

Positive politeness in Vietnamese congratulations: A study through film dialogues

ABSTRACT

This study aims to describe positive politeness strategies and linguistic devices used by Vietnamese speakers when they express congratulations. The research adopted a qualitative approach and employed discourse analysis to explore how positive politeness strategies are reflected in film dialogues and how linguistic devices enhance politeness in speech. Based on Brown and Levinson's taxonomy,⁷ the study identifies eight positive politeness strategies used when expressing congratulations; including *Notice/ attend to the hearer*; *Exaggerate*; *Use in-group identity markers*; *Joke*; *Offer, promise*; *Include both a speaker and a hearer in the activity*; *Give (or ask for) reasons* and *Give gifts to the hearer*. To make their congratulations polite and respectful, Vietnamese speakers often combine various linguistic devices to increase sincerity, closeness, and politeness, including modal particles, forms of address, honorifics, and words showing respect. These findings not only provide insight into how congratulations are offered in Vietnamese but also contribute to the body of knowledge in sociopragmatics and linguistics.

Keywords: Positive politeness strategies, congratulations, Vietnamese films, discourse analysis.

Lịch sự dương tính trong lời chúc mừng của người Việt: Nghiên cứu qua lời thoại phim

TÓM TẮT

Nghiên cứu này tập trung mô tả các chiến lược lịch sự dương tính và phương tiện ngôn ngữ mà người Việt Nam sử dụng khi chúc mừng trong các bộ phim Việt Nam. Nghiên cứu áp dụng phương pháp định tính với cách tiếp cận phân tích diễn ngôn để khám phá cách các chiến lược lịch sự dương tính được thể hiện trong lời thoại và cách các phương tiện ngôn ngữ tăng cường tính lịch sự trong phát ngôn. Dựa trên khung lý thuyết của Brown và Levinson,⁷ nghiên cứu đã xác định tám chiến lược lịch sự dương tính trong lời chúc mừng, gồm Thể hiện sự chú ý của người nói đối với người nghe; Nói quá; Sử dụng các dấu hiệu cho thấy người nói và người nghe cùng nhóm; Nói đùa, nói vui; Mời, hứa hẹn; Lôi kéo người nghe cùng thực hiện điều gì đó; Đưa ra (hoặc yêu cầu) lý do của hành động; và Trao, tặng cho người nghe cái gì đó. Để lời chúc mừng được lịch sự và nhã nhặn, người nói thường kết hợp nhiều phương tiện ngôn ngữ khác nhau gồm tiểu từ tình thái, cách xưng hô, kính ngữ, và từ ngữ thể hiện sự tôn trọng nhằm tăng tính chân thành và gần gũi. Những phát hiện này không chỉ làm sáng tỏ cách thức chúc mừng trong giao tiếp của người Việt Nam mà còn đóng góp vào kho tàng nghiên cứu về ngữ dụng học xã hội và ngôn ngữ học.

Từ khóa: Chiến lược lịch sự dương tính, chúc mừng, phim Việt Nam, phân tích diễn ngôn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chúc mừng là một trong những mục đích của hoạt động giao tiếp ngôn ngữ (hoặc giao tiếp bằng một số phương thức khác) trong bất kỳ xã hội, dân tộc nào cũng có. Chúc mừng không chỉ được sử dụng trong giao tiếp thường nhật nhằm thừa nhận thành công của ai đó và bày tỏ niềm vui, sự ngưỡng mộ của người nói với người đạt được thành công mà còn xuất hiện trong những dịp quan trọng như lễ hội hay sự kiện kỉ niệm. Ở giai đoạn sơ khởi, chúc mừng có lẽ theo thói quen, theo tập quán, tập tục của từng dân tộc. Cùng với sự phát triển của lý thuyết ngôn ngữ học và những nghiên cứu về phép lịch sự trong giao tiếp, dần dần chúc mừng được công nhận là một trong những hoạt động ngôn từ gắn với phép lịch sự trong nghi thức giao tiếp. Mỗi một ngôn ngữ, một văn hóa lại có những cách thức thể hiện lời chúc mừng khác nhau. Việc thể hiện lời chúc mừng một cách phù hợp có thể giúp cải thiện mối quan hệ giữa người nói và người nghe. Theo Leech,¹ có những hành động ngôn ngữ có bản chất lịch sự, chẳng hạn như chúc mừng, vì chúng đem đến lợi ích cả về mặt vật chất hoặc tinh thần cho người nghe với chức năng bày tỏ sự lịch thiệp. Chúc mừng thỏa mãn nhiều phương châm lịch sự: khiêm tốn, tán đồng và cảm thông. Cũng theo Leech,¹ chúc mừng là hành động tôn vinh thể diện, góp phần gia tăng thể diện của người nghe. Do đó có thể xem chúc mừng là một chiến lược lịch sự dương tính (LSDT). Nếu lời chúc

mừng không phù hợp có thể dẫn đến sự bức bối, sự xem thường, có thể khiến người nghe không hài lòng; hoặc đôi khi thể hiện lời chúc mừng không lịch sự sẽ khiến người nhận lời chúc cảm thấy mất mặt; khiến mối quan hệ giữa người nói và người nghe trở nên xấu đi hoặc gây sốc văn hóa trong giao tiếp liên văn hóa.² Do đó, để lời chúc mừng thành công, người giao tiếp có xu hướng lựa chọn các chiến lược LSDT.

Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu tìm hiểu về chiến lược LSDT trong hành vi chúc mừng.³⁻⁶ Tuy nhiên, các nghiên cứu này phần lớn được tiến hành theo đường hướng nghiên cứu định tính, thống kê số lượng các chiến lược LSDT mà không đi sâu vào phân tích mối liên hệ giữa các chiến lược được sử dụng với bối cảnh, mối

quan hệ giữa các vai giao tiếp và văn hóa. Ngoài ra, các nghiên cứu cụ thể về các phương tiện biểu đạt **phép** lịch sự trong **lời** chúc mừng trong bối cảnh thể giới và Việt Nam vẫn còn hạn chế. Việc nghiên cứu các chiến lược lịch sự người Việt Nam **thường** sử dụng khi chúc mừng sẽ góp phần **nâng cao** hiểu biết về các mẫu hình giao tiếp đặc thù trong văn hóa Việt Nam nói chung, và trong **lời** chúc mừng nói riêng. Hơn nữa, nghiên cứu sẽ **giúp người đọc hiểu sâu hơn** về cách **thức** người nói **đánh giá và xử lý** các hành động đe dọa thể diện (Face-Threatening Acts – FTAs) và duy trì mối quan hệ cá nhân trong một xã hội **xem** trọng sự hòa hợp xã hội.⁷ Do đó, nghiên cứu này được tiến hành nhằm xác định và mô tả các chiến lược LSDT và phương tiện ngôn ngữ mà người Việt Nam **thường** sử dụng **nhằm thể hiện phép** lịch sự khi chúc mừng trong các phim Việt Nam.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Hành vi chúc mừng

Theo *Từ điển Tiếng Việt* do Hoàng Phê⁷ chủ biên thì chúc mừng có các nghĩa như sau:

CHÚC: Tỏ lời mong ước điều may mắn, tốt đẹp cho người khác. MỪNG: Có hai nét nghĩa:

(1) Có tâm trạng rất thích thú vì được như mong muốn, như cầu mong.

