

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THỦ ĐÔ HÀ NỘI
KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI



ĐẶNG BÍCH NGỌC

ĐỀ TÀI

CẤU TRÚC CUỘC HỘI THOẠI MUA BÁN
(QUA KHẢO SÁT CUỘC THOẠI MUA BÁN TẠI
MỘT SỐ CHỢ NỘI THÀNH HÀ NỘI)

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH SƯ PHẠM NGỮ VĂN

Hà Nội, tháng 5 năm 2019

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THỦ ĐÔ HÀ NỘI
KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI

ĐẶNG BÍCH NGỌC

ĐỀ TÀI
CẤU TRÚC CUỘC HỘI THOẠI MUA BÁN
(QUA KHẢO SÁT CUỘC THOẠI MUA BÁN TẠI
MỘT SỐ CHỢ NỘI THÀNH HÀ NỘI)

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH SƯ PHẠM NGỮ VĂN

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: TS. Nguyễn Thị Thu Nga

GV kí xác nhận

Hà Nội, tháng 5 năm 2019

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin trân trọng cảm ơn giảng viên hướng dẫn TS. Nguyễn Thị Thu Nga đã nhiệt tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong quá trình hoàn thành khóa luận tốt nghiệp. Cô luôn đồng hành, động viên, khích lệ, tạo môi trường thuận lợi để tôi thực hiện luận văn một cách tốt nhất.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến các thành cô giáo của trường Đại học Thủ Đô Hà Nội nói chung và các thầy cô giáo Khoa KHXH của trường Đại học Thủ Đô Hà Nội nói riêng đã nhiệt tình, tận tâm giảng dạy tôi trong suốt 3 năm học.

Tôi xin chân thành cảm ơn gia đình đã tạo điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành nhiệm vụ của mình, và cũng xin chân thành cảm ơn những người bạn đã tin tưởng, cùng tôi chia sẻ và vượt qua những khó khăn trong học tập và cuộc sống.

Dù đã cố gắng thực hiện và hoàn thành luận văn bằng tất cả tâm huyết và nỗ lực của mình nhưng luận văn sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được ý kiến nhận xét và đóng góp chân thành của quý thầy cô để có thể hoàn thiện mình hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn !

Hà Nội, ngày 13 tháng 5 năm 2019

Người thực hiện

Đặng Bích Ngọc

MỤC LỤC

PHẦN 1. MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài:.....	1
1.1. Lý thuyết hội thoại nói chung trong Ngữ dụng học.	1
1.2. Ý nghĩa của nghiên cứu	2
2. Lịch sử vấn đề	2
2.1. Những công trình nghiên cứu về lý thuyết hội thoại:	2
2.2. Những công trình nghiên cứu cấu trúc hội thoại:	3
3. Mục đích nghiên cứu và đối tượng:	4
3.1. Giới hạn đề tài:	4
3.2. Đối tượng nghiên cứu:	4
3.3. Mục đích nghiên cứu:	4
4. Phương pháp nghiên cứu:.....	4
4.1. Khảo sát tư liệu:	4
4.2. Xử lý tư liệu:	4
Phần 2: NỘI DUNG	5
Chương 1: Cơ sở lí luận của đề tài (dựa trên lí thuyết của tác giả Đỗ Hữu Châu – Đỗ Việt Hùng, 2001, Giáo trình ngữ dụng học (in lần thứ hai), NXB ĐH Sư phạm) [1,tr99]	5
I. Các vận động hội thoại.....	5
II. Quy tắc hội thoại.....	7
Tiểu kết.....	12
Chương 2: Cấu trúc đoạn mở thoại qua khảo sát tư liệu các cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành Hà Nội.	14
I. Cuộc thoại mua bán và đoạn thoại mua bán:	14
1. Cuộc thoại mua bán:.....	14
2. Đoạn thoại mua bán:.....	15
II. Cấu trúc đoạn mở thoại trong cuộc thoại mua bán.	15
1. Cấu trúc đoạn mở thoại:	15
2. Các loại đoạn mở thoại trong cuộc thoại trao đổi mua bán dựa trên cấu trúc đoạn mở thoại:.....	17
3. Bước đầu lí giải giải yếu tố văn hóa chi phối đến cấu trúc đoạn mở thoại mua bán trong cuộc thoại mua bán.....	21
Tiểu kết.....	27
Chương 3: Cấu trúc đoạn kết thoại qua khảo sát tư liệu các cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành Hà Nội.	28
I. Phân loại đoạn kết thoại trong cuộc thoại trao đổi – mua bán:	28

1.1. Kết thoại tích cực.....	28
1.2. Kết thoại tiêu cực.....	29
II. Cấu trúc đoạn kết thoại trong cuộc thoại trao đổi, mua bán (Trong cuộc thoại tích cực đầy đủ, rõ ràng cấu trúc ba phần).....	31
1.1. Cấu trúc đoạn kết thoại:.....	31
1.2. Phân tích cấu trúc đoạn kết thoại	31
1.3. Nhận xét, đánh giá:.....	33
2. Các dấu hiệu nhận biết chuyển tiếp từ thân thoại sang kết thoại:	34
2.1. Chuyển tiếp bằng hành vi đề nghị, yêu cầu lấy mặt hàng của người mua sau khi đã thỏa thuận về giá:	35
2.2. Sử dụng các tham thoại với hành vi phụ thuộc mục đích xác tín, có cấu tạo là các thán từ:.....	36
III. Bước đầu lí giải yếu tố văn hóa chi phối đoạn kết thoại:	38
PHẦN 3 KẾT LUẬN	41
TÀI LIỆU THAM KHẢO	43

PHẦN 1. MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

1.1. Lý thuyết hội thoại nói chung trong Ngữ dụng học.

Ngữ dụng học là một phân ngành khoa học của ngôn ngữ học miêu tả, giúp chúng ta nghiên cứu các đơn vị sản phẩm của ngôn ngữ hình thành trong giao tiếp bằng ngôn ngữ. Ngữ dụng học giúp chúng ta trả lời các câu hỏi: *Chúng ta làm gì khi chúng ta nói? Chúng ta thực sự nói gì khi chúng ta nói? Chúng ta cần biết những gì để câu nói không còn mơ hồ nữa? Hay Ai nói với ai? Anh nghĩ tôi là ai mà có thể nói với tôi như vậy?...* Nên nó đã mang lại rất nhiều điều mới mẻ và thú vị trong quá trình nghiên cứu, học tập.

Ngữ dụng học nghiên cứu ngôn ngữ gắn liền với ngữ cảnh (hoàn cảnh nói năng) nên lý thuyết hội thoại là một trong những lý thuyết trụ cột của Ngữ dụng học. Giao tiếp là hoạt động chủ yếu, không thể thiếu đối với con người trong cuộc sống, có hai hình thức giao tiếp cơ bản là ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. Trong đó, hội thoại là hình thức giao tiếp bằng ngôn ngữ được sử dụng phổ biến và quan trọng nhất. Lý thuyết hội thoại nghiên cứu: Các phương châm hội thoại, cấu trúc hội thoại, vận động hội thoại, quy tắc hội thoại...v.. Ở trong khóa luận này, chúng tôi tập trung nghiên cứu về “cấu trúc hội thoại”.

Trong cuộc sống có nhiều kiểu hội thoại khác nhau, trong đó hội thoại trao đổi, mua bán là một loại hình giao tiếp khá đặc biệt và phổ biến, nhất là trong nền kinh tế thị trường hiện nay. Nghiên cứu về cấu trúc hội thoại giúp chúng ta xác định được những ranh giới giữa các đoạn thoại trong cuộc thoại, trong vận động hội thoại, đặc điểm của các đoạn thoại mà cụ thể trong khóa luận này là cấu trúc đoạn mở thoại và kết thoại trong cuộc thoại mua bán qua khảo sát tư liệu ở một số chợ nội thành Hà Nội.

Bản chất con người chỉ bộc lộ ra trong giao tiếp. Người Trung Quốc viết chữ “nhân” với nghĩa là “tính người” bằng cách ghép chữ “nhị” với bộ “nhân đứng” tính người bộc lộ trong quan hệ giữa hai người. Nhà triết học người Đức L. Pheurbach từng viết: *“Con người cá thể không chứa bản chất con người trong mình... Bản chất con người chỉ bộc lộ ra trong giao tiếp, trong thể thống nhất giữa con người với con người. Con người để cho mình chỉ là con người theo nghĩa thông thường; còn con người trong giao tiếp với đồng loại, trong sự thống nhất giữa Tôi với Anh mới chính là Thượng đế”* [8, tr 307]. Nghiên cứu về hội thoại nói chung và cấu trúc hội thoại nói riêng giúp ta có cái nhìn mới hơn, đầy đủ hơn về cuộc thoại, về con người trong giao tiếp, thấy được những hiệu quả, cách thức trong giao tiếp. Từ đó, đưa ra bước đầu lý giải về sự chi phối của văn hóa Việt đến hoạt động nói năng, giao tiếp của con người trong trao đổi, mua bán.

1.2. Ý nghĩa của nghiên cứu

Từ một số tư liệu cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành Hà Nội, chúng tôi tìm ra :

- Cấu trúc đoạn mở thoại, kết thoại, ranh giới các đoạn thoại trong cuộc thoại, và thấy được thực tế diễn ra như thế nào giữa người mua và người bán, đoạn mở thoại, kết thoại đó có góp phần đạt được mục đích mua - bán của họ hay không?

- Những nét chung với hội thoại thông thường và nét chuyên biệt riêng của hội thoại trong mua bán.

- Ngôn ngữ hội thoại ở đây vừa là sản phẩm và vừa là công cụ để đạt được mục đích chính của cả người mua lẫn người bán, phục vụ cho nhu cầu thiết yếu của cả hai bên.

- Lí giải về yếu tố văn hóa Việt chi phối hoạt động trao đổi, mua bán của họ như thế nào.

- Đưa ra các kết luận, ý kiến đánh giá góp phần cải thiện những hạn chế còn tồn tại trong sự chi phối của văn hóa để giao tiếp trở nên hiệu quả, dễ dàng, văn minh hơn, nhất là đối với thời buổi kinh tế thị trường như hiện nay.

2. Lịch sử vấn đề

2.1. Những công trình nghiên cứu về lý thuyết hội thoại:

Lịch sử ra đời và phát triển của Lý thuyết hội thoại đến năm 1970 mới thực sự thăng hoa, nó trở thành đối tượng của xã hội học, xã hội ngôn ngữ học, dân tộc học ở Mỹ. Phân ngành ngôn ngữ học lần đầu xuất hiện ở Mỹ với phân ngành phân tích hội thoại (conversation analysis). Vì thế nhiều nhà ngôn ngữ học cũng đã bắt đầu quan tâm đến vấn đề này. Nổi bật nhất chính là H.P.Grice, người đã có những đóng góp hơn cả cho vấn đề lý thuyết hội thoại. Trong “Logic and conversation” [H.P.Grice, 1975, *Logic and conversation*], ông đã nghiên cứu nguyên lí cộng tác hội thoại với các phương châm hội thoại cơ bản, cũng như tương tác hội thoại, từ đó đã đặt ra cơ sở lí luận cho những nghiên cứu của các nhà Việt ngữ học.

Từ khi ra đời ở Việt Nam đến nay, Ngữ dụng học đã có rất nhiều công trình nghiên cứu, nhưng đặc biệt liên quan đến vấn đề lý thuyết hội thoại. Ta phải kể đến tác giả Đỗ Hữu Châu với đóng góp to lớn từ công trình nghiên cứu “Ngữ dụng học” (xuất bản năm 1993) trong “Đại cương ngôn ngữ học”. Ở công trình này ông đã viết về sự vận động hội thoại, các yếu tố kèm lời và phi lời, các quy tắc hội thoại, thương lượng hội thoại, cấu trúc hội thoại...Nhất là đối với phần quy tắc hội thoại, Đỗ Hữu Châu đã lí giải vì sao cần phải có quy tắc trong một

cuộc thoại để thấy được tầm quan trọng của nó. Ông chọn phân tích, lí giải ba quy tắc hội thoại quan trọng nhất là quy tắc điều hành luân phiên lượt lời, quy tắc điều hành nội dung của cuộc thoại và quy tắc chi phối quan hệ liên cá nhân – phép lịch sự; [2].

