

VÀI NÉT VỀ YẾU TỐ VĂN HÓA TRONG GIAO TIẾP, PHIÊN DỊCH, GIẢNG DẠY VÀ HỌC TIẾNG NƯỚC NGOÀI

TRẦN THỊ THANH LIÊM

Đại học Ngoại ngữ Hà Nội

Trung Quốc là một trong những nước có nền văn minh lâu đời nhất trên thế giới, là một trong những cái nôi văn hóa của loài người. Văn hóa của Trung Quốc có cái đẹp riêng của nó, đặc biệt là về tiếng Hán và chữ Hán. Ngay từ thời Bắc thuộc, tiếng Hán đã được đưa vào Việt Nam. Trong các thời đại phong kiến ở Việt Nam, chữ Hán và rất nhiều tác phẩm văn học bằng chữ Hán của Trung Quốc đã được truyền bá vào Việt Nam. Ngày nay, không những ở Hàn Quốc, Nhật Bản ... mà ở Việt Nam cũng đang dấy lên cơn sốt học tiếng Hán. Mọi người không những thích học tiếng Anh, mà còn đổ xô vào học tiếng Hán. Sự khác nhau giữa các nền văn hóa đã nảy sinh ra nhiều điều lý thú trong quá trình giao tiếp, dịch thuật cũng như dạy và học tiếng; đồng thời cũng nảy sinh ra nhiều tình huống khó xử, hiểu nhầm trong giao tiếp. Bài viết này tác giả không chỉ đưa ra một số tình huống, đề cập đến những niềm vui, nỗi buồn đã xảy ra trong quá trình giao tiếp bằng tiếng Hán, mà còn đề cập đến không ít tình tiết có liên quan đến các thứ tiếng khác thông qua yếu tố văn hóa.

Cách lý giải nghĩa và sử dụng từ ngữ văn hóa trong giao tiếp đã phản ánh rõ nét ý nghĩa văn hóa xã hội của từng ngôn ngữ. Nếu chúng ta đi sâu nghiên cứu sẽ hạn chế được những sai sót, hiểu nhầm trong giao tiếp. Sau đây là chuyện của các sinh viên nước ngoài học tiếng Hán ở Bắc Kinh :

Một hôm, tại ký túc xá trường Đại học Ngôn ngữ và Văn hóa Trung Quốc, có một chàng trai gặp một cô gái. Cô gái nói là nàng phải đi "Ngân Hành". Chàng trai liền hỏi : "Ngân Hành" ở đâu? có xa không? Cô gái nói : "Không xa lắm, nếu anh rỗi thì đi với tôi nhé!". Chàng trai chưa từng đến "Ngân Hành", hơn nữa chàng nghĩ giúp bạn gái một tý cũng là điều nên làm. Thế là chàng về nhà cất đồ đạc, thay quần áo, xỏ giày vào rồi lên đường ngay. Nào ngờ cô gái cùng chàng trai đến ngân hàng rút xong tiền rồi về luôn. Chàng trai sốt ruột hỏi : Thế nào, không đi "Ngân Hành" nữa à?

Cô gái từ tốn nói : Vừa nãy chẳng đi rồi là gì? Đến lúc đó chàng trai mới vỡ lẽ. Hóa ra nàng nói tiếng "hàng" trong "ngân hàng" thành tiếng "hành" trong "ngân hành" làm cho chàng trai quả thật là dở khóc dở cười.

Theo Chu Văn Tuấn ở Trung Quốc thì cuối chiến tranh thế giới lần thứ hai, sở dĩ Mỹ ném bom nguyên tử xuống Nhật Bản chỉ là do người dịch không hiểu rõ nghĩa của một từ.

Lúc đó, trong thư trả lời bức thông điệp cuối cùng của Chính phủ Nhật Bản về hiệp ước của các nước lệnh cho Nhật Bản phải đầu hàng vô điều kiện, có một động từ là "mokuatsu". Động từ này có hai nghĩa : Một là No comment (miễn bình luận); hai là : to kill with silence (không đáng quan tâm). Thật xúi quẩy là người dịch lại chọn nghĩa thứ hai. Họ đã hiểu và dịch là : "Thủ tướng Nhật Suzuki khinh miệt, cự tuyệt bức thông điệp cuối cùng và bác bỏ rằng : Không đáng quan tâm (unworthy of notice). Cuối cùng, Mỹ đã ném bom nguyên tử xuống Nhật Bản làm cho hàng vạn người Nhật bị thiệt mạng. Hàm nghĩa thực tế của từ này là : To postpone decision and withhold comment pending classification of the demand of surrender (trước khi làm rõ điều kiện đầu hàng thì tạm thời trì hoãn việc ra quyết định và phát ngôn).-

