

NHỮNG YẾU TỐ LIÊN QUAN ĐẾN PHÂN TÍCH DIỄN NGÔN

Vũ Xuân Đoàn*

Bài viết đề cập những yếu tố được coi trọng khi phân tích diễn ngôn. Đó là tình huống giao tiếp, các bên tham gia giao tiếp, hình thức giao tiếp và các phương tiện ngôn ngữ bao gồm các luận chứng và thủ pháp ngôn từ. Quan điểm của nhiều tác giả ở Việt Nam và thế giới như Đỗ Hữu Châu, Đinh Trọng Lạc, David Nunan, Catherine Kerbrat-Orecchioni, John Searle v.v. cũng được viện dẫn. Bài viết cho thấy tùy theo yêu cầu và tình huống phân tích, ta có thể tập trung vào một số yếu tố của diễn ngôn, trong khi vẫn coi các yếu tố khác là quan trọng với các mức độ khác nhau trong quá trình giao tiếp.

Từ khóa: diễn ngôn, giao tiếp, yếu tố, ngôn ngữ, phân tích

The article deals with the essentials of discourse analysis, including the on-going communication situation, participants involved, means of communication and linguistic means such as argumentativeness and rhetorical figures. The paper also analyzes different researchers' opinions on discourse analysis within and beyond Vietnam, such as Do Huu Chau, Dinh Trong Lac, David Nunan, Catherine Kerbrat-Orecchioni, John Searle, etc. The paper shows that based on purpose and situation, the focus of analysis can be placed on a certain number of discourse features with importance attached to others at various levels in the process of communication.

Keywords: discourse, communications, factor, language, analysis.

1. Đặt vấn đề

Đã có nhiều nghiên cứu về diễn ngôn, bắt đầu từ những định nghĩa khác nhau tới những phân tích ở các góc độ như ngữ dụng học, phong cách học, hoặc tùy theo mục đích và thể loại diễn ngôn. Bài viết này có mục đích trao đổi khoa học và gợi mở những đề tài nghiên cứu sâu hơn ở lĩnh vực phân tích diễn ngôn.

Người ta thường so sánh diễn ngôn với văn bản để xác định rõ hơn khái niệm về

diễn ngôn. “Chúng ta sử dụng văn bản như một thuật ngữ chuyên môn để nói đến việc ghi lại bằng ngôn từ một hành động giao tiếp” Brown, Yule (1983: 6). Nunan (1993: 37) có một cách so sánh rõ ràng nhất giữa văn bản và diễn ngôn, theo đó “Văn bản chỉ các ghi chép hoặc ghi âm một sản phẩm giao tiếp, trong khi đó diễn ngôn chỉ một sản phẩm giao tiếp trong ngữ cảnh”. Đỗ Hữu Châu (2000: 34) nhận định rằng “Có diễn ngôn nói hoặc viết tùy theo kênh giao tiếp hay tùy theo dạng ngôn ngữ được sử dụng. Diễn ngôn có mặt động và có mặt tĩnh, có thể là một phát ngôn mà cũng có thể là tập hợp của nhiều

* PGS.TS., Khoa Quốc tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Email: doanvx@isvnu.vn

phát ngôn”. Để biết thêm các định nghĩa khác về diễn ngôn, có thể tham khảo Lã Nguyên (2016).

Có thể nói một cách vắn tắt rằng, nghiên cứu diễn ngôn là nghiên cứu những văn bản ở dạng khẩu ngữ hoặc bút ngữ trong tình huống giao tiếp. Khi phân tích diễn ngôn, cần xem xét nhiều yếu tố liên quan. Sau đây là những yếu tố cơ bản nhất cần được lưu ý.

2. Những thành tố của diễn ngôn

Khi diễn ngôn được hiểu như là văn bản đặt trong bối cảnh giao tiếp, nhiều yếu tố cấu thành phải được xem xét trong quá trình phân tích. Những thành tố này có thể được ví như những sợi tơ dệt thành tấm lụa. Chúng đan xen nhau, kết hợp với nhau theo những cách thức nhất định để tạo nên các diễn ngôn có kiểu mẫu khác nhau. Những cách thức kết hợp này, một khi tuân theo những yêu cầu cụ thể của tình huống giao tiếp thì sẽ tạo thành diễn ngôn với những đặc tính có thể xếp loại được. Ta có thể gọi đây là yếu tố về mặt vật chất của diễn ngôn.