(2) Bày tỏ bằng lời nói hay tặng phẩm, tình cảm của mình trước niềm vui của người khác

CHÚC MỪNG : Chúc nhân dịp vui mừng.

Chúc mừng theo định nghĩa của Bach và Harnish⁸ là bày tỏ sự hài lòng dành cho những gì người nghe đã làm hay nhận được rất đáng ghi nhớ. Trong những tình huống như vậy, người ta thường thể hiện sự hạnh phúc bằng cách nói "*chúc mừng*" và các loại chiến lược ngôn ngữ khác để diễn đạt "*chúc mừng*". Chúng có thể thay đổi tùy theo tình huống.⁹ Tương tự, định nghĩa của Searle và Vanderveken¹⁰ nhấn mạnh đến các tình huống may mắn "*bày tỏ sự vui mừng đối với vận may của người khác*" (tr. 212). Cụ thể hơn, Oraiby¹¹ đã chia chúc mừng ra làm hai loại. Loại đầu tiên là chúc mừng cho một hành động. Loại chúc mừng này liên quan đến việc chúc mừng người khác khi làm việc gì đó. Hay để bày tỏ thái độ quan tâm, hài lòng về một kết quả tốt đẹp liên quan đến người nhận. Loại chúc mừng này nhằm tạo lập sự khích lệ cho người đối thoại và động viên họ đạt được nhiều thành công hay thành tựu hơn. Loại thứ hai được gọi là chúc mừng theo nghi lễ liên quan đến những sự kiện mang tính kỉ niệm hay lễ hội. Người ta có thể gửi lời chúc hay chúc mừng chân thành đến người

nào đó trong dịp sinh nhật, lễ đính hôn, lễ cưới, những dịp lễ hay lễ hội như Giáng Sinh hay Năm Mới. Loại chúc mừng này nhằm xây dựng và củng cố các mối quan hệ xã hội, tạo sự gắn kết với nhau giữa cá nhân với nhau và giữa cá nhân với tập thể. Vì vậy, hành vi chúc mừng, tương tự như hành vi khen ngợi và đánh giá cao đều có thể giúp phát triển những mối quan hệ tốt đẹp này.¹²

Theo Searle¹³, có những nguyên tắc cụ thể cho hành vi chúc mừng xuất hiện:

i. Hành động người nói đưa ra đề cập đến sự việc đã xảy ra hoặc sẽ xảy ra mà cả hai đều mong đợi.

ii. Là sự kiện có lợi cho người nghe và người nói tin rằng sự kiện này có lợi cho người nghe.

iii. Người nói thật sự hài lòng vì sự kiện này đã xảy ra.

iv. Người nói thực hiện hành động nhằm mong muốn người nghe hiểu được sự hài lòng của mình đối với sự kiện đó.

Từ những nghiên cứu trên, nghiên cứu này thống nhất sử dụng định nghĩa sau làm định nghĩa cốt lõi về hành vi chúc mừng: "*Chúc mừng là hành vi chia sẻ niềm vui, sự quan tâm trước sự thành công, may mắn của người khác, hay thể hiện niềm mong muốn những điều tốt đẹp sẽ đến với người khác trong một sự kiện kỉ niệm hay lễ hội.*"

2.2. Lý thuyết Lịch sự

2.2.1. Định nghĩa về Lịch sự

Lịch sự là một yếu tố quan trọng trong giao tiếp của con người và gần đây được nghiên cứu như một hiện tượng ngữ dụng học, nhằm cải thiện sự tương tác xã hội và đóng góp vào lĩnh vực nghiên cứu ngôn ngữ trong bối cảnh xã hội. Mặc dù tính phổ quát của lịch sự được công nhận trong mọi nền văn hóa, cách biểu hiện của nó lại khác biệt theo từng nền văn hóa. Nhiều học giả đã đưa ra các định nghĩa khác nhau về lịch sự.

Theo từ điển Longman về tiếng Anh đương đại,¹⁴ lịch sự được định nghĩa là "*có hoặc thể hiện phép tắc tốt, sự quan tâm đến người khác và/hoặc hành vi xã hội đúng mực*". Đây là việc áp dụng thực tiễn các quy tắc ứng xử hoặc nghi thức xã giao, mang tính đặc trưng văn hóa. Điều này dẫn đến việc những hành vi lịch sự trong một nền văn hóa có thể bị coi là thô lỗ hoặc kỳ lạ trong một bối cảnh văn hóa khác. Hầu hết các nhà nghiên cứu đồng ý rằng mục đích chính của lịch sự là giảm thiểu xung đột trong giao tiếp. Lakoff¹⁵ khẳng định rằng lịch sự được các xã hội phát triển để giảm căng thẳng trong giao tiếp cá nhân,

qua đó nhấn mạnh tính phổ quát của khái niệm này. Tương tự, Leech¹⁶ xem lịch sự như một chiến lược “*tránh xung đột*”, thể hiện qua mức độ nỗ lực nhằm ngăn chặn các tình huống căng thẳng. Ngoài ra, một số học giả quan tâm đến mối liên hệ giữa lịch sự và thể diện. Yule¹⁷ cho rằng lịch sự trong giao tiếp hội thoại không chỉ là cách để công nhận và tôn trọng thể diện của các bên tham gia mà còn phản ánh một nghi thức xã giao mang đậm dấu ấn văn hóa của cộng đồng đó. Quan điểm này được mở rộng thêm bởi Brown và Levinson¹⁸, khi họ định nghĩa lịch sự là một hệ thống phức tạp được thiết kế để giảm thiểu các mối đe dọa đến thể diện – hình ảnh xã hội mà cá nhân muốn duy trì. Thể diện bao gồm danh dự, lòng tự trọng và hình ảnh cá nhân trong mắt công chúng; được chia thành thể diện dương tính và thể diện âm tính. Thể diện dương tính của một người bao gồm nhu cầu được chấp thuận về mặt xã hội hoặc mong muốn được coi là đáng kính bởi ít nhất một số người khác. Thể diện âm tính của một người bao gồm các yêu cầu về tự do hành động và không bị áp đặt. Trần Ngọc Thêm²⁰ cho rằng tất cả những điều làm nên giá trị cá nhân của một người tạo thành thể diện của người ấy trong cộng đồng xã hội Việt Nam. Do đó, hầu hết mọi người đều cố gắng để nâng cao thể diện của mình và rất xem trọng những dấu hiệu thể diện ấy. Thể diện cũng là một trong ba khái niệm cơ bản trong khung Lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson,¹⁸ bên cạnh khái niệm thứ hai là các hành vi đe dọa thể diện, và thứ ba là ý tưởng về các chiến lược lịch sự.