Tác giả Nguyễn Thiện Giáp với “Dụng học việt ngữ” [4]. Lần đầu tiên các vấn đề liên quan đến ngữ dụng học như: Chiếu vật, chỉ xuất, hành động ngôn ngữ, lí thuyết lập luận, lí thuyết hội thoại, nghĩa tường minh, hàm ẩn được trình bày một cách có hệ thống trên các ngữ liệu Tiếng Việt, hoặc từ các tác phẩm văn chương. Đặc biệt ông đã đề cập đến các vấn đề về hội thoại như: Phân tích hội thoại, với phần này, ông đã chỉ ra các yếu tố cấu trúc hội thoại, cặp kể cặn, cặp đối đáp, những lời úm trước và những yếu tố phi ngôn ngữ trong hội thoại; ngoài ra tác giả còn đề cập đến khái niệm lịch sự, chiến lược giao tiếp, nguyên tắc hợp tác và hàm ý hội thoại (gồm nguyên tắc cộng tác, những lời rào đón trong giao tiếp và hàm ý hội thoại).

Từ các nghiên cứu nền tảng trên đã có rất nhiều giáo sư, tiến sĩ, hay các tác giả khác cũng đã vận dụng lí thuyết ngữ dụng học, đặc biệt là lí thuyết hội thoại để tìm hiểu về các khía cạnh của Tiếng Việt, trong các tác phẩm văn chương hay trong đời sống hàng ngày. Có thể kể đến “Cách đáp lại lời khen trong Tiếng Anh và Tiếng Việt – Từ góc nhìn phân tích hội thoại” của Kiều Thị Thu Hương. (Ngôn ngữ số 1, năm 2006); hay “Ngôn ngữ giảng dạy của Giáo viên bậc Tiểu học dưới góc nhìn Hội thoại” của TS. Quách Thị Gấm;) ...v...v. Từ các công trình nghiên cứu ấy đã cho ta thấy cái nhìn bao quát về lí thuyết hội thoại như: vận động hội thoại, quy tắc hội thoại, cấu trúc hội thoại, ngữ pháp hội thoại, ngữ nghĩa hội thoại... để các nhà nghiên cứu về sau có thể áp dụng, mở rộng, liên hệ trong thực tiễn và cả văn học.

2.2. Những công trình nghiên cứu cấu trúc hội thoại:

Đây là một đề tài khá mới mẻ trong việc nghiên cứu cuộc thoại từ góc nhìn Ngữ dụng. Đã có một số công trình nghiên cứu về vấn đề này như “Bước đầu tìm hiểu việc phân chia cấu trúc đoạn thoại trong cuộc thoại trao đổi – mua bán” (Nguyễn Thị Quế Đan, *Tiểu luận khoa học thạc sĩ Ngữ văn, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội I, năm 1994*), hay “ Cấu trúc hội thoại trong truyện cười” (*Trần Châu Ngọc, Khóa luận thạc sĩ ngữ văn, trường đại học sư phạm TPHCM, năm 2001*)..v..v. Nhưng với việc bước đầu lí giải Văn hóa việt chi phối đoạn thoại, nhất là đoạn thoại trao đổi, mua bán ra sao thì vẫn còn nhiều bỏ ngỏ. Những công trình nêu trên sẽ là tiền đề và cơ sở lí luận quan trọng để giúp chúng tôi hoàn thành tốt hơn khóa luận này.

3. Mục đích nghiên cứu và đối tượng,:

3.1. Giới hạn đề tài:

Trong lý thuyết hội thoại có rất nhiều phương diện để nghiên cứu nhưng trong tiểu luận này chúng tôi tập trung nghiên cứu cấu trúc hội thoại ở khía cạnh các cuộc thoại và đoạn thoại mà tập trung ở đoạn mở thoại và kết thoại, lấy ngữ liệu khảo sát từ các cuộc thoại mua bán, trao đổi ở các chợ nội thành Hà Nội. Tìm ra các yếu tố để mô tả đoạn mở thoại, kết thoại và ranh giới phân định nó với thân thoại, các dấu hiệu nhận biết đoạn thoại chuyển tiếp. Bên cạnh đó kết hợp với các chiến lược lịch sự trong giao tiếp nhằm lí giải về yếu tố văn hóa Việt.

3.2. Đối tượng nghiên cứu:

Các cuộc thoại và đoạn mở thoại, kết thoại mua – bán các mặt hàng đồ dùng, thực phẩm, ở một số chợ nội thành Hà Nội. Chủ yếu là những cuộc thoại mang tính chất song thoại, giữa người mua và người bán, có thể hiện được sự phân chia rõ ràng giữa ba đoạn mở thoại, thân thoại, kết thoại để từ đó phục vụ cho việc nghiên cứu đoạn mở thoại và kết thoại trong một cuộc thoại trao đổi, mua bán.

3.3. Mục đích nghiên cứu:

Vận dụng lý thuyết hội thoại để mô tả cấu trúc đoạn mở thoại và kết thoại dựa trên 50 cuộc thoại mua bán đã thu thập được dưới góc nhìn ngữ dụng, để bước đầu lí giải sự chi phối của văn hóa Việt đến đoạn thoại cũng như trong giao tiếp của con người.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Trong khóa luận này, chúng tôi sử dụng phương pháp phân tích diễn ngôn. Cùng với các thủ pháp như:

4.1. Khảo sát tư liệu:

50 cuộc thoại mua – bán mặt hàng thực phẩm, đồ dùng cá nhân ở một số chợ nội thành Hà Nội qua video, sách báo, và chính bản thân chúng tôi tham gia, chứng kiến.

4.2. Xử lý tư liệu:

- Ghi rõ phân loại 50 tư liệu theo ngày, tháng, năm khảo sát, địa điểm, mặt hàng cụ thể là gì, đặc điểm của người mua, người bán (về giới tính, lứa tuổi, ngoại hình...)

- Từ tư liệu rút ra cấu trúc đoạn mở thoại, kết thoại và ranh giới phân chia cuộc thoại mua bán, các dấu hiệu chuyển tiếp cuộc thoại.

- Thống kê số liệu ở từng phần.

-

Phần 2: NỘI DUNG

Chương 1: Cơ sở lí luận của đề tài (dựa trên lí thuyết của tác giả Đỗ Hữu Châu – Đỗ Việt Hùng, 2001, *Giáo trình ngữ dụng học (in lần thứ hai)*, NXB ĐH Sư phạm) [1,tr99]

Hội thoại là hoạt động giao tiếp căn bản, thường xuyên, phổ biến của ngôn ngữ. Các hình thức hành chức khác của ngôn ngữ đều được giải thích dựa vào hình thức hoạt động căn bản này.

Nên lưu ý rằng các dạng cơ bản của hội thoại là dạng song thoại (Dialogue) tức là dạng diễn ra giữa hai nhân vật đối đáp. Tuy nhiên, hội thoại còn có thể có dạng tam thoại (ba nhân vật) và nói chung là đa thoại (nhiều nhân vật) Lí thuyết hội thoại thế giới đang bắt đầu nghiên cứu dạng đa thoại của hội thoại. Ở đây chúng ta chỉ làm quen với dạng song thoại, mặt đối mặt của hội thoại.

Đối với hội thoại, muốn giao tiếp được diễn ra thông thường bằng ngôn ngữ người ta thường quan tâm đến các vận động của hội thoại.

I. Các vận động hội thoại

1- Trao lời

Là vận động người nói Sp1 nói ra và hướng lời nói của mình về phía người nghe Sp2. Ở đây, Sp1 và Sp2 là hai cá thể độc lập, trừ trường hợp độc thoại (Sp1 nói một mình). Khi nói ra có thể đi kèm các vận động cơ thể như điệu bộ, cử chỉ, nét mặt để bổ sung cho lời nói của mình. (Khi nói một mình cũng có thể đi kèm những vận động cơ thể ấy hướng đến mình). Tuy nhiên, trong tiểu luận này chúng tôi chỉ xét đến trường hợp Sp1 và Sp2 là hai cá thể độc lập.

Sự trao lời nhằm thể hiện Sp2 phải có mặt trong lời nói của Sp1 qua hai khía cạnh:

- Qua cách xưng hô, sử dụng ngôi thứ, người nói Sp1 xưng “tôi” và nói với người nghe bằng ngôi thứ hai.

- Qua tiền giả định giao tiếp, là hiểu biết của người nói về người nghe và giữa cả hai người đã có sẵn, đồng thời cũng là hứng thú, tâm trạng của người nghe khi giao tiếp

Về phía người nói, người trao lời, phải luôn “lấn trước” vào người nghe Sp2, xây dựng được hình ảnh tinh thần của Sp2, phải dự kiến được phản ứng của người nghe để vạch ra kế hoạch, định hành động sao cho có thể áp đặt điều mình muốn nói vào Sp2.

2 – Trao đáp:

Phát ngôn sẽ trở thành hội thoại khi người nghe Sp2 đáp lời, sẽ có sự luân lượt thay đổi vai nói, vai nghe giữa các nhân vật giao tiếp.

Chúng ta đã biết, phát ngôn là sản phẩm của các hành động ở lời. Tất cả các hành động ngôn ngữ đều đòi hỏi một sự hồi đáp. Điều này không chỉ đúng với các hành động như hỏi – trả lời, chào – đáp lại, cầu khiến – nhận lệnh, từ chối,... mà còn đúng với cả hành động trình bày (xác tín, khẳng định, miêu tả). Đưa ra một xác tín ngầm ẩn là hỏi người nghe có ý kiến như thế nào về lời khẳng định của mình, do đó đòi hỏi người nghe phải có phản ứng bằng lời phù hợp. Nếu người nghe tỏ ra không chú ý, xao nhãng đến lời trình bày thì người nói phải tìm cách kéo anh ta trở lại với điều mình đang khẳng định.

Nếu như không có sự hồi đáp của sp2 thì cũng không xuất hiện cuộc thoại và người nói sp1 sẽ rơi vào tình trạng độc thoại, bởi vậy trao đáp là một vận động vô cùng quan trọng trong hội thoại.

3-Sự tương tác:

Các thoại nhân ảnh hưởng đến nhau, tác động đến cách ứng xử của từng người trong quá trình hội thoại.

Trước khi hội thoại, các thoại nhân có sự khác biệt nhau về tuổi tác, hiểu biết, nghề nghiệp, tâm lí,.. nếu không có sự khác biệt này thì giao tiếp trở thành thừa. Trong hội thoại và qua hội thoại, khoảng giao nhau giữa các mặt của người đối thoại mở rộng dần và một cuộc hội thoại thành công là cuộc hội thoại mà sau đó sự khác biệt bị mất đi. Và cũng sẽ có những cuộc hội thoại không thành công, là khi sự khác biệt ấy không thay đổi, thậm chí còn lớn hơn. Vì thế, giữa hai thoại nhân phải có sự tương tác để xem sự khác biệt ấy có thay đổi hay không.

Trong hội thoại, một lời nói bị chấm dứt khi người kia tỏ ra không chú ý đến nội dung của nó, lãng xa nó. Lúc này người nói phải hòa phối lại cuộc hội thoại bằng cách kéo đối phương trở lại với câu chuyện và khởi động lại câu chuyện để đạt được mục đích giao tiếp.

Tương tác là một trong những đặc trưng của một cuộc thoại, những quy tắc, cấu trúc, chức năng trong cuộc thoại đều bắt nguồn từ vận động hội thoại mà chủ yếu là tương tác. Nhắc đến tương tác, đòi hỏi hai thoại nhân hòa phối lẫn nhau, để có thể duy trì sự hòa phối ấy thì người ta thường dựa vào hệ thống các lượt lời.

Khi một người nói xong lời của mình, tiếp đến người kia nói thì đó được cho là một lượt lời. Lượt lời có tính chất luân phiên. Những người trong cuộc thoại phải phân theo những quy tắc nhất định thì mới có sự phân chia thành lượt. Vi phạm lượt lời là khi người này nói tranh phần của người kia (cướp lời), giống như trong hoạt động đi lại ở trường hợp đèn đã đỏ rồi có người vẫn cố tình vượt bằng được. Hay có những trường hợp trật khớp về lượt khi có sự ngắt quãng quá dài giữa hai lượt lời hoặc có sự dẫm đạp lên nhau trong lượt lời (cả hai người cùng nói)...

Để giữ sự cân bằng trong tương tác đòi hỏi thoại nhân phải tạo ra các cặp kế cận. Mỗi hành động ở lời nói ra, còn gọi là hành động dẫn nhập hay bộ phận thứ nhất, thương gợi ra hành động ở lời đáp lại. Hành động dẫn nhập và hành động hồi đáp thích ứng tạo thành một cặp kế cận. Trong hội thoại, phổ biến nhất là cặp hỏi – trả lời.