2.1. Các bên tham gia giao tiếp

Có các bên tham gia giao tiếp khi có nhu cầu giao tiếp. Diễn ngôn thường được thiết kế theo ý đồ của người tạo lập ra nó hoặc theo đối tượng tiếp nhận thông tin. Ví dụ như đối với một thông điệp quảng cáo trên truyền hình được tạo lập nhằm mục đích thuyết phục khách hàng, người làm quảng cáo sẽ sử dụng những phương pháp gây ấn tượng mạnh, có sức thuyết phục cao, truyền tải được một lượng lớn thông tin trong một khoảng thời gian hạn chế; ví dụ như sử dụng phương pháp hùng

biện qua hình ảnh. Để biết thêm về vấn đề này, có thể tham khảo Vũ Xuân Đoàn (2017a). Giáo viên giảng bài trên lớp, trước các đối tượng học sinh hay sinh viên cụ thể sẽ có diễn ngôn với nội dung và phong cách diễn đạt khác với cuộc trò chuyện trao đổi chuyên môn cùng các đồng nghiệp của mình. Có nhiều mức độ tham gia giao tiếp khác nhau. Có các bên tham gia một cách trực tiếp, tích cực; có những bên ở mức độ thụ động, mờ nhạt hơn, nhưng đều có ảnh hưởng đến diễn ngôn. Ví dụ như trong cuộc phỏng vấn trên truyền hình, những câu hỏi và trả lời của người phỏng vấn và được phỏng vấn không chỉ dành cho nhau mà còn nhằm tới những người đang theo dõi chương trình truyền hình. Jhonstone (2018: 172) cũng nhận định rằng những người tham gia khác cũng tham gia vào việc định hình diễn ngôn, thông qua phản ứng của họ, thông qua sự ảnh hưởng của họ đối với tác giả của diễn ngôn vốn phải tính đến sự phù hợp của diễn ngôn với người nghe. Như vậy, phân tích diễn ngôn, cần xem xét ý đồ giao tiếp, thói quen ngôn ngữ, trình độ học vấn của các bên tham gia giao tiếp, cũng như mối quan hệ giữa các bên tham gia giao tiếp trong bối cảnh và theo những mục đích nhất định. Trong diễn ngôn có thể tồn tại thông tin về nhiều lĩnh vực khoa học xã hội như xã hội học, tâm lý xã hội, lý thuyết về giao tiếp v.v.. Ví dụ như khi nghiên cứu thể loại diễn văn chính trị trình bày trước nhiều đối tượng công chúng, ta thấy rằng thể loại diễn văn này có mục đích là thuyết phục, gây ấn tượng, tạo những hiệu quả tâm lý. Để có được hiệu quả như mong đợi, diễn giả phải tổ chức diễn ngôn, lựa chọn cách

lập luận cũng như phương tiện ngôn từ sao cho phù hợp với đối tượng người nghe. Diễn ngôn cũng là sản phẩm của sự hợp tác giữa các bên tham gia giao tiếp. Ví dụ như hợp đồng thương mại được ký kết thành công là kết quả của sự hợp tác giữa các bên tham gia trao đổi, thương lượng về các điều khoản của hợp đồng. Francis (2005: 86) cho thấy “Ở bình diện tương tác ta thấy có sự hợp tác của các bên tham gia xây dựng diễn ngôn, tổ chức các đóng góp của mình để tạo thành một sự tương tác thành công”.

2.2. *Tình huống giao tiếp*

Diễn ngôn mang những dấu ấn rõ rệt của tình huống giao tiếp. Chartrand (1993: 680) cho rằng tình huống giao tiếp là một thành tố quan trọng của diễn ngôn; theo đó “Diễn ngôn tiếp diễn trong bối cảnh có có sự hợp tác xã hội của mọi người, trong một thời điểm, một nơi chốn với một mục đích nhất định. Những yếu tố ngoài ngôn ngữ này là cơ sở để thực hiện mọi giao tiếp bằng lời và tương ứng với cái chúng tôi gọi là “thành tố tình huống” của diễn ngôn”. Diễn ngôn được tạo lập phù hợp với tình huống giao tiếp, phải tuân theo những ràng buộc nhất định do mỗi tình huống đặt ra. Ví dụ: Điều 523 khoản 1 của Bộ luật dân sự Việt Nam năm 2015, có hiệu lực từ năm 2017, quy định “Hợp đồng vận chuyển hành khách có thể được lập thành văn bản, bằng lời nói hoặc được xác lập bằng hành vi cụ thể”. Tuy nhiên, điều 504, khoản 2 của Bộ luật này quy định rằng “Hợp đồng hợp tác phải được lập thành văn bản”. Như vậy, nếu hợp đồng hợp tác không ở dạng văn bản thì tòa sẽ không có căn cứ để xét xử khi xảy ra

tranh chấp. Bằng cách lưu ý tới tình huống giao tiếp, ta có thể giải thích vì sao diễn ngôn được thể hiện ở dạng này hay dạng khác, ví dụ như ở dạng nói hoặc viết, cũng như tại sao ở mỗi dạng, diễn ngôn có thể có những tính chất đặc trưng nào đó.