2.2.2. Chiến lược Lịch sự của Brown và Levinson

Trong giao tiếp hàng ngày, mỗi người đều mong muốn được tôn trọng; do đó, nhu cầu bảo vệ và duy trì thể diện là điều tự nhiên. Để giao tiếp diễn ra suôn sẻ, cần tránh làm tổn hại đến thể diện của người khác. Theo Brown và Levinson,¹⁸ những lời nói có khả năng gây tổn thương đến thể diện của người khác được gọi là hành động đe dọa thể diện. Để giảm nhẹ tác động của những hành động này, cần thực hiện các biện pháp bảo vệ thể diện. Như vậy, theo quan điểm của các tác giả, lịch sự chính là chiến lược nhằm điều chỉnh và giảm thiểu nguy cơ gây tổn hại đến thể diện trong giao tiếp. Brown và Levinson¹⁸ đã đề xuất 5 siêu chiến lược lịch sự gồm: Nói bóng gió (Off Record), Nói thẳng (Without Redressive Action), Lịch sự dương tính (Positive Politeness), Lịch sự âm tính (Negative Politeness) và Không thực hiện FTA (Don't do the FTA). Như đã đề cập ở trên, chúc mừng là hành vi thể hiện LSĐT của người nói; do đó, nghiên cứu này sẽ đi sâu vào phân tích các siêu chiến lược LSĐT. Siêu chiến lược này được

cụ thể hóa thông qua 15 chiến lược giao tiếp: 1/ Thể hiện sự quan tâm của người nói đối với người nghe; 2/ Nói phóng đại; 3/ Tăng cường sự quan tâm đối với người nghe; 4/ Sử dụng các dấu hiệu nhận diện đồng nhóm; 5/ Tìm kiếm sự tán đồng; 6/ Hạn chế sự bất đồng; 7/ Đề cập đến lễ thường (chung cho cả người nói và người nghe); 8/ Nói đùa; 9/ Quan tâm tới sở thích của người nghe; 10/ Mời, hứa hẹn; 11/ Thể hiện sự lạc quan; 12/ Lôi kéo người nghe cùng thực hiện điều gì đó; 13/ Đưa ra (hoặc yêu cầu) lý do của hành động; 14/ Đòi hỏi sự hỗ trợ qua lại; 15/ Trao, tặng quà cho người nghe.

2.2.3. Chiến lược lịch sự dương tính trong lời chúc mừng

Các chiến lược LSĐT được biểu hiện nhằm tăng cường sự thân tình và mở rộng quan hệ xã hội bằng cách thừa nhận thành công và bày tỏ niềm vui đối với người được chúc mừng. Theo Brown và Levinson,¹⁸ chiến lược LSĐT tập trung vào việc thỏa mãn nhu cầu của người nghe là được tôn trọng và công nhận, qua đó xây dựng sự thân tình và củng cố mối quan hệ. Trong lời chúc mừng, người nói không chỉ khen hoặc chia sẻ niềm vui, mà còn thể hiện ý định gắn kết và khích lệ người được chúc mừng. Các yếu tố như mức độ thân thiết, địa vị xã hội và ngữ cảnh giao tiếp đóng vai trò quan trọng trong việc lựa chọn cách thể hiện lời chúc mừng. Những lời chúc mừng này có thể được diễn đạt bằng các từ ngữ tích cực, kính ngữ hoặc các cấu trúc nhấn mạnh để gia tăng sự lịch sự. Chẳng hạn, địa vị xã hội ảnh hưởng đến cách lựa chọn từ ngữ xưng hô và các dấu hiệu tình thái... khi muốn thể hiện mức độ lịch sự. Do đó, khi giao tiếp với người có quyền lực cao thì cần lựa chọn phương tiện ngôn ngữ thể hiện tính lịch sự nhiều hơn so với khi giao tiếp với những người đồng quyền.

Việc lựa chọn phương tiện ngôn ngữ phù hợp trong từng bối cảnh cụ thể không chỉ giúp duy trì mối quan hệ tốt đẹp mà còn thể hiện sự tinh tế trong văn hóa giao tiếp, đặc biệt trong những xã hội xem trọng thể diện và sự hài hòa như Việt Nam.¹⁸ Khi thực hiện khéo léo, chiến lược LSĐT qua lời chúc mừng có thể tạo ra bầu không khí thân thiện; ngược lại, nếu không phù hợp, nó có thể gây hiểu lầm hoặc tổn hại đến mối quan hệ.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính, nhằm đáp ứng mục đích tìm hiểu cách thức sử dụng ngôn ngữ trong lời chúc mừng trong giao tiếp. Phương pháp định tính được lựa chọn vì nó

cung cấp những thông tin mô tả về hành vi ngôn ngữ và các chuẩn mực văn hóa xã hội, thay vì dựa vào ngữ liệu thống kê hoặc con số.²¹ Cụ thể, nghiên cứu áp dụng phương pháp phân tích diễn ngôn nhằm khám phá cách thức các chiến lược LSĐT được thể hiện trong lời thoại phim, cũng như cách phương tiện ngôn ngữ được sử dụng nhằm **gia** tăng tính lịch sự cho phát ngôn.

Phân tích diễn ngôn tập trung vào việc xem xét ngôn ngữ trong bối cảnh văn hóa - xã hội, giúp làm rõ cách các mẫu lời nói thể hiện quy tắc và mối quan hệ xã hội.²² Do chiến lược LSĐT liên quan mật thiết đến các mối quan hệ xã hội, **nên** phương pháp này cho phép phân tích cả khía cạnh hình thức ngôn ngữ và chức năng ngữ dụng. Khung **lí** thuyết của Brown và Levinson¹⁸ được sử dụng để **tìm kiếm và khám phá các hành vi nâng cao thể diện khi bày tỏ lời chúc mừng; đồng thời** phân loại các chiến lược LSĐT trong lời thoại phim.

