

ÂM NHẠC TRONG TIẾNG RAO HÀNG CỦA NGƯỜI VIỆT NAM

Nguyễn Bách

Đời sống xã hội càng văn minh, càng có nhiều khả năng làm mất đi một số giá trị văn hóa dân gian. Trong một phim tài liệu truyền hình về những con hẻm của TP. HCM được phát trên kênh truyền hình HTV7, người ta bắt đầu chú ý tới sự kiện những nhà cửa sang trọng mới được xây cất lên đã làm biến mất đời sống văn hóa dân gian trong những con hẻm. Chúng ta đã thấy đó là một nguy cơ! Trong lãnh vực văn hóa ẩm thực, trong cuộc sống hằng ngày ở thành phố và đặc biệt trong sinh hoạt dân gian ở những con hẻm đó, từ bao nhiêu thế hệ trước, chúng ta đã từng được nghe những tiếng rao hàng thân thương, mang một nét văn hóa âm nhạc dân gian. Ngày nay, chúng ta ít được nghe những tiếng rao hàng như vậy hoặc nếu có thì chúng được "hiện đại hóa" bằng các phương tiện kỹ thuật âm thanh: loa, máy thu phát băng cassette, v.v... Cuộc sống văn minh ngày càng đang làm mất đi vốn âm nhạc dân gian đáng quý ấy. Với bài viết ngắn dưới đây, chúng tôi muốn gọi lại nét đẹp của âm nhạc dân gian trong tiếng rao hàng, tuy đơn sơ nhưng đặc thù của người Việt Nam, với ước mong xã hội sẽ tìm được biện pháp duy trì được loại hình dân ca dân nhạc đơn sơ nhất này.

I. Âm nhạc hóa tiếng nói

Một sự thật không ai bác bỏ được đó là "Nói tiếng Việt tức là Hát". Nhờ có dấu giọng (sắc - huyền - hỏi - ngã - nặng) mà tiếng Việt mang nhạc tính từ trong bản chất. Nhưng cái chất âm nhạc đó còn rất thô sơ, nghèo nàn chỉ giới hạn trong vài quãng âm đơn giản.

Khi muốn câu nói của chúng ta được người nghe chú ý, chúng ta thường phải quan trọng hóa nội dung câu nói bằng các lên cao giọng ngân nga, kéo dài hơn lúc nói thông thường. Việc lên cao giọng này làm cho các quãng âm mở rộng ra, và do dấu giọng tạo thành.

Như vậy, khi muốn việc truyền thông được hữu hiệu, người ta phải quan trọng hóa câu nói hơn bình thường như đã phân tích trên đây. Và, nếu muốn đạt được mục đích một cách hiệu quả hơn, người ta tiến thêm một bước là nghệ thuật hóa những gì mình muốn người khác lãnh hội. Đây là bước mở đầu cho loại âm nhạc cổ động, tuyên truyền. Nó đòi hỏi chúng ta phải có óc sáng tạo, khiếu thẩm mỹ và kiến thức âm nhạc nhất định. Đây cũng là bước cao hơn trong việc thăng hoa ngôn ngữ: âm nhạc hóa tiếng nói.

II. Bước nhạc hóa đầu tiên: tiếng rao hàng

Quảng cáo là khâu rất quan trọng để thỏa mãn nhu cầu tiêu thụ hàng hóa. Các nước phương Tây đã sớm coi quảng cáo không chỉ là một phương tiện để bán hàng hóa mà còn là một loại hình nghệ thuật, là một môn học cần phải được giảng dạy trong các Khoa Kinh tế, các trường dạy về "Nghệ thuật Kinh doanh".

Rao hàng là bước rất sơ đẳng của nghệ thuật quảng cáo. Qua tiếng rao hàng, người bán không những phải cho thấy lợi ích của món hàng mà còn phải gọi lòng thèm muốn nơi người mua, chinh phục được tình cảm của khách hàng đối với món hàng mình cần bán.

Trong gần 10 năm sống ở nhiều nước tại châu Âu, chúng tôi chưa thấy một dân tộc nào có tiếng rao hàng đầy nhạc tính như người Việt Nam. Ở các nước đó, có thể nói, tiếng rao hàng chỉ là hình thức lên cao giọng hơn lối nói bình thường một chút. Về âm nhạc, việc lên cao giọng này chỉ giới hạn trong một quãng âm hay một cao độ nhất định. Ví dụ, người bán trái cây ở chợ ngoài trời tại quảng trường San Marco, Venice (ý) rao "trái cây ngon" (bella frutta) chỉ đơn giản bằng cách xướng ở một quãng cao hơn lúc nói chuyện một chút.

Ví dụ 1:

Cao độ nói thông thường **Cao độ khi rao**

Frut-ta bel-la! FRUT-TA BEL-LA! BEL-LA FRUT-TA!