Diễn ngôn được đặt trong bối cảnh ngôn ngữ, xã hội nhất định. Những bối cảnh này rất quan trọng trong việc xác định những giá trị quy chiếu của diễn ngôn. Những giá trị này được coi là nằm ngoài văn bản nhưng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của diễn ngôn. Các quy chiếu có rất nhiều dạng thức; có thể biểu hiện ở mức độ tường minh hoặc biểu đạt ngầm ẩn; có thể bắt nguồn từ những sự kiện, hiện tượng thời sự, có tính chất cá biệt; cũng có thể là những bối cảnh quen thuộc, thường nhật; có thể bắt nguồn từ những bối cảnh kinh tế, hệ tư tưởng của cộng đồng ngôn ngữ, hoặc chỉ là những thái độ bất thường của tác nhân tham gia giao tiếp trong một tình huống nhất định.

Rymes (2018: 53), khi đề cập đến diễn ngôn sử dụng trong lớp học, cũng lưu ý đến bối cảnh xã hội của nó, bao gồm lịch sử các tương tác trong và ngoài lớp học, bối cảnh của chính lớp học, các hoạt động của lớp, và cả những yếu tố xã hội như chủng tộc và giới tính.

3. Những chế định đối với diễn ngôn

Diễn ngôn thường được tạo lập theo những quy định nào đó. Những quy định này có thể là thể chế, là tập tục hoặc mục đích giao tiếp. Đây là đặc tính về khuôn mẫu có tính quy ước của diễn ngôn. Ví dụ như những ký hiệu thống nhất sử dụng trong toán học, hoá học. Những biển báo

hiệu, những giấy mời, thông báo nội bộ, những lời mở đầu và kết thúc của thư từ cá nhân, những kiểu mẫu về văn phong thư tín thương mại v.v.. Có thể nói ngôn ngữ sử dụng là định chế đầu tiên mà diễn ngôn phải tuân theo. Charaudeau (2005) cũng đã nhấn mạnh những bó buộc về ngôn ngữ, về các quy ước, về thể chế và cho rằng ý đồ của người phát ngôn khi muốn tạo ra một dấu ấn cá nhân trong diễn ngôn cũng được coi là một sự ràng buộc.

Về mặt thể chế, có thể kể đến những dấu ấn của chính quyền, của hệ tư tưởng, theo đó diễn ngôn có thể phải theo quan điểm của một đảng phái chính trị, của người chịu trách nhiệm về phát ngôn hoặc của người tài trợ. Trong báo chí của Pháp chẳng hạn, tùy theo xu hướng chính trị mà mỗi một tờ báo có thể phản ánh hiện thực một cách khác nhau. Mỗi tờ báo có một phong cách thể hiện riêng để đạt được mục đích tuyên truyền và phục vụ độc giả của mình. Trong trường hợp các bài quảng cáo, người tạo lập diễn ngôn phải đáp ứng được yêu cầu theo đơn đặt hàng của người thuê quảng cáo.

Người phát ngôn luôn luôn chịu ảnh hưởng của tập tục, của những giá trị văn hoá, tinh thần thuộc một cộng đồng ngôn ngữ nhất định. Những ảnh hưởng này quyết định cách lập luận và nhất là cách tiếp cận vấn đề trong diễn ngôn. Nếu lấy ví dụ như trong việc dịch Tân ước, ta thấy các dịch giả đã có những cải biên khác nhau sao cho các dân tộc trên thế giới, vốn có những tập tục và thể giới quan khác nhau, có thể hiểu và chấp nhận kinh thánh. Như vậy khi phân tích diễn ngôn, ta không

thể bỏ qua những tư tưởng văn hoá, những giá trị tinh thần mà nó chịu ảnh hưởng.

Ngoài những quy ước kể trên, diễn ngôn còn phải được tạo lập sao cho phù hợp với người tiếp nhận, để người tiếp nhận lĩnh hội được các ý tưởng trong diễn ngôn. Trong trường hợp này, diễn ngôn được xây dựng trên cơ sở trình độ học vấn, kiến thức chung về văn hoá xã hội, thói quen ngôn ngữ v.v.. Ví dụ như diễn ngôn phải tuân theo việc sử dụng các cấp độ tiếng phù hợp với đối tượng giao tiếp. Chính vì vậy, trong lĩnh vực thông tin khoa học, ta thấy có những bài viết với văn phong khác nhau. Có những bài viết dành riêng cho giới chuyên môn, có những bài viết mang tính chất phổ biến khoa học dành cho quảng đại quần chúng.

