn ngữ nói chung và phương thức biểu đạt kính trọng, khiêm nhường nói riêng đã được đề cập trong các công trình của một số nhà nghiên cứu như Nguyễn Văn Khang (1996; 2012) với hai công trình nghiên cứu có liên quan đến kính khiêm ngữ và tính lịch sự trong giao tiếp, đó là *Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt* và *Ngôn ngữ học xã hội*. Cuốn *Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt* gồm 7 nội dung, trong đó có hai phần “Nghị thức lời nói trong giao tiếp gia đình người Việt” và “Sự lễ phép trong giao tiếp ngôn ngữ gia đình ở lời cầu khiến” có liên quan nhiều đến kính khiêm ngữ và tính lịch sự. Tiếp đó là Phạm Ngọc Hàm (2008) với cuốn *Từ ngữ xưng hô trong tiếng Hán - So sánh với tiếng Việt* cũng đề cập đến tính lịch sự và kính khiêm ngữ trong giao tiếp. Trần Thị Lan (2020) trong bài “Đặc điểm lịch sự trong thư tín thương mại tiếng Việt” cũng phân tích một cách sâu sắc vai trò của kính, khiêm ngữ, đảm bảo nguyên tắc lịch sự trong giao tiếp tiếng Việt. Những nghiên cứu này tập trung vào sự lựa chọn ngôn ngữ trong giao tiếp với các chiến lược giao tiếp như lịch sự, chuyên mã, trộn mã hoặc vai trò của đại từ dùng để xưng hô, chiến lược giao tiếp gián tiếp và cấu trúc làm mềm trong giao tiếp trang trọng của tiếng Việt. Tuy nhiên, lĩnh vực thư tín thương mại vẫn chưa được nghiên cứu nhiều, nhất là mối tương quan giữa thư tín tiếng Hán với tiếng Việt. Chính vì vậy, đây là khoảng trống nghiên cứu mà bài viết mong muốn góp phần lấp đầy.

2.2. Cơ sở lý luận liên quan

2.2.1. Khái quát về thư tín thương mại tiếng Hán

Thư tín thương mại tiếng Hán đóng vai trò quan trọng trong giao lưu, hợp tác kinh tế giữa các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp Trung Quốc với các đối tác trong và ngoài nước. Theo Triệu Hồng Cẩm, Lã Văn Trân (赵洪琴、吕文珍: 2004), “thư tín thương mại tiếng Hán là thư chuyên dùng để liên hệ, đàm phán giao dịch trong thương mại, xuất nhập khẩu giữa những người làm nghiệp vụ thương mại với các đối tác trên thế giới” [tr.104].

Thư tín thương mại được chia thành hai loại lớn là thư tín giao tiếp thương mại như: thư mời, thư cảm ơn, thư giới thiệu, thư xin lỗi, thư chúc mừng... và thư tín nghiệp vụ thương mại như: thiết lập

quan hệ thương mại, thư hỏi giá, thư báo giá, thư trả/ mặc cả giá, thư đặt hàng, thư thanh toán... Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi tập trung vào ba loại thư tín nghiệp vụ thương mại. Đó là thư hỏi giá, thư báo giá và thư trả giá.

Cấu trúc của bức thư tín nghiệp vụ thương mại gồm hai bộ phận chính, là tiêu đề và nội dung thư. Tiêu đề viết ở chính giữa bên trên bức thư. Tiêu đề có thể có hoặc không. Nội dung thư gồm bốn phần: xưng hô, nội dung chính, lạc khoản và thời gian, địa điểm viết thư. Phần xưng hô là tên của đơn vị nhận thư hoặc họ tên của người phụ trách giải quyết công việc cụ thể. Phần xưng hô viết độc lập một dòng, sát lề. Điều đó đã trở thành quy cách viết. Phần nội dung chính là phần quan trọng nhất của bức thư. Phần này có thể chia thành các đoạn nhỏ, nói rõ lý do viết thư, trình bày, diễn giải sự việc, đưa ra yêu cầu, đề nghị hoặc nội dung đàm phán, thương lượng... Lạc khoản chính là tên của đơn vị gửi thư, viết ở góc dưới bên phải thư. Cần viết đầy đủ và đóng dấu. Thời gian và địa điểm viết dưới tên đơn vị gửi thư. Trong đó, địa điểm có thể được tinh lược.