Trong cộng đồng người Việt Nam, tiếng rao hàng phong phú hơn nhiều, hiệu quả hơn nhiều, và dễ đi vào lòng người mua hơn. Câu rao hàng, lời mời chào không những phải đề cao các đặc điểm của món hàng, mà còn phải gọn gàng, dễ nhớ, thú vị, hấp dẫn. Phải sắp xếp tiếng rao cho nhịp nhàng để mỗi khi được nhắc lại, nó trở thành những mũi tên sắc nhọn nhưng êm ái ghim sâu vào tiềm thức người nghe, thôi thúc họ tiêu thụ món hàng người ta muốn bán.

Những người buôn thúng bán bưng, gánh hàng rong, thường ít học, có khi mù chữ. Như vậy, về kiến thức âm nhạc gần như không có. Thế nhưng nhờ có óc thẩm mỹ thiên phú tiềm tàng trong mỗi người, họ đã lồng những cung bậc vào tiếng rao một cách tự nhiên. Khi dùng lý thuyết âm nhạc phân tích, chúng ta thấy họ dùng các quãng âm một cách rất tài tình.

II.1. Quãng 8 đúng

ở Hà Nội vào những năm trước 1945 cũng như ở Sài Gòn trước 1975, người thành phố không quên được tiếng rao "Tầm quất" thường vang lên trong đêm tối. Chữ "quất" ở âm vực cao hẳn một quãng 8 đúng so với chữ "tầm" xoáy vào không gian tích tịch của đêm tối, tạo thêm một không khí đầy vẻ bí ẩn. Thỉnh thoảng như để kêu gọi thêm sự chú ý của khách hàng, những người hành nghề tầm quất này mở rộng câu rao đến một quãng 12. Ngày nay, tiếng rao đó gần như không còn. Thay vào đó, người tầm quất đi xe đạp, cầm những xâu xúc xích lắc lên báo hiệu sự có mặt của mình. Những tiếng xúc xích ấy không có nhịp điệu nhất định nào nên gần như vô nghĩa. Âm nhạc dần biến mất trong tiếng rao.

Ví dụ 2:

Tầm..... quất Tầm.....quất

II.2. Quãng 5 đúng

Khi nghe tiếng rao "Phở" vào buổi sáng hay đêm hôm, chúng ta khó ngăn được cảm giác thèm "chả nước miếng", nhất là lúc bụng đang đói. Những lúc trời nắng, nếu nghe tiếng rao "tàu phở... ớ" (còn phát âm là "tàu hũ", một món ăn có gốc từ Trung Hoa)

chúng ta thường dễ chú ý, khó mà thờ ơ với món giải khát bình dân mà hấp dẫn này. Sở dĩ câu rao hàng này gọi cho vị giác chúng ta cũng do cách sử dụng quãng 5 đúng trong tiếng rao. Ngày nay ở Sài Gòn - TP. Hồ Chí Minh chỉ còn lại tiếng rao món "tàu phở" mà thôi.

Ví dụ 3:



II.3. Quãng 4 đúng

Nếu chỉ cần cho mọi người biết sự có mặt của mình mà thôi, người bán hàng sẽ rao theo kiểu thứ hai: dùng quãng 4 đúng. Quãng âm này cũng mạnh, thôi thúc, nhưng "tao nhã" hơn. Đây là quãng âm được người bán hàng ưa dùng nhất. Các câu rao hàng khác "Ai gạo mua?", "Ai mua chiếu mua?", "Bánh bèo đây" cũng được dùng với quãng này.

Ví dụ 4:



II.4. Quãng 2, 3 trường

Thật ra trong các câu rao hàng người ta ít sử dụng những quãng âm lớn như đã nói trên đây mà thường dùng những quãng nhỏ hơn: quãng 2 trường, quãng 3 trường.

Đó là trường hợp của những câu rao như: "Tóc đây! Hớt tóc đây!" của anh thợ hớt tóc dạo ngày xưa len lỏi trong các con hẻm, hoặc của anh mua đồ cũ: "Đồng hồ, quạt máy, ra-dô cũ bán không?", hoặc của chị mua lông gà vịt: "Ai lông gà lông vịt bán không?". Ngày nay, theo đà phát triển của đời sống, trong các ngõ hẻm của Sài Gòn không còn tiếng rao của anh hớt tóc dạo và chị mua lông gà lông vịt. "

Ví dụ 5:



Thay vào đó, chúng ta có tiếng rao của người chuyên đi thu những dép nhựa cũ để đổi cho khách hàng dép mới.

Ví dụ 10:



Ai ăn chè khoai, bột báng nước dừa? Ai ăn chuối chiên, bột báng nước dừa?

Người rao hàng còn liên kết quãng 3 thứ này với một quãng 2 trưởng bên dưới (Do - Re) tạo nên quãng 4 đúng như trong câu rao sau:

Ví dụ 11:



Ai rau muống, đậu phụ không? Đậu phụ, rau muống, tương cà không?