Diễn ngôn cũng chịu ảnh hưởng theo ý tưởng chủ quan của người tạo lập. Trước những kho tàng tri thức của nhân loại, trước những sự kiện của thời đại, người tạo lập diễn ngôn đều có cách nhìn nhận riêng trong khi vẫn tự cho là đã tôn trọng tinh thần khách quan hoặc giữ vị trí trung lập. Ý nghĩa của diễn ngôn cũng phụ thuộc vào tính chất của nền văn hoá mà nó đề cập đến. Tùy theo thái độ của người tiếp nhận diễn ngôn, các ý nghĩa biểu đạt có thể được cảm nhận theo nhiều hướng khác nhau. Mỗi một diễn ngôn là một hệ thống phản ánh hiện thực theo cách nhìn nhận nào đó. Những nhìn nhận này quyết định phương thức tạo lập cũng như cách tiếp nhận diễn ngôn theo những mô thức ngôn ngữ, văn hoá, xã hội hiện tại, đồng thời nó cũng góp phần thay đổi những mô thức ấy.

4. Các dạng chủ yếu của diễn ngôn

4.1. Đàm thoại trực tiếp

Đàm thoại trực tiếp có thể được chia thành nhiều thể loại nhỏ; có thể chia theo tình huống giao tiếp, mục đích giao tiếp, số lượng người có thể tham gia giao tiếp. Milon (1999: 2) phân biệt các thể loại như đàm thoại ở hội nghị với mục đích trao đổi hiểu biết; các cuộc thương thuyết, tranh luận có sử dụng nhiều luận chứng; trò chuyện thân mật có những thông tin nhằm tăng cường liên kết xã hội v.v.. Trong đàm thoại trực tiếp, diễn ngôn được tạo lập và thay đổi một cách mềm dẻo trong khi các bên tham gia giao tiếp, quan sát thái độ của nhau, đánh giá hiệu quả của diễn ngôn, tính toán cách ứng xử cho phù hợp. Trừ những trường hợp đàm thoại được dàn dựng sẵn hoặc đã được chuẩn bị kỹ lưỡng từ trước, diễn ngôn ở trong tình huống đàm thoại trực tiếp này nhìn chung có những đặc tính như: tổ chức văn bản không chặt chẽ vì diễn ngôn được tạo lập theo dòng suy nghĩ; các chủ đề có thể phát sinh theo nhiều hướng, có nhiều ý lặp lại, có những câu cụt, sai ngữ pháp v.v. vì người nói ít có thời gian trau chuốt, lựa chọn một kết cấu thống nhất ngay từ đầu. Tuy vậy, ý tưởng vẫn được nắm bắt dễ dàng nhờ vào những tính toán hiệu chỉnh linh hoạt của các bên cũng như nhờ vào những yếu tố ngoài ngôn từ và đi kèm theo ngôn từ như các cử chỉ, điệu bộ, các trọng âm, ngữ điệu, âm sắc v.v.. Từ vựng trong đàm thoại không được chọn lựa, trau chuốt như trong văn viết. Số lượng từ sử dụng hạn chế, chỉ là vốn từ thông dụng nhất của người phát ngôn.

Nói chuyện qua điện thoại cũng có thể được coi là đàm thoại trực tiếp vì có trao đổi hai chiều tức thời. Người nói chuyện qua điện thoại thường vẫn có những cử chỉ, nét mặt như khi đàm thoại trực diện. Tuy nhiên hai bên không nhìn thấy nhau và các cử chỉ, điệu bộ cũng không quan sát được. Bù lại, những yếu tố đi kèm theo ngôn ngữ như âm sắc, trọng âm, ngữ điệu được phát huy tối đa để đem lại hiệu quả cho diễn ngôn.

Phỏng vấn là đàm thoại trực tiếp có chuẩn bị từ trước. Người phỏng vấn cố gắng xác định chủ đề một cách rõ ràng và muốn cuộc trao đổi diễn ra theo hướng của mình. Người được phỏng vấn biết được những vấn đề cần phải đối diện và trong một chừng, mực nào đó, đã có chuẩn bị cho những câu trả lời. Ở Việt Nam, phỏng vấn ít khi có tính đối chọi gay gắt, ngôn từ được sử dụng tương đối thận trọng. Những kiểu phỏng vấn có sắc thái đối chọi, tranh cãi thường thấy ở các nền văn hóa châu Âu hoặc Mỹ.

4.2. Bút ngữ

Diễn ngôn được thực hiện ở dạng viết. Đó là thư từ trao đổi cá nhân, bài báo, bản tin, bài quảng cáo. Bút ngữ là cách thức giúp người phát ngôn có thể gửi thông điệp của mình tới những người tham gia giao tiếp ở cách xa về không gian và cả về thời gian. Người ta vẫn coi bút ngữ là hình thức trao đổi gián tiếp, một chiều bởi vì người gửi thông điệp chế tác phát ngôn của mình mà không chịu ảnh hưởng trực tiếp của người tiếp nhận. Người phát ngôn chỉ phỏng đoán phản ứng của người tiếp nhận để tạo lập diễn ngôn cho phù hợp.

Khi diễn ngôn được tạo lập xong cũng là lúc kết thúc một tình huống giao tiếp. Phải đợi đến tình huống giao tiếp thứ hai mới có sự trả lời và sau đó lại chế tác một diễn ngôn khác để đối đáp lại.