3.2. Ngữ liệu nghiên cứu

Nguồn ngữ liệu dùng để phân tích là 607 lượt lời có chứa **lời** chúc mừng trích từ 67 phim điện ảnh và phim truyền hình Việt Nam được sản xuất từ năm 2000 đến nay. Nguồn ngữ liệu được thu thập trên các kênh VTV của đài truyền hình Việt Nam, kênh THVL của đài truyền hình Vĩnh Long, kênh HTV của đài truyền hình thành phố Hồ Chí Minh, kênh SCTV của đài truyền hình SCTV, trên các nền tảng xem phim trực tuyến có bản quyền như Netflix, Vieon, FPT Play,... Ngữ liệu chính sẽ bao gồm lời thoại của nhân vật trong phim được chuyển từ các cảnh có liên quan. Mỗi lời chúc mừng sẽ được **xem** là một đơn vị ngữ liệu riêng, và sẽ tập trung vào lựa chọn từ ngữ, cấu trúc câu, cùng các tín hiệu ngữ cảnh thể hiện tính lịch sự.

3.3. Thu thập và phân tích ngữ liệu

Quá trình thu thập ngữ liệu sẽ bao gồm việc chuyển lời thoại từ các cảnh phim liên quan và trích xuất những câu thoại **có lời chúc mừng của** các nhân vật. Sau khi chuyển sang hình thức diễn ngôn viết, mỗi lời thoại sẽ được phân tích dựa trên khung **lí** thuyết của Brown và Levinson¹⁸ để xác định các chiến lược LSĐT trong nghiên cứu.

Ngoài việc xác định các chiến lược, nghiên cứu sẽ **tìm hiểu** đặc điểm các phương tiện ngôn ngữ giúp tăng cường tính lịch sự, chẳng hạn như cách dùng kính ngữ, tiểu từ tình thái (TTTT), hoặc từ xưng hô. Phân tích định tính sẽ làm sáng tỏ cách các lựa chọn ngôn ngữ củng cố tính lịch sự trong **lời** chúc mừng.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Chiến lược lịch sự đương tính trong phim Việt Nam

Sau khi phân tích các ngữ liệu thu được, nhóm tác giả nhận thấy các nhân vật trong phim truyền Việt Nam đã sử dụng tám chiến lược LSĐT trong lời chúc mừng. Sau đây là mô tả và thảo luận về các chiến lược LSĐT được sử dụng.

4.1.1. Thể hiện sự **quan tâm** của người nói đối với người nghe

Chiến lược LSĐT này nhấn mạnh vào việc tạo ra sự gần gũi, gắn kết, và hòa hợp trong giao tiếp thông qua sự quan tâm, chú ý đến người nghe. Nó giúp người nói thể hiện sự hòa hợp và thiện chí trong giao tiếp, củng cố mối quan hệ cá nhân và cộng đồng. Theo Brown và Levinson,¹⁸ lời khen là biểu hiện của sự quan tâm đối với nhu cầu và mong muốn của người nghe, đặc biệt khi họ đạt được thành tựu đáng tự hào. Sự chú ý đến cảm xúc và thành quả của người khác giúp duy trì mối quan hệ lâu dài, tạo cảm giác an tâm và hòa hợp cho các bên. Chiến lược này thường được sử dụng giữa những người đã quen biết nhau khá rõ, như các thành viên trong cùng một nhóm hoặc cộng đồng.²³ Ví dụ:

- *Lệ hôm nay xinh lắm đấy.* (Phim “Anh có phải đàn ông không?”)

Câu khen ngợi trên thể hiện sự chú ý của người nói đến ngoại hình của người nghe, một yếu tố cá nhân dễ nhận thấy và thường mang ý nghĩa tích cực. Lời khen không chỉ làm người nghe cảm thấy được quan tâm mà còn thể hiện sự kết nối, thân thiện giữa hai bên, đặc biệt trong một mối quan hệ quen thuộc.

- *Cậu rất phù hợp với vị trí đó.* (Phim “Tình yêu và tham vọng”)

Lời nhận xét này cho thấy sự quan tâm đến khả năng và tiềm năng của người nghe. Người nói không chỉ thể hiện sự đánh giá cao mà còn bày tỏ sự ủng hộ và đồng tình, giúp người nghe tự tin hơn và cảm nhận được sự động viên.

- *Đẹp đôi thế cơ chứ!* (Phim “Máy bay ký sự”)

Câu nói này tập trung vào sự nhận xét tích cực về mối quan hệ hoặc hình ảnh của người nghe trong một hoàn cảnh cụ thể. Đây là sự thể hiện quan tâm đến hạnh phúc và sự hài lòng của người nghe, tạo nên bầu không khí thân mật và khích lệ.

4.1.2. Nói phóng đại

Nói quá là cách nói nhằm phóng đại **sự** hứng thú, sự đồng tình, sự tán dương của người chúc mừng

đối với người **nghe**. Đây là một cách gia tăng tính lịch sự trong lời chúc. Cách này không nhất thiết phải phản ánh chính xác thực tế, nhưng lại góp phần khích lệ người nghe tiếp tục cố gắng và phát huy tiềm năng của bản thân họ. Lời nói khoa trương trong văn hóa Việt Nam thường mang tính chất thân mật và hài hước. Sự cường điệu giúp phá vỡ khoảng cách giữa các cá nhân và tạo ra sự gần gũi trong giao tiếp. Ví dụ:

- *Đúng là cặp đôi thế kỉ. Nhanh như một tia chớp.* (Phim “Ngày ấy mình đã yêu”)

- *Wow, sắp là số 1!* (Phim “Yêu trước ngày cưới”)

- *Thánh sẵn sale Đắc Lực. Vãi đỉnh!* (Phim “Yêu trước ngày cưới”)

- *Yeah! Mẹ Khánh là siêu nhân luôn.* (Phim “Thương ngày nắng về” - Phần 1)

Những cụm từ được sử dụng như “*thế kỉ, thánh, số 1, siêu nhân*” thể hiện sự ưu việt của người nghe. Dù thực tế đó là sự phóng đại nhưng phần nào thể hiện sự ngưỡng mộ tôn sùng của người nói đối với người nghe. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý rằng nếu lạm dụng, người nghe có thể không tin tưởng và cho rằng lời nói là giả dối hoặc nịnh bợ hoặc nó có thể giảm hiệu quả và làm cho người **nghe** không cảm nhận được sự chân thành từ người chúc.