Theo các thương gia Anh Quốc, loại pin Trung Quốc có mác "Bạch tượng" (Voi trắng) sau khi được nhập khẩu qua Anh thì bị ế, vì rất ít người mua. Hóa ra là vì mác "Bạch tượng" dịch ra tiếng Anh là "White Elephant" có ý là "Phí tiền mua hàng phế phẩm". Vì sao vậy? Chúng ta hãy xem điển cố sau : Vào thời cổ đại, khi nhà Vua Thái Lan không thích một vị đại thần nào đó, Vua ban tặng vị đại thần đó một con voi và ra lệnh là phải ở nhà tận tâm nuôi voi. Kết quả là, nhà Vua đã dùng hình phạt trên để phạt đại thần, chính vì vậy mà mọi người không thích mua pin mang nhãn "Bạch tượng" nói trên.

Còn Trần Thị La thì cho rằng, khi thâm nhập thị trường quốc tế do có sự khác biệt về ngôn ngữ cũng như văn hóa, một số công ty đa quốc gia cỡ bự cũng vẫn gặp phải những trục trặc như sau : Hãng Côca Côla khi thâm nhập vào thị trường Trung Quốc, ban đầu được phiên âm là Ke-Kou Ke-la. Tiếc rằng hãng Côca Côla sau khi hàng nghìn nhãn đã được in ra mới khám phá ra rằng Ke-Kou Ke-la đọc theo nghĩa địa phương có nghĩa là "Cắn vào con nòng nọc bọc sáp" hay "Ngựa cái nhồi sáp". Hãng này sau đó phải nghiên cứu tới 40.000 kí tự Trung Quốc mới tìm ra được một cách phiên âm ngữ âm ná là "Ko-kou Ko-le", mà có thể dịch thoáng sang tiếng địa phương là "niềm hạnh phúc ở trong miệng".

Tại Đài Loan, hãng Pép-si chuyển dịch câu khẩu hiệu để quảng cáo : "Hãy vui sống cùng thế hệ Pép-si này" lại hiểu sang tiếng địa phương là : "Pép-si sẽ đem ông cha của bạn trở về từ cõi chết".

Ở Trung quốc, hãng gà rán Kentucky nổi tiếng định quảng cáo là "Ngon quá! Bạn có thể mút cả ngón tay" lại chuyển dịch thành "Bạn ăn luôn cả ngón tay của bạn".

Khi tập đoàn xe hơi Chevy Nova sang giới thiệu sản phẩm ở Nam Mỹ, họ rõ ràng là không hề biết "no va" tiếng địa phương (ở đây là tiếng Tây Ban Nha) có nghĩa là "không chạy". Mãi sau khi hãng này khám phá ra nguyên nhân vì sao họ chẳng bán nổi một chiếc xe hơi nào ở thị trường này, họ mới đổi tên hãng tại thị trường Tây Ban Nha thành "Ca-Ri-Bê".

Hãng Colgate khi giới thiệu sản phẩm thuốc đánh răng của mình tại Pháp lại gọi tên hãng là "Cuê", tên một tạp chí khiêu dâm nổi tiếng ở Pháp.

Nghे nói có một người Pháp đi du lịch ở Ý, thấy trên thành xe hàng có dòng chữ Merci thì rất cảm động; hiểu nhầm tưởng là, người khách Ý khách sáo thật chứ không biết rằng từ Merci trong tiếng Ý có nghĩa là xe hàng.

Câu quảng cáo của hãng thuốc lá Mỹ Salem : "Hút Salem, bạn sẽ thấy sáng khoái vô cùng" khi xâm nhập vào thị trường Nhật Bản lại được dịch thành "Khi hút Salem, bạn cảm thấy tươi mát đến nỗi mà đầu óc bạn trở nên tự do và trống rỗng".