Bên cạnh đó còn có những cặp trao đáp, củng cố, sửa chữa. Trao đáp củng cố nhằm thiết lập hay làm vững chắc quan hệ giữa người trong cuộc để cuộc tương tác đạt hiệu quả. Thí dụ khi ta vào một nhà trọ, chủ nhà thường hỏi han sức khỏe, về chuyến đi,.. của khách để tạo quan hệ chủ trọ - khách trọ. Những nụ cười, ánh mắt, cử chỉ vồn vã, việc lấy cho người bạn đến thăm cốc nước, ngày xưa “miếng trầu là đầu câu chuyện” đều là trao đáp củng cố.

Ngoài những yếu tố bằng lời khi tương tác thì hệ thống các yếu tố kèm ngôn ngữ cũng là yếu tố quyết định đến cách cư xử, ảnh hưởng đến nhau của các thoại nhân trong hội thoại. Sp1 phải thực hiện hành động kèm ngôn ngữ của mình sao cho phù hợp với Sp2, có thể là ánh mắt, nụ cười, cái , bắt tay nhau... để cuộc thoại đạt được mục đích giao tiếp. Ngược lại, nếu Sp1 có hành động thân thiện mà Sp2 đáp lại bằng những hành động kèm lời khiếm nhã, thiếu lịch sự thì chắc chắn cuộc thoại sẽ dẫn đến tiêu cực.

Tóm lại, ba vận động hội thoại: Trao lời, đáp lời, tương tác là ba vận động đặc trưng không thể thiếu trong một cuộc thoại. Nó chi phối các quy tắc, cấu trúc, chức năng của hội thoại.

II. Quy tắc hội thoại

Để nhằm cho các lượt lời của các thoại nhân được diễn ra trôi chảy và đi đến một cuộc thoại tích cực thì chúng ta cần nắm được các quy tắc hội thoại.

Nhà ngôn ngữ học Pháp, nữ giáo sư C.K.Orecchioni chuyên gia về ngữ dụng học tương tác cho rằng các quy tắc hội thoại chia thành ba nhóm:

1- Nguyên tắc luân phiên lượt lời:

Trong cuộc thoại, người kia phải nói khi người này nhường lời cho anh ta theo cách lời người này kế tiếp lời người kia, không có sự dẫm đạp lên lời của nhau. Sp1 là người nói, Sp2 là người đáp thì nguyên tắc này cho ta : Sp1-Sp2-Sp1-Sp2... Do bản chất tuyến tính nên sự giao tiếp bằng lời đòi hỏi phải giảm thiểu đến mức thấp nhất sự dẫm đạp lên lời của nhau.

Khi nào người này nhường lời cho người kia? Rõ ràng là có những dấu hiệu nhất định, báo một cách tự động cho người kia biết rằng anh ta có thể nói. Đó là những dấu hiệu như sự tron vẹn về lí, sự tron vẹn về cú pháp, ngữ điệu, các câu hỏi, các từ như “nhé”; “ngheh”... Tuy nhiên, hiện nay chúng ta chưa chú ý nghiên cứu những dấu hiệu đánh dấu sự kết thúc lượt lời này.

2- Nguyên tắc liên kết hội thoại

Một cuộc hội thoại không phải sự lắp ghép ngẫu nhiên, tùy tiện các phát ngôn, các hành động ngôn ngữ mà chúng phải được liên kết với nhau. Tính liên kết hội thoại được thể hiện trong lòng của phát ngôn, giữa các hành động ở lời, giữa các đơn vị hội thoại. Nếu không có sự liên kết thì sẽ dẫn đến cuộc hội thoại “ông nói gà, bà nói vịt”

3- Các nguyên tắc hội thoại:

Hội thoại một cách chân thực đòi hỏi người tham gia phải tôn trọng một số nguyên tắc. Những nguyên tắc này không chặt chẽ như những nguyên tắc ngôn ngữ học thuần túy. Đó là các nguyên tắc:

3.1. Nguyên tắc cộng tác hội thoại

Do Grice nêu ra từ năm 1967. Nguyên tắc này được phát biểu tổng quát như sau: Hãy làm cho phần đóng góp của anh vào cuộc hội thoại đúng như nó được đòi hỏi ở gi đoạn nào (của cuộc hội thoại) mà nó xuất hiện phù hợp đích hay phương hướng của cuộc hội thoại mà anh đã chấp nhận tham gia vào.

Một khi những người tham gia tôn trọng nguyên tắc này thì cuộc hội thoại đạt tính chất năng động hội thoại, có nghĩa là cuộc hội thoại tuân tự tiến đến mục đích, không luẩn quẩn, không giật lùi trở lại.

Nguyên tắc cộng tác hội thoại được Grice tách thành bốn phương châm nhỏ:

3.1.1. Phương châm về lượng

Hãy làm cho phần đóng góp của anh có lượng tin đúng như đòi hỏi của đích cuộc thoại.

Đừng làm cho lượng tin của anh lớn hơn yêu cầu mà nó đòi hỏi.

3.1.2. Phương châm về chất

Hãy cố gắng làm cho phần đóng góp của anh là đúng, đặc biệt là: Đừng nói điều gì mà anh tin là không đúng; Đừng nói điều gì mà anh không có đủ bằng chứng.

3.1.3. Phương châm quan hệ (phương châm quan yếu)

Hãy làm cho phần đóng góp của anh quan yếu (pertinent) tức là có dính líu đến câu chuyện đang diễn ra

3.1.4. Phương châm cách thức

Dạng tổng quát của phương châm này là hãy nói cho rõ ràng, đặc biệt là “

- Tránh lối nói tối nghĩa
- Tránh lối nói mập mờ, mơ hồ về nghĩa
- Hãy nói ngắn gọn
- Hãy nói có trật tự.

3.2. Nguyên tắc tôn trọng thể diện của những người trong hội thoại

Trong đời sống tập thể xã hội, mỗi cá nhân (hay tổ chức, mỗi quốc gia) đều có thể diện của mình, xưa cũng vậy, nay cũng vậy. J.Thomas định nghĩa: *“Thể diện nên hiểu là cảm giác về giá trị cá nhân của mỗi người, nó là hình ảnh về ta, về chính mình Cái hình ảnh này có thể bị tổn hại, được giữ gìn hay được đề cao trong tương tác”*. [1,tr110]. Do đó trong một cuộc thoại, chúng ta cần tránh không đụng chạm tới chỗ yếu của họ, hoặc buộc lòng phải nói tới thì cố gắng nói sao cho ít xúc phạm đến họ nhất.

Có hai loại thể diện là thể diện âm tính và thể diện dương tính

- Thể diện dương tính là thể diện tôn trọng nhân cách, vị trí xã hội, nghề nghiệp, đạo đức,v...v. của người mình nói tới. Là tổng thể những hình ảnh tự đánh giá cao về mình mà mỗi cá nhân trong xã hội tự xây dựng nên và cố áp đặt cho người chung quanh, buộc chúng ta phải tôn trọng.

- Thể diện âm tính được coi là lãnh địa cá nhân, lãnh địa tài sản, lãnh địa tri thức bí mật của từng người, kể cả thời gian nói của người nói trong hội thoại. Là nhu cầu tự do hành động, không muốn bị người khác can thiệp, độc lập. Là chỗ yếu riêng của mỗi người mà họ muốn tránh không nói tới (chẳng hạn những khuyết điểm của bản thân, những tính xấu). Nếu ta đụng chạm đến thể diện tiêu cực này thì họ sẽ tự ái, dễ dàng đẩy hội thoại đi đến chỗ tiêu cực.

Việc tôn trọng thể diện của những người trong hội thoại là việc giữ gìn thể diện của mình và của người sao cho nó không bị tổn hại bởi các hành vi ở lời. Có như vậy, quan hệ liên cá nhân mới hài hòa, cuộc hội thoại mới “thuận buồm xuôi gió”

4. Cấu trúc hội thoại và đơn vị hội thoại

Các nhà ngôn ngữ học nghiên cứu về hội thoại ở Thụy Sĩ, tiêu biểu là Eddy Roulet và ở Pháp, tiêu biểu là Catherine Kerbrat Orecchioni vào năm 1980 có nhiều điểm thông nhất với nhau về cấu trúc hội thoại cũng như về phương hướng nghiên cứu hội thoại. Lí thuyết hội thoại Thụy Sĩ- Pháp cho rằng hội thoại là một tổ chức tôn ti như tổ chức một đơn vị cú pháp. Các đơn vị của cấu trúc của hội thoại từ lớn đến đơn vị tối thiểu là:

- Cuộc thoại
- Cặp trao đáp
- Tham thoại
- Hành vi ngôn ngữ

4.1. Cuộc thoại

Cuộc thoại là đơn vị hội thoại bao trùm, lớn nhất. Đó là toàn bộ cuộc đối đáp giữa các nhân vật từ khi bắt đầu đến khi kết thúc.

1.1. Tiêu chí để xác định một cuộc thoại

(1) Nhân vật hội thoại

Một cuộc hội thoại được xác định bởi sự gặp mặt và sự chia tay của 2 người hội thoại. Khi số lượng hay tính chất của người hội thoại thay đổi thì chúng ta có cuộc hội thoại mới.

(2) Tính thống nhất về thời gian và địa điểm. Cuộc thoại diễn ra ở một thời gian, địa điểm nhất định.

(3) Tính thống nhất về đề tài diễn ngôn

Một cuộc hội thoại, nói theo Grice phải theo một hướng nhất định từ đầu cho đến khi kết thúc. Tuy nhiên, mục đích hay chủ đề có tính thuyết phục hơn đề tài bề mặt trong việc xác định cuộc thoại.

Ba tiêu chí trên không chặt chẽ nên Orecchionni đưa ra một định nghĩa mềm dẻo: *“Để có một và chỉ một cuộc thoại, điều kiện cần và đủ là một nhóm nhân vật có thể thay đổi nhưng không đứt quãng, trong một không gian và thời gian có thể thay đổi nhưng không đứt quãng, nói về một vấn đề có thể thay đổi nhưng không đứt quãng.”* [7]

4.2. Đoạn thoại

Đoạn thoại là một số mảng diễn ngôn do một số cặp trao đáp liên kết với nhau về ngữ nghĩa hoặc về ngữ dụng. Về ngữ nghĩa, đó là sự liên kết chủ đề: đó là một chủ đề duy nhất và về ngữ dụng thì nó hướng về một đích duy nhất.

Đoạn thoại được xác lập bởi sự gặp mặt, trao đáp của hai người và cũng diễn ra theo chủ đề, thời gian, địa điểm nhất định. Diễn biến của đoạn thoại lệ thuộc vào chủ đề của nó và do các thoại nhân chi phối, quy định và tiến hành.

Cấu trúc tổng quát của một cuộc thoại bao gồm các đoạn thoại :

- Đoạn mở thoại
- Đoạn thân thoại
- Đoạn kết thoại

4.3. Cặp trao đáp (cặp thoại)

Về nguyên tắc, cặp trao đáp là cặp đơn vị lưỡng thoại tối thiểu để tạo nên đoạn thoại. Và từ đoạn thoại cấu thành nên cuộc thoại. Cặp thoại được cấu thành từ các tham thoại.

4.4. Tham thoại

Tham thoại là phần đóng góp của từng nhân vật hội thoại vào cặp thoại.

VD:

(1)Sp1: Nam, đi đâu đấy?

(2)Sp2: Chào, tớ xuống văn phòng.

Ở đây ta thấy có hai cặp thoại Chào-chào và hỏi – trả lời. Ở (1) có hai tham thoại, với “Lan” là hành vi chủ hướng để chào và “đi đâu đấy” là hành vi mở rộng để hỏi. Ở (2) cũng có 2 tham thoại với “Chào” là hành vi chủ hướng để chào và “tớ xuống văn phòng” là hành vi mở rộng: Trả lời.

4.5.Hành vi ngôn ngữ:

Hành vi ngôn ngữ là đơn vị nhỏ nhất của “ngữ pháp hội thoại”

Các ứng xử bằng lời (và bằng các yếu tố kèm ngôn ngữ) đều căn cứ vào các hành vi ngôn ngữ đi trước, không phải căn cứ vào các đơn vị ngữ pháp thông thường như từ và câu.