2.2.2. Khái niệm kính khiêm ngữ

Theo giải thích của *Từ điển Hán ngữ hiện đại* tái bản lần thứ 5 năm 2007 của Thương vụ ấn thư quán (商务印书馆), 敬辞 (kính từ) là những từ ngữ biểu thị cung kính, tôn trọng như 请问 (xin hỏi), 借光 (làm phiền); 谦辞 (khiêm từ) là từ ngữ biểu thị khiêm tốn, khiêm nhường như 过奖 (quá khen), 不敢当 (không dám). Từ đó, có thể hiểu kính khiêm ngữ là hình thức ngôn ngữ hình thành trên cơ sở nguyên tắc lịch sự “hạ mình tôn trọng người khác” mà người nói trong quá trình giao tiếp căn cứ vào vị trí xã hội, hoàn cảnh giao tiếp sử dụng để thực hiện mục đích giao tiếp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết này chúng tôi sử dụng phương pháp khảo sát, thống kê và phân tích định lượng, định tính để phân tích, làm rõ tình hình sử dụng cũng như chức năng ngữ dụng của kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán. Ngoài ra, thông qua liên hệ, so sánh chỉ ra điểm tương đồng, khác biệt với hệ thống kính, khiêm ngữ trong tiếng Việt. Phạm vi thư tín khảo sát là 43 thư hỏi giá, 40 thư báo giá và 32 thư trả giá, tổng cộng 115 bức thư thương mại tiếng Hán được thu thập từ các giáo trình, sách chuyên khảo của các nhà xuất bản uy tín trong và ngoài nước giai đoạn từ năm 1995-2020. Sau đó chúng tôi nghiên cứu kỹ từng bức thư, sử dụng công cụ excel hỗ trợ thống kê, tính toán số lượng kính khiêm ngữ sử dụng trong mỗi bức thư. Tiếp đến phân tích định lượng, định tính để chỉ ra tình hình sử dụng, đặc điểm của chúng trong thư tín thương mại tiếng Hán.

4. Kết quả nghiên cứu

Qua khảo sát, thống kê, phân loại, phân tích tình hình sử dụng kính, khiêm ngữ và đặc điểm của chúng trong thư tín thương mại, chúng tôi thu được kết quả như sau:

4.1. Tình hình sử dụng kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán

Thư tín thương mại tiếng Hán có đặc điểm trang trọng, lịch sự nhằm thiết lập và củng cố quan hệ hợp tác trong kinh doanh. Điều đó thể hiện rất rõ ở việc sử dụng các đơn vị kính, khiêm ngữ. Qua khảo sát 115 bức thư, chúng tôi thống kê được 386 đơn vị kính, khiêm ngữ, cụ thể như sau:

Bảng 1. Kết quả khảo sát tình hình sử dụng kính, khiêm ngữ

	Từ kính, khiêm ngữ	Cụm từ kính, khiêm ngữ	Câu kính, khiêm ngữ	Tổng cộng
Số lượng kính, khiêm ngữ; Tỉ lệ (%)	35 (9,07 %)	39 (10,10 %)	312 (80,83 %)	386 (100%)
Số lần xuất hiện; Tỉ lệ (%)	216 (28,72 %)	204 27,13 (%)	332 44,15 (%)	752 100 (%)

Từ bảng thống kê trên đây có thể thấy, trong tổng số 386 kính, khiêm ngữ, số lượng câu có sử dụng kính, khiêm ngữ nhiều nhất, tổng cộng 312 câu, chiếm 80, 83%, xuất hiện 332 lần, chiếm 44,15%. Ví dụ:

(1) 感谢贵方的询价。(Chúng tôi cảm ơn quý công ty đã hỏi giá.)