Ngôn ngữ viết có một số mục đích tương tự như khẩu ngữ, đó là cung cấp thông tin, trao đổi tình cảm v.v. Song bút ngữ và khẩu ngữ có bối cảnh giao tiếp khác nhau, dẫn đến tổ chức văn bản không giống nhau. Bút ngữ có thời gian chuẩn bị, sửa đổi. Có thể theo các khuôn mẫu, từ thông tin nội bộ đến các bài xã luận, từ những trao đổi cập nhật như thiệp mời đến những văn bản cần lưu lại cho các thế hệ về sau. Đặc tính của bút ngữ so với khẩu ngữ là có tổ chức văn bản chặt chẽ, với câu đúng ngữ pháp, từ vựng phong phú và có lựa chọn. Trong một số trường hợp ngoại lệ, ta thấy bút ngữ vẫn có nhiều sai sót; ví dụ như khi được soạn thảo vội vàng hoặc với người chưa được luyện tập nhiều về văn viết. Những cuộc trao đổi tức thời bằng chữ viết trên mạng xã hội hiện nay có những đặc tính riêng với cách tổ chức câu và lựa chọn từ vựng giống như khẩu ngữ được thể hiện dưới dạng văn bản, với những thể hiện về thái độ, cảm xúc được chuyển tải qua sự hỗ trợ của các biểu tượng có sẵn trên phần mềm soạn thảo.

Vì thiếu những trợ giúp ngoài lời nói và kèm theo lời như cử chỉ, điệu bộ, âm sắc, ngữ điệu của người nói nên bút ngữ rất chú trọng đảm bảo sự truyền đạt thông tin qua ngôn từ. Chính vì vậy, so với đàm thoại trực tiếp, bút ngữ vượt trội hơn hẳn về số lượng câu và từ nếu cùng chuyển tải một khối lượng thông tin. McCathy (1991: 25) nhận xét rằng so với người nói, người

viết thường có thời gian suy nghĩ về vấn đề mình viết và viết như thế nào. Vậy nên câu từ thường được trau chuốt hơn so với cách diễn đạt tức thời trong khẩu ngữ. Tuy nhiên, nhiều vấn đề liên quan đến bút ngữ vẫn giống như đối với khẩu ngữ; ví dụ như ta phải tạo lập diễn ngôn theo những nguyên tắc nào, mở đầu và kết thúc diễn ngôn ra sao v.v..

4.3. Độc thoại

Diễn ngôn độc thoại thường được thực hiện ở bản tin trên các kênh truyền thông như đài phát thanh, vô tuyến truyền hình v.v.. Lúc này, về mặt lý thuyết, thông tin chỉ có một chiều, không có phản ứng tức thời giữa các bên giao tiếp. Trong thực tế, người nói vẫn phải có thái độ như đang đàm thoại vì biết rằng người nghe đang theo dõi trực tiếp diễn ngôn của mình. Tuy nhiên, vì người phát ngôn không thể nắm bắt được tức thời phản ứng của người tiếp nhận nên họ phải tạo lập diễn ngôn làm sao cho có thể đảm bảo chắc chắn về hiệu quả của lời nói. Những diễn ngôn kiểu này thường phải soạn thảo, tính toán kỹ càng từ trước và như vậy có kết cấu chặt chẽ gần với văn viết. Những bài giảng trên lớp của giáo viên hoặc bài thuyết trình trong hội nghị không hoàn toàn là độc thoại vì người nói và người nghe vẫn có sự tương tác qua lại, dù là thụ động hay chủ động, bằng lời hay thông qua cử chỉ, điệu bộ v.v.. Erickson (2015) thấy rằng người nghe có thể cho thấy sự phản ứng của mình qua nét mặt, điệu bộ, cử chỉ hoặc bằng lời đồng thời với bài phát biểu của diễn giả, cũng như ngay sau khi diễn giả ngừng lời.

5. Các phương tiện ngôn ngữ của diễn ngôn

Aristotle (384-322) trước Công nguyên đã xác định ba trụ cột tạo nên sự thành công của hùng biện là: uy tín của người nói đối với người nghe (ethos), khả năng gây cảm xúc cho người nghe (pathos) và trật tự logic, lập luận của diễn ngôn (logos), (McComack, 2014). Trong diễn ngôn, các yếu tố này chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, trong đó có các phương tiện ngôn ngữ được sử dụng. Ví dụ như uy tín của người nói đối với người nghe vốn được xác định trước khi có diễn ngôn thông qua tầm quan trọng của vị trí xã hội, nghề nghiệp hoặc chức vụ, (McComack, 2014). Uy tín của người nói có thể thay đổi trong quá trình giao tiếp tùy thuộc vào các phương tiện ngôn ngữ được sử dụng có hiệu quả hay không. Những luận chứng chặt chẽ cũng như tính khách quan của thông tin có thể làm tăng uy tín của người nói và diễn ngôn dễ được chấp nhận. Các thủ pháp ngôn từ hợp lý có thể làm tăng cảm xúc của người nghe và tăng hiệu quả truyền đạt thông tin. Kardem (2008) cũng nhận thấy rằng muốn có thành công trong môi trường pháp lý, diễn ngôn phải có sự hài hòa, thống nhất và chuẩn mực.