4.1.3. Sử dụng các dấu hiệu nhận diện đồng nhóm

Chiến lược này nhấn mạnh sự đoàn kết và gắn bó xã hội bằng cách sử dụng các đặc điểm ngôn ngữ phản ánh bản sắc chung giữa người **nói** và người **nghe**. Trong lời chúc mừng, chiến lược này thể hiện qua việc dùng biệt danh, xưng hô thân mật, hoặc tiếng lóng. Những dấu hiệu này thể hiện sự quen thuộc và thân thiết, làm cho lời chúc trở nên cá nhân và chân thành hơn.

Việc sử dụng biệt danh, tên riêng hoặc cách gọi thân mật góp phần gắn kết mối quan hệ giữa người **nói** và người **nghe**. Nó thể hiện sự thân thiết hoặc mối quan hệ gần gũi và thuộc cùng một nhóm. Ví dụ:

- *Chúc mừng chàng trai vàng trong làng kiên cạo.* (Phim “Cô gái nhà người ta”)

- *Chúc mừng anh Việt liệu đã được diễn chính.* (Phim “Máy bay ký sự”)

- *Chúc mừng sinh nhật anh yêu.* (Phim “Cô dâu đại chiến”)

Trong lời chúc mừng, người Việt cũng sử dụng phương ngữ hoặc cụm từ đặc trưng của một

nhóm văn hóa hoặc ngôn ngữ để thể hiện sự đồng cảm và đoàn kết. Phương ngữ giúp thể hiện bản sắc văn hóa và sự gần gũi với cộng đồng.

- *Chúc mừng ông em.* (Phim “Đừng làm mẹ cáu”)

- *Nè con gái cưng, chúc mừng sinh nhật con nhe.* (Phim “Giấc mộng đêm hè”)

Việc lược bỏ từ ngữ tạo cảm giác tự nhiên và không trang trọng, giống như cuộc trò chuyện thường ngày. Những đặc điểm này làm cho lời chúc mừng trở nên ít trang trọng hơn, mang lại cảm giác thân thiện và gần gũi.

- *Ôi giỏi ôi đề như thế mới đáng để chúc. Xứng đáng quá cơ!* (Phim “Máy bay ký sự”)

4.1.4. Nói đùa

Sự hài hước, dí dỏm đúng mức luôn tạo được hiệu quả trong hoạt động giao tiếp, khiến các nhân vật tham gia giao tiếp trở nên dễ mở lòng hơn, xóa bỏ khoảng cách giữa các nhân vật giao tiếp. Vận dụng chiến lược này trong lời chúc mừng tạo nên sự vui vẻ, gần gũi, hòa đồng, thu hẹp khoảng cách giữa người nói với người nghe. Ví dụ:

- *Chúc mừng em gái. Mai một qua Hollywood đừng quên anh nhà báo quên này nha.* (Phim “Tay chơi mới nổi”)

- *Chúc mừng. Chúc mừng ông bạn nha. Tôi tưởng là ông bị đuổi việc cơ.* (Phim “Anh có phải đàn ông không?”)

- *Ghê chưa kìa, nhìn cái mặt hạnh phúc thấy ghét. Haiz, khéo mình lại sắp bị bỏ rơi một mình rồi cũng nên.* (Phim “Đừng nói khi yêu”)

Có thể thấy những câu đùa, nếu được sử dụng khéo léo, cho thấy sự đồng cảm và hiểu biết giữa người gửi và người nhận. Điều này thể hiện rằng người gửi hiểu rõ cá tính hoặc hoàn cảnh của người nhận. Một câu nói đùa có thể hạ bớt tầm quan trọng của thành tựu một cách vui vẻ, giúp người nhận cảm thấy thoải mái hơn khi tiếp nhận lời khen.

Tuy nhiên, người **nói** cần có sự cân nhắc nhất định khi sử dụng chiến lược này: phải căn cứ vào hoàn cảnh giao tiếp, mức độ thân - sơ với người nghe... bởi nếu không lời chúc mừng rất dễ trở nên vô duyên thậm chí là phản tác dụng.

4.1.5. Mời, hứa hẹn

Chiến lược “*Mời, Hứa hẹn*”, theo lí thuyết của Brown và Levinson¹⁸ về các chiến lược lịch sự, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra mối quan hệ tích cực trong giao tiếp. Khi được áp

dụng vào lời chúc mừng, chiến lược này không chỉ công nhận thành tựu của người **nghe** mà còn thể hiện thiện chí trong tương lai, giúp người **nghe** cảm thấy được trân trọng và ủng hộ. Ví dụ:

- *Thôi, chiều nay tan sở đó, tui với ông đi làm vài ly coi như là tui mời để chúc mừng.* (Phim “Yêu lại từ đầu”)

- *Chúc ông chân cứng đá mềm, thuận buồm xuôi gió. Tôi sẽ luôn dõi theo ông.* (Phim “Hoa hồng giấy”)

Bằng cách đưa ra đề nghị hoặc hứa hẹn, người gửi lời chúc mừng thể hiện rằng họ sẽ tiếp tục đồng hành cùng người **nghe**, từ đó tăng cường sự gắn kết.

4.1.6. Lôi kéo người nghe cùng thực hiện điều gì đó

Chiến lược này nhấn mạnh việc tạo ra cảm giác cùng tham gia hoặc trải nghiệm chung giữa người nói và người nghe, giúp giảm khoảng cách xã hội và củng cố mối quan hệ. Trong lời chúc mừng, **chiến lược này** tạo ra cảm giác chung sức hoặc cộng đồng, thể hiện rằng người nói cũng cảm thấy vui mừng và đồng hành với sự thành công của người nghe. Thông thường thì người **nói** có thể sử dụng đại từ bao **gộp** như “*chúng ta*”, “*của chúng ta*”, “*chúng mình*”,... mời gọi tham gia hoạt động chung hay bày tỏ niềm vui chung. Ví dụ:

- *Nào, chúc mừng cho sự hợp tác của chúng ta.* (Phim “Ghét thì yêu thôi”)

- *Đây là tin vui của nhà mình nghe.* (Phim “Tôi yêu cô đơn”)

- *Hết giờ diễn, chúng ta đến nhà hàng ăn mừng thành công này nghe.* (Phim “Tay chơi mới nổi”)

Chiến lược này tạo ấn tượng về hợp tác và niềm vui chung, ngay cả trong **tình huống trang trọng**.