(2) 希望尽快收到上述资料, 相信能与贵方进行互利交易。(Chúng tôi hy vọng nhanh chóng nhận được tài liệu kể trên, [và] tin tưởng có thể tiến hành giao dịch cùng có lợi với quý công ty.)

Những ví dụ trên thể hiện rõ thái độ lịch sự, tôn trọng đối tác và thành ý hợp tác của bên viết thư. Ngữ khí của câu kết hợp với các từ ngữ như: 感谢 (cảm ơn), 希望 (hy vọng), 贵方 (quý công ty), 相信 (tin tưởng) ... đã bày tỏ sự chân thành, thiện chí hợp tác cũng như khéo léo đưa ra yêu cầu với bên còn lại.

Ngoài số lượng câu kính, khiêm ngữ được sử dụng nhiều nhất, cụm từ và từ biểu thị kính khiêm cũng được sử dụng nhiều trong thư tín thương mại tiếng Hán. Tổng cộng có 39 cụm từ kính khiêm, chiếm 10,10%, xuất hiện 204 lần, chiếm 27,13%. Ví dụ: 特去函询问 (Xin gửi thư hỏi thăm), 贵国市场 (thị trường quý quốc), 供您参考 (gửi quý ông tham khảo) ... Tổng cộng có 35 từ kính khiêm, chiếm 9,07%, xuất hiện 216 lần, chiếm 28,72%. Ví dụ: 告知 (thông báo), 询问 (hỏi thăm), 获悉 (được biết), v.v. Từ tình hình sử dụng kính khiêm ngữ trên cho thấy, kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán được sử dụng nhiều ở cả các đơn vị ngôn ngữ như từ, cụm từ và câu. Chúng có tác dụng lớn trong việc tạo lập quan hệ hợp tác, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp và duy trì nguyên tắc tôn trọng, lịch sự trong giao tiếp kinh doanh thương mại.

4.2. Đặc điểm kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán

Trong thiên “Khúc lễ thượng - Lễ ký” có ghi 夫礼者, 自卑而尊人 (lễ là tự hạ thấp mình và đề cao người khác). Cho đến nay, điều đó vẫn được coi là nguyên tắc lịch sự của người Trung Quốc. Trong giao dịch thư tín thương mại, người viết thư hạ thấp mình hoặc đơn vị mình, đồng thời nâng cao vị thế đối phương để thể hiện sự khiêm nhường và tôn trọng. Ví dụ, tự xưng là 我方 (phía tôi), 敝方 (tê phương), 鄙方 (bỉ phương) nhưng xưng đối phương là 贵公司 (quý công ty), 贵方 (quý cơ quan/ đơn vị) ..., tự nhận ý kiến của mình là 拙见 (thiển kiến), còn ý kiến của đối phương là 高见 (cao kiến). Nguyên tắc lịch sự này có nguồn gốc từ văn hóa truyền thống của Trung Quốc, coi trọng lễ tiết và tôn ti trật tự. Trong khi đó, thư tín thương mại tiếng Việt linh hoạt sử dụng các từ ngữ như “chúng tôi”, “công ty chúng tôi”, “phía chúng tôi”, “quý công ty”, “quý ngài”, “quý ông”, “quý bà”, “quý vị”... mà không sử dụng các từ như “tê phương”, “bỉ phương” như tiếng Hán để hài hòa xưng hô mà vẫn thể hiện thái độ lịch sự, chân thành.

Trong thư tín thương mại tiếng Hán, không chỉ phần xưng hô đầu thư chú trọng kính ngữ mà cuối thư cũng coi trọng sử dụng kính ngữ và từ ngữ chúc tụng. Kính ngữ và từ ngữ chúc tụng kết hợp linh hoạt để chúc cho đối tác tương lai ngày một tốt đẹp, sự nghiệp phát triển, cũng đồng thời thể hiện thái độ chân thành, tôn trọng, mong muốn hợp tác của bên viết thư. Ví dụ 恭祝(cung chúc), 恭祈 (cung kì), 谨祝 (cẩn chúc) hoặc những câu chúc như:

(3) 谨向贵公司表示最美好的祝愿。(Chúng tôi xin gửi lời chúc tốt đẹp nhất tới quý công ty.)