Các phương tiện ngôn ngữ được sử dụng trong diễn ngôn rất phong phú. Sau đây là ba nhóm phương tiện có liên quan đến thuật hùng biện kể trên.

5.1. Luận chứng

Trong các diễn ngôn có tính lập luận, các luận chứng tạo thành một hệ thống bao gồm các chứng cứ, các quy chiếu, các

lời khẳng định v.v.. Các luận chứng này phải tập hợp theo trình tự rõ ràng để diễn ngôn có được hiệu quả như mong đợi. Việc lựa chọn các luận chứng này dựa trên cơ sở đặc điểm của tình huống giao tiếp và đối tượng tiếp nhận thông tin cũng như mục đích của diễn ngôn. Phân tích diễn ngôn có dấu ấn về ngữ dụng học khi tập trung vào tác động của lời nói, làm thay đổi vai trò cũng như mối quan hệ tương tác của các bên tham gia giao tiếp. Khi diễn ngôn có những dấu ấn về phong cách học, người phân tích sẽ xem xét cách thức mỗi tác giả sử dụng chiến thuật của riêng mình, theo phong cách đặc trưng của mình để tạo lập diễn ngôn.

Lời khẳng định hoặc các định nghĩa có sẵn được coi là những luận chứng thông dụng. Tuy nhiên sự khẳng định này phải được thể hiện một cách rõ ràng và dựa trên sự việc đã xảy ra hơn là dựa trên một quan điểm, (Sekaran & Bougie 2014: 346). Luận chứng khi được chấp nhận sẽ tạo nên cơ sở cho đường hướng phát triển của diễn ngôn. Một trong những đường hướng phát triển lập luận là theo mối quan hệ nhân quả, nếu có A thì có B. Cụ thể hơn, diễn ngôn có thể phát triển theo lối diễn giải, đi từ giá trị tổng quát tới những trường hợp riêng rẽ. Cũng có thể theo hướng ngược lại, theo lối quy nạp, nghĩa là đi từ các hiện tượng riêng biệt để tổng kết thành quy luật khái quát. Sự diễn giải cũng có thể tiến hành theo theo tam đoạn luận, nghĩa là diễn giải theo ba giai đoạn (syllogisme). Ví dụ: WHO đã thông báo COVID-19 có khả năng lây từ người sang người sang người; chúng ta là con người thường xuyên có tiếp xúc với nhau, vậy

nên chúng ta có thể lây bệnh cho nhau. Cách này thường thấy ở những diễn ngôn có tính triết lý hoặc các công trình khoa học kỹ thuật. Dựa trên cơ sở những hiểu biết và tư duy lô gích của người nghe, tam đoạn luận có thể được giản ước thành nhị đoạn luận (enthymème). Ví dụ: WHO đã thông báo COVID-19 có khả năng lây từ người sang người, vậy nên giãn cách xã hội là cần thiết. Các thông tin cùng mối quan hệ lô gích của nó đôi khi được nhấn mạnh bằng các kết tố như *vì rằng, vậy thì, cho nên v.v..*

5.2. Những quy chiếu với thực tế và những mối quan hệ liên văn bản

Các dẫn chứng, các trích đoạn, các mối liên hệ với thực tế khách quan là những phương thức quy chiếu thường xuyên được khai thác để tăng sức thuyết phục và chứng tỏ tính khách quan của diễn ngôn,

Các mối liên hệ liên diễn ngôn có thể được tạo dựng bằng cách nêu nguồn gốc của các quan niệm, ý tưởng. Có thể chỉ là kể tên tác phẩm, tác giả mà không cần trích đoạn. Cũng có thể nêu tên tác phẩm và trang, dòng xuất xứ. Danh mục sách tham khảo và những chú dẫn ở cuối trang hoặc cuối diễn ngôn cũng thể hiện những mối liên hệ rõ rệt.

Các trích đoạn, các dẫn chứng vừa có ý nghĩa như chứng cứ, vừa có ý nghĩa như minh họa, cho phép tiết kiệm được ngôn từ trong diễn ngôn. Đương nhiên các trích đoạn, dẫn chứng này phải có giá trị thuyết phục, nghĩa là có nguồn gốc đáng tin cậy, đã được chính thức được công nhận hoặc đó là phát ngôn của các nhân vật có uy tín. Các quy chiếu tạo nên mối liên hệ bên

ngoài văn bản. Nhờ vậy, diễn ngôn được coi như nằm trong một hệ thống hoặc thuộc một trường phái nào đó. Đối với những diễn ngôn khoa học, Sekaran & Bougie (2014: 26) nhận định rằng sự chính xác và tin tưởng càng lớn thì kết quả nghiên cứu càng có giá trị.