- Xét trong quan hệ hội thoại, các hành vi ngôn ngữ có thể chia thành 2 nhóm:

+ Những hành vi có hiệu lực ở lời là những hành vi làm thay đổi quyền lực và trách nhiệm của người hội thoại.

Ví dụ: Khi cô Tư hỏi: “*Bà Cửu có nhà không ạ?*” thì anh Hàn có trách nhiệm phải trả lời.

Ví dụ 2: Sp1: -*Đóng cái cửa lại.*

Sp2: (đứng dậy đóng cửa) thực hiện lệnh bằng hành vi phi ngôn ngữ

+ Những hành vi liên hành vi nằm trong quan hệ giữa các hành vi tạo nên một tham thoại, chúng có tính chất đơn thoại, trong khi các hành vi ở lời có tính chất đối thoại.

Ví dụ: Sp1:- *Tôi hỏi khi không phải, có phải cô ném con chuột này vào giỏ rác nhà tôi không?*

Sp2: - *Chuột à? Nhà cháu chả có con chuột nào cả.*

Trong ví dụ trên có các hành vi liên hành vi sau:

Sp1: Có 2 tham thoại. Tham thoại thứ nhất là hành vi xin lỗi (*Tôi hỏi khi không phải*). Tham thoại thứ hai là tham thoại với hành vi chủ hướng hỏi (có phải cô ném con chuột này vào giỏ rác nhà tôi không?)

Sp2: Có 2 tham thoại. Tham thoại thứ nhất là hành vi phụ thuộc : nhắc lại (*Chuột à?*) Tham thoại thứ hai là hành vi chủ hướng khẳng định (nhà cháu chả có con chuột nào cả) Câu trả lời Sp2 có hành vi phủ định hàm ẩn cho hành động ném con chuột.

- Các hành vi liên hành vi gồm: dẫn khởi, tiếp tục, nhắc lại, củng cố, kết thúc, chú thích, đánh giá, điều chỉnh, biện minh, tóm tắt, nhấn mạnh...

4.5.1. Phân loại các hành động ở lời:

Số lượng các hành động ở lời rất lớn. Cho đến nay, các nhà Ngữ dụng vẫn chưa thỏa thuận với nhau về số lượng, việc phân loại chúng cũng vậy. Theo Searle, ông chia các hành động ở lời thành năm phạm trù:

4.5.1.1. Trình bày (còn gọi là biểu hiện, miêu tả, xác tín)

Các hành động ở lời này có đích miêu tả, kể lại, trần thuật lại một sự tình nhằm làm cho Sp2 biết sự tình đó. Trạng thái tâm lí là Sp1 tin rằng nội dung p là đúng. Gồm các hành động như: Kể, tự sự, miêu tả, mách, tường thuật, báo cáo, thuyết minh, lập biên bản, tường trình, tố cáo, khai báo,... Cũng thuộc phạm trù này còn có các hành động như: khoe, kết luận, tổng kết, tóm tắt, dặn, nhắc....

4.5.1.2. Điều khiển

Đích ở lời của phạm trù này là đặt Sp2 vào trách nhiệm thực hiện một hành động nào đó trong tương lai: Trạng thái tâm lí là Sp1 thực sự mong muốn Sp2 thực hiện hành động trong tương lai được đưa ra. Nội dung mệnh đề nói đến hành động trong tương lai Sp2 phải thực hiện. Bao gồm các hành vi: ra lệnh, sai, yêu cầu, đề nghị, xin phép, cho phép, khuyên, chỉ định, kiến nghị... Các hành động khác như hỏi, tra hỏi

4.5.1.3. Cam kết (ước kết)

Đích ở lời của phạm trù này là nhằm đặt Sp1 vào trách nhiệm thực hiện hành động trong tương lai được nêu ra trong biểu thức ngữ vi. Trạng thái tâm lí là Sp1 thực sự có ý định thực hiện hành động trong tương lai đó. Nội dung mệnh đề nói đến hành động trong tương lai mà sp1 đưa ra. Bao gồm các hành vi: hứa, cam đoan, cam kết, giao ước, bảo đảm, thỏa thuận...

4.5.1.4. Biểu cảm

Trạng thái tâm lí của Sp1 là bày tỏ sự vui mừng, bực dọc, buồn rầu... Trạng thái tâm lí thay đổi tùy theo hành động cụ thể ở lời, nhưng cơ bản là Sp1 thực sự có, thực sự cảm thấy trạng thái tâm lí được bày tỏ. Nội dung mệnh đề là một trạng thái tâm lí của Sp1 trước một tình trạng nào đó của chính mình hoặc của người khác. Bao gồm các hành vi: Cảm thán, than thở, thán phục, trầm trồ, cảm ơn, xin lỗi, ân hận, lấy làm tiếc...

4.5.1.5. Tuyên bố

Phạm trù này có đích ở lời là làm cho có hiệu lực điều được nêu ra trong nội dung mệnh đề của biểu thức ngữ vi. Trạng thái tâm lí là người tuyên bố tin rằng mình có thẩm quyền tuyên bố và điều mình tuyên bố có hiệu lực ngay khi được tuyên bố. Nội dung mệnh đề là điều mà hiện thực Sp2 phải thay đổi. Đó là các hành vi: tuyên bố, tuyên án, buộc tội...

Tiểu kết

Ngày nay, phân tích hội thoại là một phương pháp được sử dụng trong xã hội học, nhân học, ngôn ngữ học, tâm lý học. Nó đặc biệt ảnh hưởng đến ngôn ngữ học xã hội tương tác, phân tích diễn ngôn và tâm lý học diễn ngôn. Tiêu

điểm của phân tích hội thoại là các tiến trình liên quan đến tương tác xã hội chứ không bao gồm các văn bản viết. Phương pháp của nó là hướng đến việc xác định các phương pháp và cách thức mà những người tham gia tương tác sử dụng và dựa vào đó để tạo ra phần đóng góp của mình trong cuộc thoại và nhận ra những đóng góp của người khác. Tuy nhiên, phân tích về hội thoại chúng tôi tập trung đi sâu vào các vấn đề liên quan đến hội thoại như: cấu trúc hội thoại, các hành động ngôn ngữ, các quy tắc hội thoại...

Trong phạm vi nghiên cứu của khóa luận này, từ việc chỉ ra những cơ sở lý thuyết như quy tắc hội thoại, các vận động hội thoại, chúng tôi tập trung vào vấn đề cấu trúc hội thoại nhiều nhất. Có thể nói rằng, cấu trúc hội thoại đã thể hiện được đầy đủ nhất những đặc trưng của hội thoại trong một cuộc giao tiếp và nó cũng là yếu tố bị chi phối nhiều bởi văn hóa. Từ cấu trúc hội thoại, chúng tôi có thể tìm hiểu sâu hơn về hội thoại và đây cũng là cơ sở chính để chúng tôi đi vào xác định được cấu trúc đoạn mở thoại, kết thoại trong cuộc thoại mua bán – trao đổi.

Chương 2: Cấu trúc đoạn mở thoại qua khảo sát tư liệu các cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành Hà Nội.

Trước khi đi vào tìm hiểu cấu trúc đoạn mở thoại. Chúng ta cần phải tìm hiểu xem cuộc thoại và đoạn thoại mua bán là gì ? Từ đó rút ra được những đặc điểm để phân chia ranh giới đoạn mở thoại trong cuộc thoại mua bán.

I. Cuộc thoại mua bán và đoạn thoại mua bán:

1. Cuộc thoại mua bán:

Dựa vào các tiêu chí để xác định cuộc thoại, cuộc thoại mua bán được xác định bởi sự gặp mặt, tương tác, tạo ra các vận động hội thoại giữa hai nhân vật Sp1: Người bán hàng; Sp2: Người mua hàng.

Về tính thống nhất thời gian và địa điểm thì thời gian cuộc thoại mua bán có thể kéo dài hoặc rút ngắn tùy thuộc vào người bán và người mua hàng trong quá trình trao đổi có đạt được đến mục đích là bán được hàng và mua được hàng hay không. Về địa điểm, các cuộc thoại mua bán sẽ diễn ra ở những nơi tổ chức giao lưu trao đổi hàng hóa như chợ, các cửa hàng, siêu thị,.. với những mặt hàng khác nhau. Ở khóa luận này chúng tôi tập trung nghiên cứu các cuộc thoại ở một số chợ nội thành Hà Nội.

Cuộc mua bán có thể được kéo dài hay rút ngắn đều tùy thuộc vào sự thương lượng giữa người bán và người mua. Tuy nhiên, dù cuộc thoại dài hay ngắn thì đề tài của cuộc thoại mua – bán mang chủ đề chung từ lúc bắt đầu cho đến khi kết thúc là mua bán hàng hóa. Hội thoại mua bán không khác với các cuộc hội thoại khác, người bán và người mua không chỉ sử dụng ngôn ngữ mà còn sử dụng các phương tiện khác đi kèm như cử chỉ, nét mặt. Để phân loại các cuộc thoại mua bán, người ta căn cứ vào đích chính của cuộc mua bán và mặt hàng được chào mời để mua bán là gì. Với các hành vi: chào mời, hỏi han về chất lượng hàng hóa, giá cả, mặc cả, thỏa thuận.. Cuộc thoại mua bán tích cực là cuộc thoại mà người bán và người mua đều đạt được mục đích giao tiếp của mình trên sự “ thuận mua vừa bán”. Nếu không có sự thỏa thuận, thương lượng được về giá cả thì sẽ đi đến cuộc thoại tiêu cực: không đạt được mục đích mua bán.

1.1.Cấu trúc tổng quát của cuộc thoại mua bán gồm 3 phần:

- Dẫn chứng

Chủ đề: Mua bán giày dép

Địa điểm: Chợ Hôm Đức Viên, Phố Huế - Hà Nội

Thời gian: Ngày 30-10-2018

Đoạn mở thoại:

(1)Sp1: Người đẹp ơi! Vào xem giày dép đi. Toàn mẫu mới về đây

(2)Sp2: Đôi Channel màu nâu kia có size 36 không chị?

(3)Sp1: Đôi ý hết 36 rồi, còn 35 với 37 thôi. Chân em trắng thế kia đi màu đen với đồ mận đẹp lắm đấy. Hai màu ý thì vẫn còn đủ size.

(4)Sp2: Chị lấy cho em thử đôi màu đen size 36 xem nào.

(5)Sp1: Đây, đôi này đang hot nhiều người mua lắm. Ngồi ghé thử đi em.

(6)SP2: Vâng

(7)Sp1: Đấy trông lên chân ôm chân chưa?

Đoạn thân thoại:

(8) Sp2: Đôi này bao nhiêu chị?

(9)Sp1: 320.000, đúng giá

(10)Sp2: Đắt thế, em thấy trên mạng người ta bán có hai trăm rưỡi thôi

(11)Sp1: Hàng nhà chị là hàng quảng châu xin làm gì có giá ý em. Lấy thì đầu giờ chiều chị bớt cho 20 nghìn tròn 300 nhé.

(12)Sp2: Chị nói thách quá!

(13)SP1: Hàng xin đẹp thế này làm gì có giá như em bảo. Chị đã bớt cho em hai chục lấy chỗ đi lại rồi.

(14)Sp2: Em trả 280.000 chị bán không?

(15)Sp1:Thôi được rồi! Chị để em sát giá nhập rồi đấy nhé.

Đoạn kết thoại

(16)Sp2: Có thể chứ! Cho em cả hộp nữa đấy.

(17)Sp1: Được rồi, đủ cả

(18)Sp2: Em gửi tiền này.

(19)Sp1: Ừ, sau mua gì lại qua hàng chị nhé.

(20)Sp2: Vâng.

2. Đoạn thoại mua bán:

Vì đoạn thoại là đơn vị cấu tạo nên cuộc thoại nên đoạn thoại mua bán là đoạn thoại nằm trong cuộc thoại mua bán, duy trì cuộc thoại mua bán với chủ đề và mục đích chung của toàn cuộc thoại là mua bán hàng hóa.

Dù là đoạn mở thoại, kết thoại hay thân thoại thì đều có những chức năng riêng để hoàn chỉnh một cuộc thoại vì chúng đều chung một chủ đề và mục đích giao tiếp của toàn bộ cuộc thoại đó. Đối với cuộc thoại mua bán, chủ đề của nó là mua bán hàng hóa cho nên mỗi đoạn sẽ có một vai trò riêng. Ở đây chúng tôi tập trung nghiên cứu về cấu trúc và chức năng của đoạn mở thoại, kết thoại trong cuộc thoại mua bán.