Có khi người bán hàng còn cao giọng hơn, tạo nên việc kết hợp giữa một quãng 3 trưởng (Fa-La) với liên kết trên đây để hình thành ra quãng 5 đúng (Re - La). Chúng ta quan sát câu rao của người thợ sửa giày dép dạo dưới đây:

Ví dụ 12:



Sửa giày sửa dép đây

Loại quãng âm này còn được dùng trong câu rao của người "ba Tàu"[1] bán đậu phộng ngâm húng liu rang với cát nóng, món "Hàn xôi phá xa"[2]. Cảm hứng trước giai điệu đẹp của câu rao này mà cố nhạc sĩ Phạm Đình Chương[3] tức ca sĩ Hoài Bắc đã sáng tác bài "Hàn xôi phá xa" được nhiều người biết đến trên sân khấu Sài Gòn trước 1975.

Ví dụ 13:



Hàn Xôi Phá Xa hay Hàn Xôi Phá Xa

Những câu rao hàng là những tác phẩm nhỏ nhỏ của người dân bình thường đã theo cảm quan tự nhiên mà tạo ra. Có thể coi đó là những hình thức đơn giản nhất của dân ca Việt Nam. Chúng cũng mang điểm chung của dân ca là không rõ xuất xứ, không rõ tác giả. Nếu đem ráp các quãng âm mà người bán hàng đã sử dụng trong tiếng rao như đã phân tích trên đây, chúng ta sẽ có được một thang âm 5 âm thường gặp trong các bài dân ca theo điệu Bắc:

Ví dụ 14:



Do Hồ Ré Xư Fa Xang Sol Xê La Cống Do Liu

Thật ra, những câu rao hàng không theo đúng một giọng, điệu thức nào nhất định. Có người rao cao, có kẻ rao thấp. Hơn nữa, người bán hàng rong không phải là ca sĩ, nên những quãng âm họ dùng không phải lúc nào cũng đúng, cũng chính xác như nhau. Đôi khi có vẻ hơi sai cung, lạc điệu so với cung bậc trên đàn. Chuyện đó là bình thường. Bởi vì họ dùng những quãng âm tự nhiên (natural interval) chứ không phải những quãng âm điều hòa (tempered interval) như trong âm nhạc Tây phương.

Còn biết bao nhiêu câu rao hàng khác. Có thể nói cứ có một mặt hàng mới là có một lời quảng cáo, một tiếng rao đặc thù gắn liền với món hàng đó. Ngày nay, trong đời sống văn minh hiện đại, các câu rao hàng mang tính dân gian đặc thù của người Việt Nam đã ngày càng mất đi. Thay vào đó là những câu rao được thu sẵn vào bande cassette, phát qua máy phát bande tự chế. Chúng mang những nội dung rất khôi hài, ngớ ngẩn, những giai điệu âm nhạc hiện đại, khó chịu và thường khi làm bực mình thính giác của cư dân thành phố. Hơn thế nữa tính nhạc trong các câu rao cũng bị bỏ đi. Người dân trong các ngõ hẻm của thành phố không khỏi "đinh tai, nhức óc" với những câu rao được "lập trình sẵn" của người cân điện tử dạo: "Rất hân hạnh được đón tiếp quý khách!" hay với lời quảng cáo về keo dính chuột! Còn đâu nữa văn hóa âm nhạc trong tiếng rao hàng của người thành phố!

Trong "Bản giao hưởng số 3" của mình, nhà soạn nhạc, GsTs Nguyễn Văn Nam đã dùng giai điệu của câu rao quen thuộc của người bán hàng rong Nam bộ: "Ai chè đậu đen nước dừa đường cát hôn?" để xây dựng một chủ đề cho tác phẩm. Một lần phân tích tác phẩm "Concerto cho đàn Kim" của mình, nhà soạn nhạc, GsTs-NSND Quang Hải hỏi chúng tôi có thấy một tiết điệu ông dùng nghe quen không. Quả thật là quen nhưng chúng tôi không nhớ ra được. Ông cười giải thích, đó là tiết tấu gõ của người đi nhuộm rong ở các hẻm phố Sài Gòn. Còn nhiều ví dụ nữa về sự khai thác và áp dụng chất liệu dân gian trong những câu rao hàng vào các tác phẩm vừa mang tính dân tộc vừa mang tính hiện đại. Tiếng rao - hình thức dân ca đơn giản nhất của người Việt Nam đã và sẽ là nguồn hứng cho nhiều tác giả.

Nguyễn Bách

Source: <http://www.vn-style.com>

[1] Cách gọi chằm biếm của người miền Nam về người Trung Hoa sinh sống tại Việt Nam.

[2] Phát âm nghe như vậy, nhưng thật ra là "hàn xôi phá sản". Trong tiếng Quảng Đông: "hàn" nghĩa là "mặn", "phá sản" nghĩa là "đậu phộng".

[3] Tác giả các bài hát nổi tiếng vẫn được dùng hiện nay như: "Ly rượu mừng", "Hội Trùng dương", "Đón Xuân".