Ngoài ra, người viết thư còn kết hợp sử dụng kính ngữ, từ ngữ chúc tụng với từ ngữ chỉ mùa và từ biểu thị sự may mắn tốt đẹp trong lời chúc dành cho đối tác. Ví dụ: 恭祝春安 (cung chúc xuân an lành), 恭祝秋安 (cung chúc thu an lành), 春季恭喜发财 (chúc mùa xuân phát tài phát lộc), 顺颂商祺 (chúc kinh doanh thuận lợi may mắn)...

Những động từ như: 祝 (chúc), 颂 (tụng), 祈 (kì) hay từ chỉ tư thế thái độ như: 恭 (cung), 敬 (kính), 谨 (cẩn), 顺 (thuận) đến những từ chỉ phúc lợi như 大 (đại), 商 (thương) ... từ chỉ may mắn như 安 (an), 祺 (kì).... được sử dụng trong lời chúc đa số là từ đơn âm tiết. Những từ này thường sử dụng trong văn ngôn nên việc sử dụng những từ ngữ này trong thư tín thương mại càng làm cho văn phong trang trọng, hàm súc, lịch sự.

Còn trong thư tín thương mại tiếng Việt, chúng tôi cũng nhận thấy đầu thư, cuối thư chú ý sử dụng kính ngữ và từ ngữ chúc tụng như “kính gửi”, “trân trọng cảm ơn”, “trân trọng”, tuy nhiên không phong phú như lời chúc cuối thư của thư tín thương mại tiếng Hán.

Bên cạnh đó, các cấu trúc làm mềm hóa yêu cầu, đề nghị cũng là một trong những đặc điểm của kính, khiêm ngữ trong thư tín thương mại tiếng Hán như:

(4) 如蒙同意, 敝公司准备订货到五千美元。(Nếu quý công ty đồng ý, công ty chúng tôi chuẩn bị đặt hàng đến năm nghìn đô la Mỹ.)

(5) 敬请贵方审核。(Kính mong quý công ty phê duyệt.)

Trong hai ví dụ trên, các từ ngữ như 如蒙 (nếu được/ nhận được), 敬请 (kính mong), 贵方 (quý công ty) là những từ ngữ lịch sự vừa có nghĩa hạ thấp mình, vừa đề cao người khác, thể hiện tính lịch sự trong giao tiếp, nhất là trong thư tín thương mại. Việc sử dụng đặc địa những kính, khiêm từ này được coi như một trong những chiến lược giao tiếp. Trong thư tín thương mại tiếng Trung, những từ 敬 (kính), 请 (thỉnh, mong, mời, xin), 敬请 (kính mong/ kính xin) thường được sử dụng. Chẳng hạn:

(6) 请寄送各种茶叶的商品目录、包装及最优惠成本加运费和保险费后到岸广州的美元价

(Mong [quý công ty] gửi cho [chúng tôi] bản danh mục các loại chè, phương thức đóng gói và báo giá CIF Quảng Châu tính bằng USD gồm giá thành cộng với phí vận chuyển và phí bảo hiểm ưu đãi nhất).

Đặc điểm này cũng có sự tương đồng trong thư tín thương mại hai nước. Tuy nhiên, trong tiếng Hán, khi đã sử dụng các kính khiêm từ thì tính lịch sự đã được thể hiện đầy đủ, từ xưng hô thường được lược bỏ, trong khi tiếng Việt vẫn phải sử dụng kèm từ ngữ xưng hô, nhất là đối xưng. Quan sát các ví dụ từ (1) đến (6) kể trên, chúng ta đều có thể thấy được điều đó. Văn hóa Việt Nam coi trọng sự hài hòa nên trong thư tín thương mại thường dùng các cấu trúc như “*Rất mong/ kính mong.....*”, “*Xin vui lòng.....*”, “*Kính đề nghị.....*”... để làm mềm hóa yêu cầu, đề nghị với bên còn lại.