II.Cấu trúc đoạn mở thoại trong cuộc thoại mua bán.

1. Cấu trúc đoạn mở thoại:

1.1. Cấu trúc đoạn mở thoại trong cuộc thoại mua bán:

Từ việc phân tích tư liệu, chúng tôi thấy được đoạn mở thoại trước tiên sẽ nằm ở phần đầu của cuộc thoại. Xác định cấu trúc của đoạn mở thoại, chúng tôi

dựa vào cặp thoại để xét cấu trúc của lượt lời. Từ lượt lời đi nghiên cứu các tham thoại và chỉ ra các hành vi ngôn ngữ và rút ra mục đích chung của đoạn mở thoại.

Đoạn mở thoại trong cuộc thoại trao đổi mua bán sẽ được tạo bởi một cặp thoại với sự kiện lời nói chào mời, quảng cáo của người bán với người mua hoặc ngược lại, là việc thăm dò, nhu cầu của người mua về sản phẩm. Trong cặp thoại ấy sẽ bao gồm các lượt lời của Sp1 và Sp2, đòi hỏi Sp1 và Sp2 phải tuân thủ nguyên tắc luân phiên lượt lời, tránh việc cướp lời của đối phương và phải duy trì được chủ đề mua bán hàng hóa để đoạn thoại được diễn ra tuần tự. Trong các lượt lời sẽ có các tham thoại được tạo bởi các hành vi ngôn ngữ tương ứng với sự kiện lời nói ở cặp thoại.

1.2. Phân tích cấu trúc đoạn mở thoại:

Chủ đề: Mua bán áo phao

Địa điểm: Chợ Đêm, Đồng Xuân – Hà Nội

Thời gian: 2-11-2018

Nhân vật: Sp1: Người bán hàng là nữ, khoảng hơn 40 tuổi

Sp2: Người mua hàng là nữ, khoảng từ 20-25 tuổi.

Đặc điểm của người mua hàng: ăn mặc đứng đắn, gọn gàng, có phần hơi già dặn.

Mở thoại

(1)Sp1: Vào xem áo phao đi gái ơi, áo phao đại hàn đây

(2)Sp2: Áo phao có size không chị ơi ?

(3)Sp1: Có đủ size luôn, mua cho chồng cho người yêu đảm bảo ưng ý

(4)Sp2: Em đã làm gì có chồng, em mua cho bố em một cái

(5)Sp1: Thế à, thích cái nào chị lấy cho, chất đẹp ấm lắm chọn đi

Thân thoại

(6)Sp2: Lấy cho em cái màu nâu có mũ kia xem nào, chắc bố em mặc size

M thối

(7)Sp1: Đây, cái ý thì siêu dày luôn, tháo được mũ ra đây nhé, màu cũng đẹp nữa

(8)SP2: Chị lấy bao nhiêu?

(9)Sp1: Đúng giá 520.000 em ơi

(10)Sp2: Đắt thế, mấy sạp trước em đi có 3 trăm 6 thôi đấy.

(11)Sp1: Thế em thử mang hàng đây so với hàng nhà chị xem có khác một trời một vực không

(12)Sp2: Áo phao đơn giản thế mà tận 5 trăm mấy, em không lấy đâu

(13)Sp1: Chị nói đúng giá mà em, lời lãi được bao nhiêu cái hàng này

(14)Sp2: (Không trả lời, bỏ đi)

Cuộc thoại mua bán trên là cuộc thoại chỉ có mở thoại và thân thoại. Chúng tôi tập trung vào đoạn mở thoại. Ở đây đoạn mở thoại bắt đầu từ lượt lời (1) đến (5) và bao gồm 1 cặp thoại. Cặp thoại này với sự kiện lời nói chào mời mua hàng.

Cặp thoại ở phần mở thoại bao gồm 5 lượt lời do Sp1 và Sp2 trao đổi với nhau để dẫn nhập trước khi thương lượng về giá của hàng hóa. Xét lượt lời:

(1) Sp1: Gồm có 2 tham thoại với mục đích chào mời

- Tham thoại 1: Vào xem áo phao đi gái ơi (Hành vi chủ hướng: Mời)

- Tham thoại 2: Áo phao đại hàn đây (Hành vi mở rộng: Quảng cáo về mặt hàng)

(2) Sp2: Có 1 tham thoại hỏi về thông tin mặt hàng

- Tham thoại: Áo phao có size không chị ơi? (Hành vi chủ hướng: hỏi)

(3)Sp1: Gồm 2 tham thoại với mục đích trả lời khách

- Tham thoại 1: Có đủ size luôn (Hành vi chủ hướng: Trả lời)

- Tham thoại 2: Mua cho chồng cho người yêu đảm bảo ưng ý (Hành vi mở rộng: Cam đoan)

(4) SP2: Gồm 2 tham thoại với mục đích tán thành

- Tham thoại 1: Em làm gì đã có chồng (Hành vi phụ thuộc: kể)

- Tham thoại 2: Em mua cho bố em một cái (Hành vi chủ hướng: Tán thành)

(5) SP1: Gồm 3 tham thoại với mục đích chính là khen:

- Tham thoại 1: Thế à (hành vi phụ thuộc : xác nhận lại lời nói của khách)

- Tham thoại 2: Thích cái nào chị lấy cho (Hành vi mở rộng: cam kết)

- Tham thoại 3: Chất đẹp ấm lắm chọn đi (Hành vi chủ hướng: Khen)

Qua các lượt lời, cả Sp1 và Sp2 đều sẵn sàng chuẩn bị cho mục đích mua bán hàng hóa bằng một loạt các tham thoại với hành vi chào mời, giới thiệu, khen về mặt hàng của người bán và sự tán thành của người mua. Bởi vậy mà đoạn mở thoại dẫn nhập, mở đường cho các thoại nhân đến với diễn tiến tiếp theo ở phần thân thoại để thương lượng về giá cả.

2, Các loại đoạn mở thoại trong cuộc thoại trao đổi mua bán dựa trên cấu trúc đoạn mở thoại:

Đoạn mở thoại của cuộc thoại mua bán thường được chia làm hai dạng : Người bán là người trao lời trước và Người mua là người trao lời trước. Từ hai dạng này mới tiến đến các vận động khác trong cuộc thoại.

2.1. Đoạn mở thoại với người bán là người mở lời trước:

Đoạn mở thoại trong cuộc thoại mua bán bắt đầu bằng lời của người bán hàng thường có lời chào mời hàng hóa, giới thiệu hàng hóa, gây thiện cảm của người bán một cách chủ động, nếu lời chào mời hấp dẫn thì người mua sẽ tiến đến hỏi. Còn xuất

hiện cả những lời đưa đẩy, nịnh nọt của người bán để tạo sự gần gũi và thuyết phục người mua hàng một cách nhanh nhất với mục đích sẽ bán được hàng.

Dẫn chứng:

Chủ đề: Mua bán giày dép

Địa điểm: Chợ Hóm Đức Viên, Phố Huế - Hà Nội

Thời gian: Ngày 30-10-2018

Nhân vật : Sp1: người bán hàng, là nữ, khoảng 35-40 tuổi

Sp2: người mua hàng là nữ, sinh viên, khoảng 20-25 tuổi

Một số mô tả về người bán và người mua hàng:

+Người bán: nét mặt sắc sảo, rất nhiệt tình, vui vẻ khi tiếp khách

+Người mua: Ăn mặc gọn gàng, sành điệu, hợp thời trang.

(1)Sp1: Người đẹp ơi! Vào xem giày dép đi. Toàn mẫu mới về đây

(2)Sp2: Đôi Channel màu nâu kia có size 36 không chị?

(3)Sp1: Đôi ý hết 36 rồi, còn 35 với 37 thôi. Chân em trắng thế kia đi màu đen với đỏ mận đẹp lắm đấy. Hai màu ý thì vẫn còn đủ size.

(4)Sp2: Chị lấy cho em thử đôi màu đen size 36 xem nào.

(5)Sp1: Đây, đôi này đang hot nhiều người mua lắm. Ngồi ghé thử đi em.

(6)SP2: Vâng

(7)Sp1: Đây trông lên chân ôm chân chưa?

(1) Lướt lời đầu tiên của người bán “ Người đẹp ơi! Vào xem giày dép đi. Toàn mẫu mới về đây”

- Ở (1) có 3 tham thoại nhằm hướng đến mục đích chào mời. Tham thoại thứ nhất “ Người đẹp ơi” là hành động mở rộng khen để chào bởi đối tượng mua hàng của sạp hàng này là nữ, và đối với một phụ nữ thì có một lẽ thường là bất kì ai cũng muốn được khen xinh, trong trường hợp này người mua còn ở độ tuổi trẻ trung, ăn mặc sành điệu nên rất dễ bị thu hút. Sp1 đã sử dụng hành động ở lời tôn vinh thể hiện của Sp2 để tác động đến Sp2.

Đối với tham thoại thứ hai “ Vào xem giày dép đi” là một tham thoại với hành động chủ hướng là mời mọc, đây là mục đích chính của Sp1 trong cuộc thoại.

Tham thoại thứ ba “Toàn mẫu mới về đây” là một tham thoại mở rộng giới thiệu về mẫu mã, chất lượng của sản phẩm. Trong lời giới thiệu về hàng hóa này chúng tôi đặc biệt chú ý đến logic lập luận của người bán. Với luận cứ “toàn mẫu mới về đây” và kết luận ngầm ẩn của nó chính là nên mua vì mới. Theo lẽ thường thì tâm lí của tất cả những người đi mua hàng đều thích sự mới mẻ, chứ không ai thích mua những mẫu mã cũ cả.

- Với lướt lời (3) có 3 Tham thoại, tham thoại thứ nhất “Đôi ý hết 36 rồi còn 35 với 37 thôi” là hành động chủ hướng trả lời cho câu hỏi về size số của

Sp2. Tham thoại thứ 2 là : “Chân em trắng thế kia đi màu đen với đỏ mận đẹp lắm đấy” là một hành vi mở rộng để khen. Tham thoại thứ ba là “Hai màu ý vẫn còn đủ size” là tham thoại mở rộng để khẳng định về size số. Ở lượt lời này, người bán hàng muốn thuyết phục cô gái mua hàng lấy sang hai màu kia nên đã rất khéo léo sử dụng lời khen về bàn chân của cô ấy, việc này tạo nên hứng thú cho người mua xem tiếp những mặt hàng khác. Gương mặt sắc sảo nhưng luôn tươi cười, nhiệt tình cùng với lời khen đã gây được thiện cảm cho cô gái mua hàng, cũng như thể hiện đó là một người bán hàng rất hiểu tâm lý khách. Lời hồi đáp (4) Cô gái đồng ý đã cho thấy người bán hàng đã thành công khi khéo léo sử dụng lời khen để mời cô gái thử sang màu khác.

- Ở lượt lời (5) người bán hàng tiếp tục đưa ra lời quảng cáo về mặt hàng của mình bằng tham thoại mở rộng xác tín: “Đây, đôi này đang hot nhiều người mua lắm đấy”. Người bán cũng đã sử dụng một lập luận với luận cứ : “đôi này đang hot”, và kết luận “nhiều người mua lắm đấy” để thuyết phục cô gái. Người bán sử dụng lập luận này dựa trên cơ sở lẽ thường: cái gì có nhiều người mua, sử dụng tức là nó tốt để thuyết phục cô gái. Trong gout thời trang, mắt thẩm mỹ của đại đa số người Việt hiện nay vẫn luôn chuộng “mốt” theo phong trào, giống như một hiện tượng phổ biến.

Với cấu trúc đoạn thoại được cấu thành từ cặp thoại, lượt lời và các tham thoại cùng với các hành vi ngôn ngữ như chào mời, khen ngợi, giới thiệu, gợi ý một cách niềm nở của người bán như vậy người mua sẽ bị thuyết phục và cả hai sẽ cùng tiến đến đoạn thân thoại để trao đổi, thương lượng về giá cả của mặt hàng. Đây được gọi là những đoạn mở thoại tích cực vì đã chào mời hàng thành công, dẫn nhập, mở đường cho đoạn thân thoại tiếp theo.

Bên cạnh những đoạn mở thoại tích cực thì còn có những đoạn mở thoại tiêu cực, là trường hợp khi người bán đã chào mời, giới thiệu nhưng người mua không có sự đồng thuận để tiến đến thương lượng về giá cả, vì vậy mà cuộc thoại mua bán ấy không có đoạn thân thoại, người bán cũng sẽ không bán được hàng.