4.1.7. Đưa ra (hoặc yêu cầu) lý do của hành động

Chiến lược lịch sự này bao gồm việc diễn giải hoặc làm sáng tỏ các hành động, cảm xúc hoặc ý định. Chiến lược này giúp giảm khoảng cách xã hội bằng cách làm cho thông điệp trở nên trong sáng, tôn trọng và chu đáo. Khi được áp dụng trong lời chúc mừng, **chiến lược này** mang lại chiều sâu và sự chân thành của người nói, đồng thời thúc đẩy sự tương tác ý nghĩa qua việc khuyến khích người **nghe** chia sẻ trải nghiệm.

Người chúc có thể đưa ra lý do cụ thể của việc chúc mừng, giải thích tại sao người **nghe** xứng đáng được chúc mừng, cung cấp ngữ cảnh hoặc chi tiết về thành tích. Ví dụ:

- *Vậy thì chúc mừng bà. Kiếm được người chung tình như ông Bình đó bây giờ chắc chỉ có trong sách đồ thôi.* (Phim “Hoa hồng giấy”)

- *Chúc mừng em nha! Em đã thành công rồi.* (Phim “Tôi yêu cô đơn”)

Người nói cũng có thể khuyến khích người nhận chia sẻ thêm về quá trình hoặc cách đạt được thành công, thể hiện sự quan tâm chân thành, tạo cơ hội để trò chuyện sâu hơn.

- *Eo ôi sao hay thế nhờ? Chúc mừng cậu nhá.* (Phim “Thương ngày nắng về” – Phần 1)

4.1.8. Trao, tặng **quà** cho người nghe

Chiến lược này liên quan đến việc trao tặng thứ gì đó có giá trị- có thể là quà tặng vật chất (như quà cụ thể) hoặc quà tặng tinh thần (lời khen, sự tôn trọng, lời khẳng định hoặc lời chúc tốt đẹp)- nhằm đáp ứng nhu cầu thể hiện hình ảnh tích cực của người nghe, nghĩa là mong muốn được yêu thích, đánh giá cao và công nhận.

Trong **tình huống** chúc mừng, chiến lược này được thể hiện qua những “*món quà*” bằng lời nói, giúp nâng cao tinh thần của người **nghe**. Người **nói** có thể gửi món quà khẳng định, giúp người **nghe** cảm thấy thành tích của mình được công nhận, giá trị của mình được tôn vinh. Ví dụ:

- *Congratulations! (Chúc mừng!)* (Phim “Cười ngay kéo lỗ”)

- *Mạnh Dũng, chúc mừng anh trở thành trưởng phòng kỹ thuật của Hồng Lạc.* (Phim “Yêu trước ngày cưới”)

Đó cũng là món quà mang tính khích lệ, biểu thị sự tin tưởng vào năng lực của người nhận và truyền tải tinh thần lạc quan.

- *Chúc mừng cậu. Hi vọng trên cương vị mới, cậu sẽ làm tốt vai trò chức trách của mình.* (Phim “Hoa hồng giấy”)

Những **món quà bằng lời** này sẽ khuyến khích người **nghe** đáp lại bằng sự tích cực trong các tương tác sau này, **giúp mối quan hệ càng thêm gắn bó**.

Kết quả nghiên cứu cho thấy hai chiến lược LSĐT là **Sử dụng dấu hiệu nhận diện cùng nhóm** và **Trao, tặng quà cho người nghe** hoàn toàn tương đồng với kết quả từ các nghiên cứu của Abu-Maine, Al-Shboul và cộng sự, Eshreteh, và Al-Hour.³⁻⁶ Bên cạnh đó, các chiến lược như **Nói phóng đại**, **nói đùa**, và **Đưa ra (hoặc yêu cầu) lý do của hành động** cũng tương đồng với những phát hiện trong một số nghiên cứu trên. Tuy nhiên, hai chiến lược **Mời, hứa hẹn** và **Lôi kéo**

người nghe cùng thực hiện điều gì đó lại không được tìm thấy trong các nghiên cứu đã đề cập. Sự khác biệt này có thể được lí giải bởi sự đa dạng trong nguồn ngữ liệu mà các nghiên cứu sử dụng, từ Phiếu hoàn thiện diễn ngôn đến khối liệu trên các bài đăng Facebook và lời thoại trong phim. Điều này dẫn đến sự khác nhau trong việc xác định các chiến lược LSĐT giữa các nghiên cứu.

4.2. Các phương tiện ngôn ngữ tăng cường tính lịch sự trong lời chúc mừng

Lời chúc mừng không chỉ đơn thuần là sự công nhận thành tựu của người khác mà còn là phương tiện giao tiếp lịch sự, giúp củng cố mối quan hệ xã hội, thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối phương. Để lời chúc mừng trở nên lịch sự, người nói thường sử dụng nhiều phương tiện ngôn ngữ nhằm gia tăng tính chân thành, gần gũi và nhã nhặn. Các phương tiện này bao gồm các TTTT, từ xưng hô, kính ngữ và từ ngữ thể hiện sự tôn trọng,... Dưới đây là một số khảo sát cụ thể sau:

4.2.1. Các tiểu từ tình thái

Trong các phát ngôn, TTTT có thể đứng đầu, giữa hoặc cuối của phát ngôn. TTTT là một phương tiện quan trọng để thể hiện tình cảm và thái độ của người nói, góp phần truyền tải đích ngôn trung của phát ngôn cũng như phản ánh quan điểm, cách đánh giá khác nhau của người nói đối với thông báo, thực tế và người đối thoại.²⁴

a. Tiểu từ tình thái “ạ”

TTTT “ạ” được xem như một dấu hiệu lịch sự, được sử dụng trong giao tiếp với người có vai vế cao hơn nhằm thể hiện sự tôn trọng. Trong lời chúc mừng, “ạ” thường xuất hiện khi người có vai dưới gửi lời chúc mừng đến người ở vị thế cao hơn. Người trên bậc có thể ở chức vụ cao hơn hoặc tuổi tác cao hơn. Ví dụ:

- Chúc mừng **Tổng giám đốc** ạ. (Phim “Thương ngày nắng về” – Phần 1)

- Em chúc mừng anh Cường, chị Thảo ạ. (Phim “Gặp em ngày nắng”)

TTTT “ạ” cũng được dùng để tạo sự thân tình trong lời chúc. Ví dụ:

- Mẹ ạ. **Năm mới con chúc mẹ mạnh khỏe, luôn luôn vui vẻ, hạnh phúc bên con cháu** ạ. (Phim “Gặp em ngày nắng”)

b. Tiểu từ tình thái “nhé/ nhá”

Trong lời chúc mừng, TTTT “nhé/ nhá” thường được sử dụng với người có vai vế ngang hàng hoặc thấp hơn, nhằm tạo ra sự gần gũi và thân

mật trong lời chúc. Ví dụ:

- Ôi, chúc mừng hai vợ chồng nhé. (Phim “Hoa hồng giấy”)

- Chúc mừng nhá. Chúc mừng chuẩn bị có người yêu nhá. (Phim “Đừng nói khi yêu”)

Trong phương ngữ Nam bộ, các từ “nghe”, “nhà”, “nè” thường được dùng thay thế cho “nhé”. Ví dụ:

- Vậy tui cũng chúc mừng Tư Lý nghe. (Phim “Trúng độc đắc”)

- Chúc mừng Thảo nhà bởi vì Thảo đã tìm được người yêu của riêng mình. (Phim “Cưới người không yêu”)

- Uống ăn mừng cái nè. (Phim “Mặt trời mùa đông”)

c. Tiểu từ tình thái “nào”

Người nói có thể dùng tiểu từ tình thái “nào” ở đầu hay cuối câu để khuyến khích người nghe đồng thuận làm điều gì đó. TTTT “nào” thường xuất hiện trong lời chúc mừng, đặc biệt trong bối cảnh các buổi tiệc mừng hay tiệc rượu, thể hiện hành động đồng loạt nâng ly để chúc mừng cho một sự kiện nào đó. TTTT “nào” có thể dùng cho những đối tượng giao tiếp có quan hệ thân quen.

- Nào, chúc mừng cho sự hợp tác của chúng ta. (Phim “Ghét thì yêu thôi”)

- Nào, chúng ta cùng nâng li mừng cuộc hội ngộ này. (Phim “Hoa hồng giấy”)

- Uống mừng cho Mai nào. (Phim “Máy bay ký sự”)

4.2.2. Từ ngữ xưng hô

Hệ thống từ ngữ xưng hô tiếng Việt đóng vai trò quan trọng trong giao tiếp, phản ánh đặc trưng văn hoá ứng xử lịch sự của người Việt. Việc lựa chọn từ ngữ xưng hô phù hợp thể hiện trình độ văn hoá, sự lịch thiệp và tôn trọng đối với người nghe. Tùy theo mối quan hệ, ngữ cảnh và thứ bậc trong giao tiếp, người nói sẽ linh hoạt sử dụng các từ ngữ xưng hô sao cho phù hợp. Từ ngữ xưng hô trong lời chúc mừng cũng nằm trong khuôn khổ đó. Theo Trần Ngọc Thêm,²⁰ ngoài xã hội, cách xưng hô nổi bật của người Việt Nam là “*thân mật hóa, gia đình hóa*” (tr. 174). Do đó, để thể hiện lời chúc mừng, người nói thường sử dụng các danh từ chỉ quan hệ thân tộc như anh, chị/ bà chị, em, con, ông, bà, bố, mẹ, bác,... nhằm thể hiện sự thân thiết gần gũi với người nghe. Ví dụ:

- Chúc mừng bà vì cái màn lột xác này. Tui sẽ

làm xe ôm cho bà. (Phim “Đừng làm mẹ cầu”)

- Chúc mừng gia đình anh chị nha. (Phim “Hoa hồng giấy”)

Mục đích của lời chúc mừng là **thể hiện** cảm xúc, tình cảm giữa **người nói và người nghe**; vì vậy các danh từ thân mật thể hiện tình cảm đôi khi được dùng trong xưng hô như: *em yêu, anh yêu, chị iu, bạn iu của tớ, con gái cưng, người anh em, em gái của chị*,... Ví dụ:

- Chúc mừng người anh em lên đời nhé. (Phim “Hướng dương ngược nắng” – Phần 1)

- Yeah! Chúc mừng bạn iu của tớ đã giành được dự án. Cheers! (Phim “Tình yêu và tham vọng”)

Ngoài ra, việc sử dụng từ chỉ chức **danh** được dùng làm từ hô gọi kết hợp với kính ngữ “*thưa*” sẽ nâng cao vị thế của người **nghe**, và làm tăng thể diện dương tính của **họ**.

- Thưa Chủ tịch. Dạ, cháu chúc mừng chú. (Phim “Hướng dương ngược nắng” – Phần 1)

4.2.3. Sử dụng kính ngữ và từ ngữ thể hiện sự tôn trọng

Kính ngữ và những từ ngữ, cách nói, các dạng thức ngôn ngữ biểu thị sự tôn trọng, lễ phép, khiêm tốn, lịch sự được người nói lựa chọn trong những tình huống giao tiếp với các nhân vật giao tiếp khác nhau. Trong lời chúc, các kính ngữ như: *xin, xin được*,... thể hiện sự tôn trọng, kính trọng mà người nói dành cho người nghe. Ví dụ:

- Cô Bảo Dung sinh được 1 bé gái, nặng 3,2kg, dài 50cm. Xin chúc mừng gia đình. (Phim “Tôi yêu cô đơn”)

- Xin được chúc mừng cô Phan Hoàng Linh. Kể từ ngày hôm nay cô sẽ trở thành phó tổng giám đốc của công ty. (Phim “Tình yêu và tham vọng”)

- Tôi xin chúc mừng Tổng giám đốc. (Phim “Thương ngày nắng về” – Phần 1)

“*Dạ*” là thán từ dùng để đáp lại lời gọi hoặc để mở đầu câu nói một cách lễ phép. “*Dạ*” thường được sử dụng trước lời chúc mừng, nhằm **thể hiện** sự lễ phép, tôn trọng trong lời chúc mừng, thường xuất hiện trong câu chúc của người **ít** tuổi, người có vai trò thấp hơn, hoặc người nói muốn tỏ ý kính trọng đối với người nghe. Ví dụ:

- Dạ, con chúc mừng năm mới hai bác ạ. (Phim “Gặp em ngày nắng”)

- Dạ, chúc mừng cậu. (Phim “Dâu bể đường trần”)

Trong phương ngữ miền Bắc, cụm từ “*dạ vâng*”

thường được sử dụng thay thế cho “*dạ*”. Ví dụ:

- Dạ vâng, chúc mừng chị ạ. (Phim “Máy bay ký sự”)

5. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này đã làm rõ cách thức vận dụng các chiến lược LSĐT cùng các phương tiện ngôn ngữ trong lời chúc mừng, được thể hiện qua các bộ phim điện ảnh và truyền hình Việt Nam. Kết quả cho thấy các nhân vật vận dụng linh hoạt tám chiến lược lịch sự dương tính, bao gồm: **Thể hiện sự quan tâm của người nói đối với người nghe**; **Nói quá**; **Sử dụng dấu hiệu nhận diện đồng nhóm**; **Nói đùa**; **Mời hoặc hứa hẹn**; **Lời kéo người nghe cùng thực hiện điều gì đó**; **Đưa ra (hoặc yêu cầu) lý do của hành động**; và **Trao, tặng quà cho người**. Đồng thời, người nói kết hợp các phương tiện ngôn ngữ như TTTT, kính ngữ, cách xưng hô và từ ngữ tôn trọng nhằm tạo **sự** thân thiện trong giao tiếp.