Về đặc điểm ngữ dụng, việc sử dụng kính ngữ, khiêm ngữ rõ ràng trong thư tín thương mại tiếng Hán như 贵方 (quý phương), 敝方 (tê phương) thể hiện sự phân cấp, xác lập vị trí, vai trò của các bên đồng thời nhấn mạnh thái độ coi trọng, lịch sự của bên viết thư dành cho đối tác. Cấu trúc đầu thư-cuối thư trong thư tín tiếng Hán sử dụng các đơn vị ngôn ngữ như 敬祝 (kính chúc), 顺祝商祺 *thuận chúc thương kì* (Chúc kinh doanh thuận lợi, may mắn), 此致敬礼 *thử trí kính lễ* (Kính thư)..., thể hiện thái độ thiện chí, sẵn sàng hợp tác, tạo ấn tượng tích cực cho bên còn lại. Ngoài ra, các cấu trúc như 如蒙/若能....., (Nếu.....), 敬请/烦请..... (Kính mong/ Kính đề nghị.....), có tác dụng làm mềm hóa, giảm mức độ áp đặt các yêu cầu, đề nghị với đối tác kinh doanh. Các đặc điểm ngữ dụng này trong thư tín thương mại tiếng Việt cũng có nét tương đồng và khác biệt. Tiếng Việt không có đơn vị kính, khiêm ngữ từ vựng chuyên biệt như tiếng Hán nên không thể hiện rõ sự phân cấp, tôn ti trật tự. Tuy nhiên, tiếng Việt có hệ thống từ ngữ xưng hô phong phú và trong thư tín thương mại cũng có cấu trúc đầu thư cuối thư, cấu trúc làm mềm hóa tương đương tiếng Hán nên cũng linh hoạt thể hiện thái độ lịch sự, tinh thần thiện chí hợp tác, luôn mong muốn duy trì hòa khí và mềm mại, uyển chuyển trong yêu cầu, đề nghị.

Từ “cảm ơn” trong tiếng Việt thường phải đi kèm với từ ngữ xưng hô mới thể hiện hết được tính lịch sự trong giao tiếp giữa những người ngang hàng về tuổi tác, vị thế, nhất là người vị thế thấp với người vị thế cao. Thậm chí người vị thế cao dành lời cảm ơn cho người vị thế thấp cũng nên kèm từ ngữ biểu thị xưng hô. Trong tương quan giữa tự xưng với đối xưng (xưng gọi đối phương) thì đối xưng càng quan trọng hơn. Tuy nhiên, trong giao tiếp tiếng Hán, chỉ cần dùng 谢谢 (cảm ơn) không cần kèm theo từ xưng hô cũng đã đảm bảo chuẩn lịch sự rồi. Ví dụ:

(7) 贵公司于 2018 年 6 月 12 日发来的询价信已收。谢谢合作!

(Thư hỏi giá quý công ty gửi ngày 12 tháng 6 năm 2018 chúng tôi đã nhận được. [Xin trân trọng cảm ơn/ [Chúng tôi xin trân trọng] cảm ơn sự hợp tác [mà quý công ty đã dành cho chúng tôi])

Trong tương quan giữa hai cách biểu đạt, tiếng Trung cho phép tính lược tự xưng và đối xưng. Tuy nhiên, nếu chỉ căn cứ vào mặt chữ, sao chụp nguyên bản cách biểu đạt của bản nguồn thì 谢谢合作! sẽ được chuyển dịch thành “Cảm ơn hợp tác”. Tiếng Việt không tồn tại cách biểu đạt này vì không đảm bảo tính lịch sự. Cách biểu đạt tương ứng trong tiếng Việt ít nhất phải thêm “Xin” và thêm từ “trân trọng” sẽ tăng cường tính lịch sự trong giao tiếp. Chính sự xuất hiện của kính ngữ “xin” sẽ làm cho ngữ khí giao tiếp trở nên lịch sự, uyển chuyển. Thêm vào đó là những từ ngữ biểu thị xưng hô làm cho lời lẽ trong thư càng có sức thuyết phục. Đó là điểm khác biệt rõ nét trong sử dụng kính khiêm ngữ giữa tiếng Hán và tiếng Việt.