Dẫn chứng:

Chủ đề: Mua bán túi xách

Địa điểm: Chợ Hôm Đức Viên – Phố Huế, Hà Nội

Thời gian: Ngày 30-10-2018

Nhân vật: Sp1: người bán hàng, nữ, độ tuổi trẻ khoảng 18-20 tuổi

Sp2: người mua hàng, khoảng 35-40 tuổi

Mô tả về nhân vật:

+Người bán: Gương mặt hiền lành, ăn mặc đơn giản, giọng nói đôi chỗ bị ngọng.

+Người mua: *Đứng đắn, phong thái sang trọng, lịch sự.*

(1) SP1: *Xem túi đi chị gái ơi*

(2) SP2: *Có mẫu nào mà mấy cụ trung niên dùng được không em? Chị mua cho mẹ chị*

(3)SP1: *Có chứ, chị thích cỡ nào kiểu nào vào đây em chọn cho*

(4)Sp2: *Loại nào khoảng hơn 30 xăng có không em? Màu đen ý, đừng lấy cái nào trẻ quá*

(5)Sp1: *Đây, chị ưng cái này không?*

(6)Sp2: *Cái này dây dài quá, còn kiểu nào không?*

(7)SP1: *Đây, hay chị chuyển sang loại có quai xách*

(8)SP2: *Quai ngắn có không em? Mà da mềm một tí*

(9)Sp1: *Có mỗi cái xanh này thôi chị ạ, bác đeo kiểu này cũng đẹp mà chị.*

(10)Sp2: *Chị không thích màu này lắm, cảm ơn nhé.*

Cấu trúc đoạn mở thoại ở đây được tạo bởi một cặp thoại và 10 lượt lời. Ở đây khi xét về lượt lời của người bán hàng Sp1 ở các lượt (1) (3) (5) (7) ta thấy người bán hàng đã rất cố gắng sử dụng những lời chào mời và giới thiệu cho Sp2 rất nhiều mẫu túi khác nhau qua các tham thoại và đến (9) ngoài hành vi chủ hướng là trả lời khách để xác tín thì người bán cũng đã đưa ra tham thoại mở rộng là một lời khen với mặt hàng của mình nhưng người mua vẫn không thuận. Ở đoạn mở thoại này ta không thấy có tham thoại nào giới thiệu, quảng cáo về chất lượng của mặt hàng. Nguyên nhân chính của việc đoạn mở thoại tiêu cực không phải do người bán hàng chào mời không khéo mà do người mua hàng ở đây là một người kén chọn, kỹ tính. Việc đoạn mở thoại tích cực hay tiêu cực phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố ngoại cảnh, những chiếc túi đó có thể đẹp với người bán nhưng người mua không ưng ý, và để đạt được mục đích giao tiếp đôi khi người bán hàng ăn nói rất khéo là vẫn chưa đủ. Hơn nữa ta thấy rằng người bán hàng ở đây với độ tuổi trẻ hơn so với người mua nên cách nhìn nhận về thẩm mỹ cũng có sự khác nhau, người bán đôi chỗ giọng nói bị ngọng, không phải dân Hà Nội chính gốc cho nên người mua cũng có suy nghĩ người bán không biết tư vấn và chọn cho mình những mẫu không phù hợp.

Trong tổng số 50 cuộc thoại chúng tôi khảo sát thì có 27 cuộc thoại được bắt đầu bằng lời của người bán. Trong đó, 15 cuộc thoại có đoạn mở thoại tích cực trên tổng số 50 cuộc thoại.

2.2. Đoạn mở thoại với người mua là người mở lời trước:

Khi người mua là người mở lời trước thường được bắt đầu bằng việc hỏi, thăm dò về mặt hàng bằng cách khen chê, đưa ra yêu cầu của mình về mặt hàng cần mua, Nếu người bán đáp ứng được thì người mua sẽ ở lại để tiếp tục cuộc

thoại, nếu không thì người mua sẽ rời đi. Ở tất cả những cuộc thoại mà chúng tôi đã khảo sát thì 100% người bán đều đáp ứng được nhu cầu của người mua khi họ mở lời.

Dẫn chứng:

Chủ đề: Mua bán cá khô

Địa điểm: Chợ Yên Phụ, Tây Hồ - Hà Nội

Thời gian: 6-11-2018

Nhân vật: SP1: Người mua hàng, nữ, sinh viên, độ tuổi 20-25 tuổi

Sp2: Người bán hàng, nữ, khoảng hơn 50 tuổi.

Mô tả về nhân vật: Sp1: Ăn mặc đơn giản, phong thái nhẹ nhàng, hiền lành, lịch sự

Sp2: Ăn mặc giản dị, nét mặt khó tính, sắc sảo.

(1) SP1: Cô ơi cá khô này bao nhiêu tiền một lạng?

(2) Sp2: 35.000 một lạng nhé, lấy đi cô bớt cho

(3) Sp1: Cháu lấy hai lạng, cô bớt được bao nhiêu ạ?

(4) SP2: 2 lạng 65.000 nhé lấy cả hộp thì thêm cho cô 3.000

(5) Sp1: Bớt nữa không cô ơi?

(6) Sp2: Mà sinh viên cô bán rẻ cho chứ cô nói thách làm gì, lấy đi cô gói luôn cho

(7) Sp1: Cô bớt nữa đi ạ, 60.000 được không cô?

(8) Sp2: Thôi không được đâu, 65.000 là rẻ nhất cái khu này rồi đấy

(9) Sp1: Bớt đi cô ơi cháu lấy luôn không muộn rồi

(10) SP2: Không được đâu, cô nói đúng giá là đúng giá

(11) Sp1: Thế thôi cháu cảm ơn.

Cuộc thoại trên có đoạn mở thoại là một cặp thoại (1)(2) là cặp kế cận ưa thích với cặp Hỏi-trả lời.

Trong lượt lời (1)SP1 thực hiện 1 tham thoại có hành vi chủ hướng hỏi về giá của mặt hàng cần mua. Lượt lời (2) của Sp2 thực hiện hai tham thoại. Tham thoại thứ nhất với hành vi chủ hướng trả lời cho câu hỏi của Sp1. Tham thoại thứ 2 là lời mời chào mua hàng thông qua hành vi mở rộng. Lời chào mua hàng này còn có ý hứa sẽ giảm giá cho người mua, khiến người mua có hứng thú để tiếp tục cuộc trao đổi. Sau khi lượt lời (2) được nói ra thì người mua đã bắt đầu thuận ý đi vào thân cuộc thoại để thương lượng về giá cả. Đoạn mở thoại tích cực.

3. Bước đầu lí giải giải yếu tố văn hóa chi phối đến cấu trúc đoạn mở thoại mua bán trong cuộc thoại mua bán.

Một cuộc thoại bị chi phối bởi các yếu tố như nhân vật giao tiếp, thời gian, địa điểm và tính thống nhất về chủ đề giao tiếp, nhưng bên cạnh đó ta cũng cần

phải quan tâm đến ngữ cảnh và hoàn cảnh giao tiếp của cuộc thoại. Đó là những hiểu biết của cả người nói và người nghe về văn hóa, chính trị, kinh tế, tôn giáo, tâm lí... mà người giao tiếp nắm được. Một trong số đó, yếu tố về văn hóa đã có sự chi phối không nhỏ đến cuộc thoại mua bán cũng như các đoạn thoại mua bán.

Hiện nay, với sự ảnh hưởng của nền kinh tế thị trường thì việc mua bán, trao đổi là một hoạt động để phát triển kinh tế rất phổ biến ở mọi loại hình và có tính cạnh tranh cao. Đối với mô hình chợ, loại mặt hàng được bày bán đa dạng hơn, số lượng lớn hơn và giá cả có sự thay đổi, chênh lệch theo thời vụ, người mua hàng có vô vàn lựa chọn cho bản thân mình mà không phải bị bó buộc bởi điều kiện kinh tế. Bởi vậy, những người bán hàng ngày nay luôn có sự chủ động lên tiếng trước để chào mời, giới thiệu hàng hóa và rất đôn đả, lịch sự. Việc sử dụng các chỉ dấu lịch sự trong lời nói của họ và những lời khen, nịnh nọt khách còn cho ta thấy được sự phát triển về mặt nhận thức cũng như về giáo dục, dân trí và đời sống của người dân đã cao hơn, gần như họ không còn buông ra những lời thô thiển, bất lịch sự, thiếu chủ ngữ, vị ngữ, thái độ khó chịu, kèn kiệu, hống hách khi không bán được hàng như trước, đã tạo được cảm hứng cho người mua, thể hiện giao tiếp có văn hóa, lịch sự. Người bán hàng hiện nay cũng đã rất chịu khó tiếp thu, học hỏi những cách thức quảng cáo về mặt hàng cũng như tích lũy kinh nghiệm bán hàng, chủ yếu ở những mặt hàng thời trang và đối tượng khách hàng là nữ để tìm hiểu về tâm lí của họ, bởi vậy mà những lời quảng cáo đều dựa trên logic lập luận từ những lẽ thường. Trên hết, tất cả đều dựa trên quy luật thuận mua vừa bán.

Bên cạnh đó, người mua hàng ngày nay đóng một vai trò không nhỏ trong việc trao đổi, mua bán bởi nếu có cung thì phải có cầu, và nhu cầu trong việc mua bán ở thời điểm hiện nay với họ là rất cao vì chỉ cần có tiền thì sẽ mua được thứ họ muốn. Dù là mua hàng ở chợ nhưng họ lựa chọn, xem xét sao cho thật tỉ mỉ, thật ưng ý mới có thể mua hàng, vậy nên đòi hỏi người bán phải khéo léo, đôn đả, tạo được cảm hứng khi mở đầu đoạn thoại mua bán để người mua có tâm thế thấy mình được phục vụ tốt mà mua hàng. Họ có thể mua hàng không vì món hàng đó quá xuất sắc mà vì thấy người bán hàng nhiệt tình, khéo léo, tuy nhiên trong một số trường hợp với những người quá kĩ tính thì việc người bán có khéo đến mấy cũng không thể thuyết phục được họ bởi cái họ quan tâm hàng đầu là chất lượng của mặt hàng.

Ngoài việc đặt văn hóa vào sự phát triển kinh tế của đất nước thì chúng tôi còn xét thêm về mặt thói quen, văn hóa giao tiếp của người Việt từ xưa đến nay.

3.1. Với đối tượng giao tiếp, người Việt Nam có thói quen ưa tìm hiểu, quan sát, đánh giá [8, tr310,311]... về tuổi tác, ngoại hình, địa vị xã hội,... Thói

quen ưa tìm hiểu này (hoàn toàn trái ngược với người phương Tây), vì vậy ta cũng có thể dễ dàng giải thích được vì sao trong đoạn mở thoại của cuộc thoại mua bán, người bán hàng thường chào mời khách bằng những lượt lời dài dòng, với các hành động khen ngợi, nịnh nọt về bề ngoài của khách để tạo cảm giác gần gũi với người mua hơn và gây ấn tượng với người mua.

Dẫn chứng:

Chủ đề: Mua bán giày dép

Địa điểm: Chợ Hôm Đức Viên, Phố Huế - Hà Nội

Thời gian: Ngày 30-10-2018

Nhân vật:

Sp1: Người bán, nữ, khoảng 30 tuổi

Đặc điểm: Gương mặt hơi già dặn so với tuổi, lời nói ngọt ngào, đưa đẩy.

Sp2: Người mua, nữ, khoảng 22 tuổi.

Đặc điểm: Mặc váy ngắn, tóc xoăn, trang điểm đậm.

Đoạn mở thoại:

Sp1: Người đẹp ơi! Vào xem giày dép đi. Toàn mẫu mới về đây

Sp2: Đôi Channel màu nâu kia có size 36 không chị?

Sp1: Đôi ý hết 36 rồi, còn 35 với 37 thôi. Chân em trắng thế kia đi màu đen với đỏ mận đẹp lắm đấy. Hai màu ý thì vẫn còn đủ size.

Sp2: Chị lấy cho em thử đôi màu đen size 36 xem nào.

Sp1: Đây, đôi này đang hot nhiều người mua lắm. Ngồi ghé thử đi em.

SP2: Vâng

Sp1: Đây trông lên chân ôm chân chưa?