5.3. Những thủ pháp ngôn từ

Những thủ pháp ngôn từ ở đây có thể được hiểu là cách sử dụng từ vựng, cú pháp, các tu từ và các biện pháp tạo hiệu quả tu từ, sử dụng các cấp độ tiếng và các hành động ngôn ngữ. Đối với tu từ, có thể kể đến việc sử dụng các phép lặp, ngoa dụ, ẩn dụ, điệp ngữ v.v.. Thủ pháp ngôn từ có thể tạo ra các cảm xúc (pathos) làm tăng hiệu quả của diễn ngôn. Khi nói về hiệu quả của cảm xúc, Schwarz (2000) cho rằng còn đôi chút nghi ngờ về việc cảm xúc có thể ảnh hưởng các quyết định của chúng ta cũng nhiều như các quyết định của chúng ta có thể ảnh hưởng đến cảm xúc mà chúng ta trải nghiệm. Tuy vậy, không thể phủ nhận rằng cảm xúc có tác động tới hành động của người nghe. Những nhà làm quảng cáo biết rõ điều này nên đã sử dụng những thủ pháp ngôn từ để tạo nên cảm xúc, ấn tượng mạnh của khách hàng tiềm năng về sản phẩm mới. Có thể tìm hiểu thêm về vấn đề này ở Vũ Xuân Đoàn (2017.b). Các phương tiện và biện pháp tu từ không đem lại những thông tin mới mà chỉ nhằm tăng sức thuyết phục của diễn ngôn, tạo nên một văn phong của diễn ngôn. Ở nước ta đã có những nghiên cứu quan trọng về tu từ cùng các phương tiện và biện pháp tu từ. Có thể kể đến các cuốn sách của Đinh Trọng Lạc (1999), Nguyễn Hữu Đạt

(1999). Việc sử dụng các hành động lời nói với những tác động thông qua lời (effet perlocutoire), cũng là những yếu tố không thể bỏ qua đối với phân tích diễn ngôn ở dạng khẩu ngữ. Trong lĩnh vực này, ta có thể kể đến kiến thức nền tảng từ các cuốn sách của Austin (1963), Ducrot (1972), Searle (1982) và Kerbrat-Orecchioni (1986).

Kết luận

Khi phân tích diễn ngôn, các yếu tố ngôn ngữ, ngoài ngôn ngữ hoặc đi kèm theo ngôn ngữ đều được tính đến. Những yếu tố ngôn ngữ cần đề cập đến trong phân tích diễn ngôn là các cấp độ ngôn ngữ, các phương tiện, biện pháp tu từ, các luận chứng. Đứng ở góc độ ngữ dụng học, người ta cũng nghiên cứu tác động của các yếu tố như các hành động lời nói và tác dụng của nó trong quá trình giao tiếp. Đứng ở góc độ phong cách học, người ta sẽ đề ý nhiều hơn đến các phương tiện và biện pháp tu từ vốn có thể tạo nên những cảm xúc, hoặc một không khí giao tiếp nào đó. Các thái độ sản sinh diễn ngôn như trau chuốt, thận trọng, thông dụng, thân mật v.v. cũng có thể được phân tích để làm rõ bối cảnh giao tiếp, đối tượng giao tiếp cũng như mối quan hệ của các bên. Những yếu tố ngoài ngôn ngữ có ảnh hưởng đến sự thành công hoặc tính chất của diễn ngôn bao gồm các bên tham gia giao tiếp với những đặc điểm về thân thể, ý đồ, văn hóa giao tiếp. Tình huống giao tiếp bao gồm không gian, thời gian, các quy ước, quy tắc và những ràng buộc ảnh hưởng đến diễn ngôn dẫn đến sự hình thành hình thể của diễn ngôn. Những yếu tố đi kèm theo ngôn ngữ thường được đề

cập đến khi phân tích diễn ngôn ở dạng khẩu ngữ bao gồm tốc độ lời nói, nhịp điệu, âm sắc, âm lượng, ngữ điệu. Những yếu tố này có ảnh hưởng tới cảm nhận về ngữ nghĩa cũng như những sắc thái tình cảm của các bên tham gia giao tiếp. Tùy theo mục đích của phân tích mà có thể coi trọng, khai thác nhiều về một số yếu tố nào đó của diễn ngôn trong khi đề cập ít hơn đến các yếu tố khác. Ví dụ: Khi phân tích một bài thơ thì ta có thể nghiêng về phân tích các phương tiện và biện pháp tu từ, các ý nghĩa ngầm ẩn; khi phân tích một cuộc tranh luận thì nghiêng về các luận chứng và trình tự của diễn ngôn; phân tích một vở kịch thì có thể bao gồm cả phương tiện và biện pháp tu từ, các thái độ sản sinh diễn ngôn, các yếu tố ngôn từ thể hiện vai trò và nguồn gốc xuất xứ của nhân vật; khi phân tích một cuộc phỏng vấn báo chí thì nghiêng về chiến thuật phát ngôn như việc sử dụng tiền giả định và những cách kết nối thông tin, dẫn dắt cuộc phỏng vấn v.v..