Xưng hô với ngôi thứ hai số ít và số nhiều trong tiếng Hán đều có thể dùng kính từ 您 hoặc 您诸位/ 您二位 您三位... biểu thị kính trọng, nhưng không có hình thức chỉ số nhiều 您们. Bên cạnh kính từ chỉ chung cho đơn vị như 贵公司(quý công ty), / 贵方(quý công ty/ quý đơn vị), / 贵单位(quý đơn vị),... ra, khi xưng hô với những cá nhân có vị thế cao, tiếng Hán thường dùng 先生 dành cho nam giới, tương đương với “quý ông” và 女士 dành cho nữ giới tương đương với “quý bà” trong tiếng Việt. Chẳng hạn:

(8) 需要引起您注意的是 (...) (Cần phải lưu ý quý ông một việc là...)

(9) 您见到此信后尽快处理此事为盼。(Quý ông nhận được thư [xin] xử lý việc này nhanh nhất [có thể] là niềm mong đợi [của chúng tôi])

Xét trong tương quan giữa hai cách biểu đạt tương ứng tiếng Hán và tiếng Việt, có thể thấy, 您 trong tiếng Hán với ngữ cảnh này tốt nhất là tương đương với “quý ông”. Mặt khác, những từ ngữ đặt trong [...] là từ ngữ thêm vào trong bản dịch cũng góp phần nâng tầm tính lịch sự trong giao tiếp tiếng Việt lên ngang hàng với tiếng Trung. Điều đó cũng thể hiện sự chênh lệch giữa cách sử dụng kính khiêm ngữ nằm trong nguyên tắc lịch sự trong giao tiếp tiếng Hán và tiếng Việt.

Đối với kính từ 尊敬 *tôn kính* trong thư tín thương mại tiếng Hán thường xuất hiện trong lời xưng hô mở đầu bức thư, cũng là thông tin về người nhận thư (không dùng cho đơn vị, chỉ dùng cho người nhận thư có vị thế cao, biểu thị tính lịch sự), sau 尊敬 đều có trợ từ kết cấu 的 và viết ở ô đầu hàng thứ nhất, biểu thị sự trân trọng. Cách biểu đạt tương đương trong tiếng Việt thường là “kính gửi”. Nếu là xưng hô trực tiếp thì tương đương với “kính thưa”. Chẳng hạn:

(10) 尊敬的广州天宝茶叶加工公司总经理苏芳兰女士:

(Kính gửi bà Tô Phương Lan Tổng giám đốc Công ty Chế biến chè Thiên Bảo Quảng Châu)

Xét trong tương quan giữa hai cách biểu đạt, tiếng Hán dùng 尊敬 *tôn kính* nhưng tiếng Việt dùng “kính gửi/ kính thưa”. Trong thư tiếng Việt, lời xưng hô mở đầu có thể viết lùi vào hai ô, nhưng trong tiếng Hán nhất thiết phải viết ở ô đầu tiên. Người Việt Nam do ảnh hưởng của thói quen viết thư tiếng Việt, không chú trọng về hình thức nên thường mắc lỗi về quy cách viết này.

Từ những phân tích trên đây có thể thấy, thư tín thương mại tiếng Hán có hệ thống từ vựng kính ngữ, khiêm ngữ chuyên biệt, khá phong phú, đa dạng, mang tính ổn định và quy phạm. Đây là điểm khác biệt với tiếng Việt do ảnh hưởng đặc trưng văn hóa coi trọng lễ tiết, tôn ti trật tự của tiếng Hán. Còn thư tín thương mại tiếng Hán và tiếng Việt đều có cấu trúc đầu thư - cuối thư rõ ràng, cấu trúc làm mềm hóa yêu cầu để thiết lập quan hệ hợp tác, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp và duy trì nguyên tắc lịch sự trong giao tiếp kinh doanh thương mại.