Mời chào khách bằng những lời khen như “Gái xinh ơi, người đẹp ơi...” đều dựa vào sự quan sát, đánh giá qua cái nhìn ban đầu từ trang phục, cách đi đứng,...nhất là đối với đối tượng khách hàng là nữ. Đây cũng là một chiến lược mua bán thông minh mà chúng ta học hỏi được nhờ sự phát triển chung của nền kinh tế, văn hóa trong thời đại mới. Nhờ thói quen này mà người bán đánh giá được người mua qua ngoại hình và đã sử dụng lịch sự chiến lược quy ước và các nguyên tắc lịch sự nâng cao thể diện của đối phương nhằm đưa đẩy, mở đầu để bắt đầu cuộc mở thoại với hi vọng sẽ bán được hàng.

3.2. Do phân biệt chi li các quan hệ xã hội, mỗi cặp giao tiếp thường có cách xưng hô riêng và mặt khác chúng ta có hệ thống nghi thức lời nói rất phong phú, không chỉ có các đại từ nhân xưng mà chúng còn được biến đổi linh hoạt bằng lượng lớn các danh từ chỉ thân tộc (chị-em; anh-em; cô-cháu; chú-cháu;...) Bởi thế nên, người Việt có thói quen sử dụng các danh từ chỉ thân tộc để xưng hô, giao tiếp [8, tr314]

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Hôm Đức Viên

Chủ đề: Mua bán khăn, mũ len.

Thời gian: 18-01-2019

Nhân vật: Sp1: Người bán hàng, nữ, khoảng hơn 50 tuổi

Sp2: Người mua hàng, nữ, khoảng 20 tuổi, là sinh viên.

Mở thoại

Sp1: Vào xem khăn này con gái ơi! Vào đây cô lấy rẻ cho

Sp2: Cháu xem cái khăn Agne đỏ kia nhé.

Sp1: Màu ý đang hot, nhiều khách hỏi lắm, con cứ đeo thử đi, cô để rẻ cho.

Sp2: Vâng

Thân thoại

Sp1: Cái này bao nhiêu thế ạ?

Sp2: Cô chẳng nói thách đâu, đúng giá 130,000 con gái ơi

Sp1: Bớt được không cô, trên mạng cháu thấy bán có 100.000 đấy cô.

Sp2: Ở đây không có giá ý đâu con ơi

Sp1: Thế thôi cháu không lấy đâu

Sp2: Trả thêm cô 10000 nữa được không?

Sp1: Vâng được ạ.

Sp2: Ừ rồi.

Kết thoại

Sp1: Cháu gửi, cô xem đủ chưa?

Sp2: Đủ rồi con.

Sp1: Cháu cảm ơn nhé.

Cặp xưng hô Cô-con của người bán thể hiện vai vế, lứa tuổi của cả hai thoại nhân rất rõ ràng. Người bán gọi người mua là “Con” cho thấy mối quan hệ là không có khoảng cách, gần gũi, thân mật dù họ là hai người xa lạ, tạo ra hiệu quả rất lớn trong suốt quá trình giao tiếp.

Bên cạnh đó, ngoài sử dụng các danh từ thân tộc để xưng hô thì trong cách xưng hô của người Việt ở các lượt lời của người kém tuổi hơn thường đi kèm cuối câu các tiểu từ tình thái như “nhé”; “ạ”;...Nếu không có các tiểu từ tình thái này rất có thể cuộc giao tiếp sẽ bị đánh giá là nói “trống không” và điều ấy không phù hợp với văn hóa của người Việt Nam.

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Đồng Xuân – Hoàn Kiếm – Hà Nội.

Chủ đề: Mua bán si lê áo phong nam

Nhân vật: Sp1: Người mua, Nam, khoảng 30 tuổi.

Sp2: người bán, nữ, khoảng 45 tuổi.

Thời gian: 02-11-2018

Mở thoại:

Sp1: Chào chị, cho em hỏi hàng chị có bỏ si áo phong tron nam không ạ?

Sp2: Em mua si à, vào đây chị bảo.

SP1: Vâng.

Có thể nói, cách xưng hô tham gia vào giao tiếp biểu hiện tính lịch sự chuẩn mực. Nếu như vi phạm những chuẩn mực trong xưng hô chính là đã vi phạm phép lịch sự tối thiểu của người Việt, nhất là đối với những người có tuổi tác lớn trong xã hội thì việc xưng hô càng phải nghiêm ngặt. Hơn nữa, khi kết hợp với thói quen quan sát đánh giá, ở một số trường hợp khác, khi đoán ngầm độ tuổi của khách hàng người bán sẽ điều khiển lời nói của mình xưng hô sao cho phù hợp. Qua khảo sát 50 cuộc thoại, có những cuộc thoại dù người bán nhiều tuổi hơn khách nhưng vẫn gọi bằng “chị”, “anh”, điều đó khiến cho người mua cảm thấy được tôn trọng, gần gũi. Hay có những cuộc thoại, cả hai đều gọi nhau xưng em và gọi nhau là chị. Điều đó thể hiện được cả tính tôn ti, kỹ lưỡng “xưng khiêm hô tôn” của chúng ta. Dù là người mua hay người bán, họ cũng sẽ có những quan sát, đánh giá về đối phương để điều chỉnh lời ăn tiếng nói của mình sao cho chuẩn mực, lễ phép, văn minh và rõ ràng.

3.3. Thói quen ưa tìm hiểu, quan sát không chỉ chi phối cách xưng hô giữa người mua và người bán mà còn là yếu tố tác động đến các tham thoại và hành vi ở lời của người bán khi mời chào. Có thể nói, người Việt chuộng hình thức và thường dựa vào hình thức để đánh giá về đối phương, với đối tượng khách hàng dù ở độ tuổi nào nhưng qua cách họ quan sát về trang phục, phong thái, diện mạo mà họ quyết định có sử dụng lời mời chào thế nào cho phù hợp. Nhất là trong mua bán, trao đổi ở những chợ nội thành Hà Nội, Với những khách hàng có trang phục sành điệu, sang trọng, hợp mode, với phong thái tự tin trong giao tiếp mà họ thường đánh giá đây là những đối tượng khách hàng có điều kiện khá giả, thoáng trong việc định về giá cả, được đánh giá là dân Hà Nội gốc, giống như một “khách hàng tiềm năng”, dễ dàng đạt được mục đích trong mua bán thì họ sẽ có những lời chào mời với nhiều thông tin hơn về mặt hàng, và bên cạnh đó còn là những câu chuyện khác để chào hỏi, làm quen, khen ngợi, nịnh nọt nhằm thuyết phục đối phương. Trong quan sát, những khách hàng có trang phục đơn giản, hoặc thậm chí hơi “quê mùa”, phong thái không tự tin, nhút nhát hoặc diện mạo bình thường thì đôi khi người bán chỉ mời chào ở mức cơ bản là mời vào mua hàng một cách lịch sự chứ không có những hành vi ngôn ngữ nào khác nữa. Đặc biệt, những điểm trên chỉ có ở giao tiếp mua bán ở các chợ, khác với cách thức

chào mời ở các khu mua sắm lớn như khu thương mại, siêu thị, dù là đối tượng khách hàng nào cũng được chào mời như nhau và có quyền lợi được phục vụ riêng. Những yếu tố này cũng chỉ nằm trên cơ sở của sự đánh giá chung dựa trên những tư liệu khảo sát, tiểu luận khoa học này chúng tôi không quy chụp cho tất cả các trường hợp.

3.4. Một điều nữa chúng tôi nhận thấy trong đoạn mở thoại của cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành thì vấn đề chào hỏi cũng là một điểm cần được nói tới. Người Việt từ xưa đến nay có thói quen chào hỏi. Chào nhau không chỉ là điều bắt buộc của cuộc giao tiếp có văn hoá mà còn thực hiện mở đầu của chiến lược giao tiếp. Vì thế cách chào hỏi mở đầu đối với người Việt có giá trị tinh thần hết sức được coi trọng - một giá trị tinh thần cao hơn cả vật chất: “Lời chào cao hơn mâm cỗ”. [5]. Tuy nhiên ở trong một số đoạn mở thoại chúng tôi thu được có rất ít đoạn mở thoại có lời chào, thường chỉ có ở khách quen với người bán (chào bằng cách hỏi thăm nhau “Đi đâu đấy?”; “Mở hàng sớm thế chị?”; “Hôm qua đi đâu mà không mở hàng?”). Người Việt chào hỏi không trọng nghi lễ, có thể chào bằng hỏi, hỏi thăm, gọi tên, nhưng một thực tế cho thấy việc chào hỏi như vậy chỉ được diễn ra đối với những người quen nhau, có quan hệ thân hoặc sơ. Còn đối với trong một cuộc thoại mua bán khi hai thoại nhân là hai người xa lạ thì việc chào hỏi dường như đã bị bỏ qua, không có người bán hàng nào ở chợ có thói quen ấy, và chỉ còn lại bước mời mọc của người bán, hỏi han về mặt hàng của người mua. Qua khảo sát 50 cuộc thoại, chúng tôi thấy chỉ có duy nhất 01 cuộc thoại có lời chào đến từ người mua hàng.

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Đồng Xuân – Hoàn Kiếm – Hà Nội.

Chủ đề: Mua bán sỉ lẻ áo phong nam

Nhân vật: Sp1: Người mua, Nam, khoảng 30 tuổi.

Sp2: người bán, nữ, khoảng 45 tuổi.

Thời gian: 02-11-2018

Mở thoại:

Sp1: Chào chị, cho em hỏi hàng chị có bỏ sỉ áo phong tron nam không ạ?

Sp2: Em mua sỉ à, vào đây chị bảo.

SP1: Vâng.

Khác với các nước phương Tây, họ luôn có thói quen sử dụng lời chào một cách thoải mái đối với mọi người xung quanh. Việc không có lời chào ở đoạn mở thoại đôi khi không ảnh hưởng nhiều đến diễn tiến của quá trình mua bán, vẫn đưa cuộc mua bán đến với đích cuối cùng nhưng chúng tôi cho rằng nếu có lời chào giữa hai người trong cuộc thoại mua bán dù họ xa lạ với nhau vẫn là

một điểm cộng lớn và cuộc thoại có khả năng thành công cao hơn. Bởi nó thể hiện được cách ứng xử, đạo đức đối với người xung quanh, và Việt Nam là một đất nước đang trong quá trình hội nhập, đời sống, dân trí của người dân ngày càng được nâng cao, họ thích được phục vụ thật tốt và chú trọng nhiều đến cách thức quan tâm, tôn trọng khách hàng. Việc học cách ứng xử lịch sự từ các nước phương Tây là điều hoàn toàn cần thiết, nhất là đối với việc trao đổi buôn bán nhiều cạnh tranh như ở các chợ và kinh tế thương mại sẽ ngày một phát triển trong tương lai.

Tiểu kết

Lý thuyết hội thoại đã giúp chúng ta đi sâu nghiên cứu tìm hiểu, vận dụng thực tế các cuộc thoại mua bán. Trong toàn bộ cuộc thoại, chúng tôi nghiên cứu về cấu trúc phần mở thoại và các yếu tố văn hóa Việt chi phối nó rút ra được những kết luận sau:

Đoạn mở thoại là đoạn mở ra cuộc thoại giữa hai người trong giao tiếp có cấu trúc khá đơn giản là 1 cặp thoại có chức năng dẫn nhập, mở ra toàn bộ cuộc thoại. Trong các cặp thoại này là các lượt lời giữa người mua và người bán được luân phiên, kế tiếp nhau phát ra. Trong mỗi lượt lời được cấu thành bởi các tham thoại với các hành vi ngôn ngữ khác nhau, có mục đích khác nhau.

Trong đoạn mở thoại mua bán, dù là người mua mở lời trước hay người bán mở lời trước thì đều thực hiện những hành động như: chào hỏi, mời mọc, giới thiệu hàng hóa, sự chấp thuận của người mua. Nếu cả người mua và người bán đều phản hồi tích cực để dẫn đến thương lượng ở phần thân thoại thì đoạn mở thoại này được cho là tích cực, thành công. Nếu cả hai không có sự đồng thuận thì đoạn thoại đưa cuộc thoại đến sự kết thúc và trở nên tiêu cực.