Những phát hiện này không chỉ góp phần làm rõ cách thức bày tỏ lời chúc mừng trong giao tiếp của người Việt mà còn mở rộng hiểu biết về ngôn ngữ học xã hội và ngữ dụng học. Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào so sánh cách sử dụng chiến lược LSĐT giữa các vùng miền hoặc các nhóm tuổi khác nhau nhằm tìm hiểu sâu hơn về sự đa dạng văn hóa trong **lời chúc mừng trong tiếng Việt**. Ngoài ra, việc phân tích lời chúc mừng trong các bối cảnh giao tiếp khác như đời sống thường nhật, mạng xã hội, hoặc các nghi lễ trang trọng sẽ mang **đến** những góc nhìn đa chiều hơn. Các nghiên cứu liên ngành giữa ngôn ngữ và tâm lý xã hội cũng có thể được triển khai nhằm **tìm hiểu** tác động của chiến lược lịch sự đối với mối quan hệ cá nhân và sự gắn kết xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. G. N. Leech. *Principles of pragmatics*, Longman, London, 1983.
2. H. V. Dastjerdi, & N. Nasri. Congratulation speech acts across cultures: The case of English, Persian, and Arabic, *Journal of Language, Culture, and Translation*, **2012**, 1(2), 97–116.
3. H. I. Abu-Manie, S. W. Al-Sayyed, B. B. Rababa'h, & L. A. Alkhawaja. Congratulation strategies of Crown Prince Hussein's wedding: A socio-pragmatic study of Facebook comments, *Evolutionary Studies In Imaginative Culture*, **2024**, 1167-1188.
4. Y. Al-Shboul, Z. Al-Daher, O. A. Al-Dala'ien, & T. K. Abu-Snoubat. Congratulation strategies by Jordanians on a royal birthday Facebook status,

- Journal of Language Teaching and Research*, **2022**, 13(5), 1097-1104.
5. M. K. Eshreth. The speech act of congratulation and positive politeness strategies: A study of comments on Facebook posts by Palestinians, *Humanities and Social Sciences Series*, **2022**, 35(4), 51-73.
 6. I. I. Al-Hour. *The speech act of congratulation in Palestinian society: Positive politeness and gender differences*, Master thesis, Hebron University, 2019.
 7. H. Phê. *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng-Trung tâm từ điển học, Viện Ngôn ngữ học, 2003.
 8. K. Bach, & R. M. Harnish. *Linguistic communication and speech acts*, MIT Press, Cambridge, 1979.
 9. K. Elwood. “Congratulations!”: A cross-cultural analysis of responses to another’s happy news, *文化論集*, **2004**, 25, 355–386.
 10. J. R. Searle, & D. Vanderveken. *Foundations of illocutionary logic*, Cambridge University Press, Cambridge, 1985.
 11. H. H. Oraiby. Iraqi EFL learners’ ability in using congratulations, *Journal of Education for Pure Science*, **2018**, 1(5), 50-78.
 12. H. Can. *A cross-cultural study of the speech act of congratulation in British English and Turkish using a corpus approach*, Master thesis, Middle East Technical University, 2011.
 13. J. R. Searle. *Speech Acts: An essay in the Philosophy of language*, Cambridge University Press, Cambridge, 1969.
 14. *Longman dictionary of contemporary English*, Longman, USA, 2001.
 15. R. Lakoff. The logic of politeness: Or, minding your p’s and q’s. *Proceedings from the Annual Meeting of the Chicago Linguistic Society*, **1973**, 9(1), 292–305.
 16. G. N. Leech. *Principles of Pragmatics*. Longman, London, 1983.
 17. G. Yule. *Pragmatics*, Oxford University Press, Oxford, 1996.
 18. P. Brown, & S. C. Levinson. *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press, Cambridge, 1987.
 19. J. Holmes. *Women, men and politeness*, Routledge, London, 1995.
 20. T. N. Thêm. *Hệ giá trị Việt Nam: từ truyền thống đến hiện đại*, Nxb Tổng Hợp TPHCM, TP. Hồ Chí Minh, 2021.
 21. J. R. Fraenkel, & N. E. Wallen. *How to design and evaluate research in education*, McGraw-Hill, Boston, 2006.
 22. C. Willig. *Introducing qualitative research in psychology*, McGraw-Hill, Berkshire, 2008.
 23. R. Wardhaugh. *An introduction to sociolinguistics (5th edition)*, Blackwell Publishing, Malden, MA, 2006.
 24. K. Fischer. Grounding and common ground: Modal particles and their translation equivalents, *Lexical markers of common grounds*, **2007**, 3, 47-66.

NGUỒN NGŨ LIỆU TRÍCH DẪN

1. Đừng nói khi yêu – Năm sản xuất: 2023
2. Tôi yêu cô đơn – Năm sản xuất: 2019
3. Yêu trước ngày cưới – Năm sản xuất: 2023
4. Tay chơi mới nổi – Năm sản xuất: 2021
5. Yêu lại từ đầu – Năm sản xuất: 2020
6. Anh có phải đàn ông không? - Năm sản xuất: 2022
7. Tình yêu và tham vọng – Năm sản xuất: 2020
8. Máy bay ký sự - Năm sản xuất: 2015
9. Ngày ấy mình đã yêu - Năm sản xuất: 2018
10. Thương ngày nắng về - Phần 1 - Năm sản xuất: 2021
11. Cô gái nhà người ta - Năm sản xuất: 2020
12. Cô dâu đại chiến - Năm sản xuất: 2011
13. Đừng làm mẹ cầu - Năm sản xuất: 2022
14. Giấc mộng đêm hè - Năm sản xuất: 2022
15. Hoa hồng giấy - Năm sản xuất: 2015
16. Ghét thì yêu thôi - Năm sản xuất: 2017
17. Cưới ngay kéo lờ - Năm sản xuất: 2012
18. Gặp em ngày nắng - Năm sản xuất: 2024
19. Trúng độc đắc - Năm sản xuất: 2022
20. Cưới người không yêu - Năm sản xuất: 2015
21. Mặt trời mùa đông - Năm sản xuất: 2023
22. Hướng dương ngược nắng – Phần 1 - Năm sản xuất: 2020
23. Dâu bể đường trần - Năm sản xuất: 2023