Bài báo này chưa thể đi sâu chi tiết và đưa nhiều ví dụ cụ thể về những vấn đề đã nêu, mới chỉ dừng ở mức độ khái quát một số yếu tố được cho là cần lưu ý, hữu ích cho việc phân tích diễn ngôn. Hy vọng rằng các phân tích trên đây có thể tạo thêm cảm hứng cho những đề tài nghiên cứu sâu hơn, có ích đối với công tác giảng dạy, dịch thuật hoặc nghiên cứu về giao tiếp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Austin J.L., (1963). *Quand dire c'est faire*, Paris : Seuil.
2. Brown, G., & Yule, G., (1983). *Discourse analysis*, Cambridge: CUP.

3. Carton F., (1985). Discours oral interactif : repères pour des observations à fins didactiques, *Langue française*, n°68, 85-99.
4. Charaudeau P., (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris: Vuibert, 2005.
5. Searle J., (1982). *Sens et expression. Etudes de théorie des actes de langage*, Paris : Minuit.
6. Chartrand S.-G., (1993). Les composants structurels du discours argumentatif écrit selon un modèle construit à des fins didactiques pour la classe de français, *Revue des sciences de l'éducation*, 19 (4), 679-693.
7. Cook. G., (1989). *Discourse*, Oxford: OUP.
8. Ducrot O., (1972). *Dire et ne pas dire. Principe de sémantique linguistique*, Paris: Hermann.
9. Đỗ Hữu Châu, (2000). *Đại cương ngôn ngữ học. Tập hai: Ngữ dụng học*, Hà Nội: NXB Giáo dục.
10. Đinh Trọng Lạc, (1999). *99 Phương tiện và biện pháp tu từ tiếng Việt*, Hà Nội: NXB Giáo dục.
11. Erickson F., (2015). Oral Discourse as a Semiotic Ecology The Co-construction and Mutual Influence of Speaking, Listening, and Looking, *The Handbook of Discourse Analysis*, New York: Wiley.
12. Grice, H.P. (1975). Logic and Conversation, *Syntax and Semantics*, vol.3 edited by P. Cole and J. Morgan, Academic Press. Reprinted as ch.2 of Grice 1989, 22-40.
13. Johnstone B., (2018). *Discourse Analysis*, New York: Wiley.
14. Kerbrat-Orecchioni C., (1986). *L'implicite*, Paris: Armand Colin.
15. Krista C. McCormack, (2014). *Ethos, Pathos, and Logos: The Benefits of Aristotelian Rhetoric in the Courtroom*, 7 WASH. U. JUR. REV. 131. Available at: https://openscholarship.wustl.edu/law_jurisprudence/vol7/iss1/9
16. Lã Nguyễn, (2016). 22 Định nghĩa về diễn ngôn. Tra cứu tại <https://languyensp.wordpress.com/2016/01/26/726/>, ngày 19 tháng 3 năm 2020.
17. McCarthy M., (2000). *Discourse Analysis for Language Teachers*, Cambridge: CUP.
18. Milon A., (1999). *L'Art de la conversation*, France : PUF.
19. Molinié G., & Viala A., (1993). Sémiosylistique et sociopoétique de Le Clézio, *Collection Perspective littéraires*, France : PUF.
20. Nunan D., (1993). *Introducing Discourse Analysis*, London: Penguin.
21. Nguyễn Hữu Đạt, (1999). *Phương pháp học tiếng Việt hiện đại*, Hà Nội: NXB Khoa học Xã hội.
22. Quốc hội, (2015). Bộ luật dân sự, Luật số: 91/2015/QH13, ban hành ngày 24 tháng 11 năm 2015.
23. Rymes, B., (2008). *Classroom Discourse Analysis: A Tool for Critical Reflection*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
24. Schwarz, N., (2000). *Emotion, Cognition, and Decision Making*, Psychology Press.
25. Sekaran, U. and Bougie R., (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 6th ed., New York: Wiley.
26. Vũ Xuân Đoàn, (2017a). Rhetoric in Advertising, Policy and Management Study, *VNU Journal of Science*, Vol.33 (2), 30-35.
27. Vũ Xuân Đoàn, (2017b). Nghiên cứu hiệu quả của một số yếu tố cấu thành quảng cáo, *Công Thương*, số 8, 256-260.