5. Kết luận

Qua thống kê, phân tích định lượng định tính ngữ liệu, nghiên cứu đã chỉ ra tình hình sử dụng kính khiêm ngữ và đặc điểm của chúng trong thư tín thương mại tiếng Hán, đồng thời có liên hệ với tiếng Việt. Kết quả cho thấy, số lượng câu kính, khiêm ngữ nhiều nhất, số lần xuất hiện cũng cao nhất. Ngoài ra, thư tín thương mại tiếng Hán có hệ thống từ vựng kính ngữ, khiêm ngữ chuyên biệt, rõ ràng, phong phú hơn tiếng Việt. Còn cấu trúc đầu thư- cuối thư hay cấu trúc làm mềm hóa yêu cầu, đề nghị có sự tương đồng trong thư tín thương mại tiếng Hán và tiếng Việt.

Kết quả nghiên cứu góp phần làm rõ đặc trưng lịch sử trong thư tín thương mại Hán -Việt, đồng thời mang lại ý nghĩa lí luận và thực tiễn cho giảng dạy tiếng Hán thương mại, biên phiên dịch thư tín thương mại và giao tiếp trong môi trường kinh doanh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Khang (1996), *Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
2. Nguyễn Văn Khang (2012), *Ngôn ngữ học xã hội*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
3. Phạm Ngọc Hàm (2008), *Từ ngữ xưng hô trong tiếng Hán – So sánh với tiếng Việt*, Nxb ĐHQG Hà Nội.
4. Trần Thị Lan (2020), Đặc điểm lịch sử trong thư tín thương mại tiếng Việt, *TC Ngôn ngữ & Đời sống*, 5, 24-30.
5. 范玉含、吴明月、阮英淑 (2019) 汉语写作教程, 河内国家大学出版社.
6. 顾曰国 (1992) 礼貌、语用与文化, 外语教学与研究.
7. 何自然 (1997) 语用学与汉语研究, 北京大学出版社.
8. 洪成王 (1998) 谦词、敬词、婉词概说, 首都师范大学学报.
9. 刘宏丽 (2001) 现代汉语敬谦辞, 北京语言文化大学出版社.
10. 刘宏丽 (2010) 明清敬谦语研究, 中国社会科学出版社.
11. 王海龙 (2002), 应用汉语读写教程, 北京大学出版社.
12. 赵洪琴、吕文珍 (2004), 外贸写作, 北京语言大学出版社.
13. 赵光 (2007) 现代汉语敬辞、谦辞、客气词语研究, 山东大学硕士论文.
14. 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编 (2007), 现代汉语词典, 商务印书馆.

Characteristics of honorifics and humble language in Chinese business letters (in relation to Vietnamese)

Abstract: In the context of international integration, language serves as a bridge for information exchange, interaction, and cooperation in economic, cultural, and social development. Each language uses a system of honorifics and humble language reflecting its own cultural identity. This article focuses on analyzing the characteristics of honorifics and humble language in Chinese commercial correspondence based on statistical surveys and quantitative and qualitative analysis of 115 letters requesting, quoting, and negotiating prices collected from commercial Chinese textbooks, while also comparing them with Vietnamese commercial correspondence. The results show that the system of honorifics and humble language in Chinese is highly conventional and consistently used in commercial correspondence. Vietnamese commercial correspondence shares similarities in pragmatic purpose (softening requests, increasing cooperation) but also has cultural and communicative differences: Chinese uses many specialized honorific and humble vocabulary units, while Vietnamese tends towards indirect structures, flexible forms of address, and a softening strategy.

Key words: Characteristics; honorifics and humble language; Chinese language; Vietnamese language; business letters.