Nhà văn Greg Gianas của Mỹ lần đầu tiên đến Hà Nội học tiếng Việt có viết : Đến nhà khách của trường (một khách sạn nhỏ), tôi đi bộ xuống khu vườn ở sân sau để tránh xa khỏi những con người tò mò, hỏi hàng tá những câu hỏi : Tôi từ đâu đến, tại sao tôi đến Việt Nam, tôi bao nhiêu tuổi, trước đây tôi đã từng đến Việt Nam chưa ...? Ngày hôm sau, ở lớp học tiếng, tôi đã tìm ra lời giải thích tại sao họ thường xuyên hỏi những người lạ bao nhiêu tuổi. Cách xưng hô với người khác là bài học đầu tiên của tôi ở Việt Nam. Khác với bất cứ ngôn ngữ nào mà tôi đã học, ngôn ngữ Việt Nam đòi hỏi người nói phải xưng hô với mọi người như thành viên trong gia đình họ, ví dụ như bác, em, ông ... Vì vậy câu hỏi thường xuyên trong lần đầu gặp gỡ ai đó ("bác bao nhiêu tuổi?") là cần thiết để quyết định vị trí tương xứng trong gia đình. Để ý tới một người quen với một sự quan tâm và chân thành như với một người trong gia đình đến như vậy là kiểu yêu mến chân thành mà người Việt Nam dành cho tất cả những người lạ với ý tốt; đó là một bộ phận của nền văn hóa, của ngôn ngữ và cách sống của người Việt.

Yếu tố văn hóa hàm chứa trong ngôn ngữ, trong hệ thống từ vựng, trong hệ thống ngữ dụng. Nó có tồn tại độc lập trong giao tiếp ngôn ngữ hay không? Nó có tồn tại trong cách xưng hô của một thứ tiếng hay không?

Theo nhà nghiên cứu ngôn ngữ Trung quốc - Phó giáo sư Tôn Diễn Phong thì cách xưng hô trong một thứ tiếng luôn phản ánh đặc trưng tâm lý, tư duy và văn hóa giao tiếp của dân tộc ấy. Ông nói trong tiếng Việt, cách xưng hô rất phong phú và phức tạp, ngoài các đại từ nhân xưng như : Tôi, tao, tớ, mày, nó, hắn, y (*chúng còn có nhiều biến thể về số nhiều*) ra còn sử dụng một số lượng lớn các danh từ chỉ quan hệ họ hàng như anh - em, bà- cháu, cháu- chú ... để thay cho đại từ nhân xưng và những danh từ thân tộc này có xu hướng lẫn át các đại từ nhân xưng. Hệ thống xưng hô này thể hiện các đặc điểm của văn hóa Việt Nam. Chúng được sử dụng tùy theo tình cảm của người nói và tình huống cụ thể của giao tiếp. Cùng một đối tượng giao tiếp, có thể dùng những cặp từ xưng hô khác nhau như anh - em, anh - tôi, ông - tôi, đồng chí - tôi, mày - tao theo các tình huống giao tiếp khác nhau. Cách xưng hô trong giao tiếp cũng đã phản ánh được ý nghĩa văn hóa xã hội của từng thứ tiếng.

Khi bàn về ngôn ngữ và văn hóa, nhà ngôn ngữ học Trung Quốc La Thường Bồi viết: "Ngôn ngữ và văn tự là sự kết tinh của văn hóa dân tộc, nền văn hóa xưa của dân tộc nhờ ngôn ngữ và văn tự mà được lưu truyền và nền văn hóa ngày mai cũng nhờ ngôn ngữ và văn tự mà được lưu truyền và nền văn hóa ngày mai cũng nhờ ngôn ngữ và văn tự phát triển ...". Tất cả những hoạt động sáng tạo về vật chất và tinh thần trong quá trình hình thành và phát triển của dân tộc Việt Nam, đều nhờ ngôn ngữ và văn tự tổng hợp và tích lũy. Điều đó cho thấy ngôn ngữ đóng vai trò vô cùng quan trọng nền văn hóa của dân tộc. Cho nên trong giao tiếp, giảng dạy, học tập và nghiên cứu tiếng nước ngoài nói chung và tiếng Hán nói riêng; chúng ta cần phải chú ý đến vấn đề văn hóa và cần phải nghiên cứu, giảng dạy và học tập tiếng nước ngoài thông qua văn hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nội san Ngoại ngữ - 6/1998 (tiếng Việt).
2. Vài nét về yếu tố văn hóa trong ngôn ngữ học ứng dụng. Tôn Diễn Phong. 1998. (tiếng Việt).
3. Nội san ngoại ngữ. 12/1998. (Tiếng Việt).
4. Ngoại ngữ giáo dục dữ nghiên cứu. Đại học Bắc Kinh - Trung Quốc. Số 1/1998. (Tiếng Hán).
5. Cao cấp Hán ngữ khẩu ngữ. Nhà xuất bản Học viện Ngôn ngữ Bắc Kinh. 1994. (tiếng Hán).
6. Đông phương ngữ ngôn văn hóa luận tùng. Nhà xuất bản kinh tế Quảng Đông - Trung Quốc. 1997. (Tiếng Hán).
7. Thế giới Đại đồng văn hóa. Nhà xuất bản Lan Đàm - Đài Loan. 1987. (Tiếng Hán).