Từ việc nghiên cứu tìm hiểu, phân tích, khảo sát cuộc thoại mua bán tại một số chợ nội thành Hà Nội và chỉ ra cấu trúc đoạn mở thoại, chúng tôi đã bước đầu lí giải về yếu tố văn hóa Việt chi phối đoạn mở thoại để đưa nó đến đoạn mở thoại thành công. Yếu tố văn hóa được đặt trong sự phát triển của nền kinh tế thì văn hóa cũng sẽ phát triển theo và đã có những bước thay đổi rõ rệt. Bên cạnh đó còn một số nét văn hóa riêng trong cách ứng xử ảnh hưởng đến đoạn mở thoại như thói quen trong giao tiếp từ xưa đến nay cần được phát huy hoặc có những nét văn hóa cần phải cải thiện, tiếp thu nhiều hơn để cuộc thoại mua bán trở nên tích cực hơn với tiêu chí văn minh, lịch sự, có văn hóa.

Chương 3: Cấu trúc đoạn kết thoại qua khảo sát tư liệu các cuộc thoại mua bán ở một số chợ nội thành Hà Nội.

1. Phân loại đoạn kết thoại trong cuộc thoại trao đổi – mua bán:

1.1. Kết thoại tích cực

Đoạn kết thoại phản ánh kết quả của quá trình diễn biến từ lúc mở đầu cho đến khi kết thúc cuộc thoại thành công hay thất bại. Sở dĩ, xuất hiện đoạn kết thoại trong cuộc thoại mua bán thường là khi ở đoạn thân thoại người bán và người mua đã thuận ý nhau về giá cả, chất lượng mặt hàng sau quá trình mặc cả để tiến đến bước trao đổi hàng hóa, tiền mặt (thân thoại tích cực). Nếu như không có sự đồng thuận này ở phần thân cuộc thoại thì cuộc thoại ấy sẽ bị hẫng, đứt đoạn và dẫn đến không có phần kết thoại.

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Phúc Tân – Hoàn Kiếm - Hà Nội.

Chủ đề: Mua bán hoa quả

Nhân vật: Sp2: Người bán: Bác bán hàng nữ, khoảng hơn 50 tuổi,

Đặc điểm: ăn mặc giản dị, giọng nói nhẹ nhàng.

Sp1: Người mua: Bạn nữ sinh viên, khoảng 20 tuổi

Đặc điểm: lịch sự, nhỏ nhẹ, hiền lành.

Mở thoại

(1)Sp1: Dưa hấu hôm nay bao nhiêu một cân đây bác ơi?

(2)Sp2: Còn ít, tôi để cô 20000 1 cân đấy.

Thân thoại

(3)Sp1: Ói giỏi, đắt thế ạ!

(4)Sp2: Còn có hai quả thôi, cô lấy thì lấy

(5)Sp1: Bác bớt cho cháu đi, quả này chắc gần 2 cân chứ mấy.

(6)Sp2: 17000 nhé, đây tôi cân thử.

(7)Sp1: Rồi, cân chuẩn đấy nhé bác.

(8)Sp2: Yên tâm đi, 2 cân 2 đây này, 36000 nhé?

(9)Sp1: Vâng, cháu lấy.

Kết thoại

(10)Sp1: Tiền đây bác.

(11)Sp2: Xin cô nhé.

Ở cuộc thoại trên, đây là một cuộc thoại có phần thân thoại tích cực bởi người bán và người mua cùng đồng thuận về chất lượng mặt hàng và giá cả thông qua một loạt lượt lời và các hành vi như mặc cả, xác tín từ lượt lời (3) cho đến (9). Tuy nhiên ta chú trọng vào lượt lời của SP1 và SP2 như sau:

(5)Lượt lời của người mua hàng với 2 tham thoại với mục đích đề nghị

- Tham thoại 1: Bác bớt cho cháu đi (hành vi chủ hướng: đề nghị)
- Tham thoại 2: Quả này chắc gần 2 cân chứ mấy (Hành vi mở rộng: Đoán)

(6) Lượt lời của người bán với mục đích tán thành, xác tín

- Tham thoại 1: 17000 nhé (Hành vi chủ hướng: Xác nhận)
- Tham thoại 2: Đây tôi cân thử (Hành vi mở rộng: thông báo)

(8) Lượt lời của người bán với mục đích hỏi

- Tham thoại 1: Yên tâm đi (hành vi phụ thuộc: trả lời)
- Tham thoại 2: 2 cân 2 đây này (hành vi mở rộng: thông báo)
- Tham thoại 3: 36000 nhé (Hành vi chủ hướng: hỏi)

(9) Lượt lời của người mua với 2 tham thoại là mục đích tán thành

- Tham thoại 1: Vâng (Hành vi phụ thuộc: Trả lời)
- Tham thoại 2: Cháu lấy (Hành vi chủ hướng: Tán thành)

Xét đoạn thân thoại, ở các lượt lời và tham thoại có hành vi xác nhận, tán thành của cả hai bên nên cả hai vui vẻ đi đến bước trao đổi tiền mặt, hàng hóa ở phần kết thoại. Và cũng nhờ có sự tán thành ấy mà mới xuất hiện đoạn kết thoại trong cuộc thoại trao đổi, mua bán ở các lượt lời (10) (11) với hành vi trả tiền và nhận tiền của người bán, người mua.

1.2. Kết thoại tiêu cực

Trong một số trường hợp, chúng ta vẫn hay có sự nhầm lẫn khi cho rằng khi Sp1 và Sp2 không có sự thỏa thuận về chất lượng, giá cả và từ chối mua hàng, người mua bỏ đi là kết thúc cuộc thoại, gọi đó là đoạn kết thoại tiêu cực. Thực chất, đoạn kết thoại này thuộc phần thân cuộc thoại. Nghĩa là khi đoạn thân thoại tiêu cực thì sẽ không xuất hiện đoạn kết thoại.

Dẫn chứng:

Chủ đề: Mua bán giày dép

Địa điểm: Chợ Hôm Đức Viên – Phố Huế - Hoàn Kiếm – Hà Nội.

Nhân vật:

Sp1: Người bán hàng, nữ, khoảng 30 tuổi

Đặc điểm: Ăn mặc lòe loẹt, gọn gàng, nói nhanh.

Sp2: Người mua hàng, nữ, khoảng 20 tuổi

Đặc điểm: Ăn mặc sành điệu, màu sắc.

Mở thoại

(1)Sp1: Giày dép gì không em ơi, vào xem đi

(2)Sp2: Vâng

(3)Sp1: Em xem giày dép gì cứ chọn đi thử thoải mái nhé

Thân thoại

(4)Sp2: Đôi dép lông kia bao nhiêu chị?

(5)Sp1: 160000 có hai màu đấy, màu đen đẹp nhất em ạ

(6)Sp2: Trông lông bùng bùng thế mà tận trăm sáu, em chịu thôi, 90000 nhé, chỉ thế thôi!

(7)Sp1: Cái cô này, hàng này hàng đẹp đấy.

(8)Sp2: Chị nói thế đắt quá, chịu thôi

Kết thoại

(9)Sp1: Không mua thì thôi.

(10)Sp2: (Bỏ đi)

Xét phần thân cuộc thoại của đoạn thoại, giống như các đoạn thoại mua bán, sau khi người bán thông báo về giá cả mặt hàng thì xuất hiện hành vi mặc cả của người mua và xác nhận của người bán, tuy nhiên ở đây người bán không tán thành với cái giá được đưa ra, khiến người mua bỏ đi. Như vậy chưa đạt được cái đích của cuộc thoại mua bán tức là chưa đi đến cuối cùng, cả hai vẫn chưa thỏa mãn được mục đích cá nhân, vì vậy đoạn kết thoại ở trên được coi như nhập vào thân thoại.

Lượt lời (6) của người mua với 4 tham thoại mục đích chính là hỏi đề mặc cả:

- Tham thoại 1: Trông lông bùng bùng thế mà tận trăm sáu (Hành vi phụ thuộc: Chê bai)

- Tham thoại 2: Em chịu thôi (Hành vi mở rộng: từ chối)

- Tham thoại 3: 90000 nhé (Hành vi chủ hướng: Hỏi đề mặc cả)

- Tham thoại 4: Chỉ thế thôi (Hành vi mở rộng: kết luận)

Lượt lời (7) của người bán với 2 tham thoại mục đích chính là khẳng định

- Tham thoại 1: Cái cô này (Hành vi phụ thuộc: biểu cảm)

- Tham thoại 2: Hàng này là hàng đẹp đấy (Hành vi chủ hướng: khẳng định)

Lượt lời (8) của người mua hàng với 2 tham thoại mục đích chính là từ chối

- Tham thoại 1: Chị nói thế đắt quá (Hành vi mở rộng: Chê bai)

- Tham thoại 2: chịu thôi (Hành vi chủ hướng: từ chối)

Lượt lời (9) của người mua hàng với 1 tham thoại mục đích chính là bộc lộ cảm xúc

- Tham thoại 1: Không mua thì thôi (Hành vi chủ hướng: Bộc lộ cảm xúc bực dọc)

Xét các lượt lời từ (6) đến (9) của hai nhân vật ta thấy vẫn cùng trong một sự kiện lời nói: hỏi – trả lời về việc mặc cả chứ không chuyển sang sự kiện lời nói khác. Người bán hàng không bán được hàng đã tỏ ra bực dọc, khó chịu với khách hàng khi họ chê bai mặt hàng và trả giá quá thấp, khách hàng cắt ngang cuộc thoại bằng cách im lặng và bỏ đi. Như vậy, phần kết thoại được nhập vào thân thoại vì vẫn cùng trong một sự kiện lời nói.

Khi người bán tỏ thái độ bức dọc, thô lỗ đã vi phạm quy tắc hội thoại, do đó cuộc hội thoại đi đến tiêu cực. Cụ thể là ngôn ngữ phát ra còn thô thiển, thiếu lịch sự khiến cuộc thoại bị cắt ngang, bỏ dở. Đoạn kết thoại tiêu cực sẽ ăn nhập luôn vào thân cuộc thoại.

Những phân tích trên nhằm chỉ rõ sự phân loại đoạn kết thoại trao đổi mua bán. Tuy nhiên, trong khóa luận này, chúng tôi chỉ tập trung nghiên cứu những cuộc thoại có kết thoại tích cực để cuộc thoại có đủ cấu trúc 3 phần rõ rệt. Nếu như đoạn mở thoại bị chi phối nhiều bởi yếu tố ngoại cảnh thì đoạn kết thoại dường như hoàn toàn bị chi phối bởi thân thoại, hoạt động mặc cả, định giá. Thân thoại sẽ là bước quan trọng để xác định xem cuộc trao đổi, mua bán ấy có đi tới cái đích không, và cái đích ấy chính là kết thoại.

II. Cấu trúc đoạn kết thoại trong cuộc thoại trao đổi, mua bán (Trong cuộc thoại tích cực đầy đủ, rõ ràng cấu trúc ba phần)

1.1. Cấu trúc đoạn kết thoại:

Từ việc phân tích tư liệu, chúng tôi thấy được đoạn kết thoại nằm ở phần cuối cùng của cuộc thoại. Xác định cấu trúc của đoạn kết thoại, chúng tôi dựa vào cặp thoại để xét cấu trúc của lượt lời. Từ lượt lời đi nghiên cứu các tham thoại và chỉ ra các hành vi ngôn ngữ và rút ra mục đích chung của đoạn kết thoại.

Các đoạn kết thoại tích cực chúng tôi nghiên cứu đều có cấu trúc là một cặp thoại với các sự kiện lời nói thường gặp là: trao đổi hàng hóa, tiền mặt, lời chào, lời cảm ơn, hẹn lần sau đến mua hàng tiếp. Các tham thoại của hai thoại nhân sẽ lần lượt thực hiện đích chính của cuộc thoại mua bán để cả người mua và người bán đều đạt được mục đích giao tiếp cuối cùng của mình là bán được hàng và mua được hàng.

Thông thường, trong đoạn kết thoại mua bán sẽ có những dấu hiệu nhận biết đơn giản nhất là: Sp1 (người bán) khẳng định giá, giao hàng; Sp2 (người mua) trả tiền, cảm ơn; Hoặc ngược lại, Sp2 là người khẳng định lại giá, đề nghị giao hàng; Sp1 nhận tiền và cảm ơn. Cả hai bên đều thỏa mãn được mục đích giao tiếp trong vui vẻ, song phẳng. Ngoài ra sẽ có những dấu hiệu của phép lịch sự khác như hẹn hò, cảm ơn, chào tạm biệt, nhưng tuy nhiên còn tùy vào đối tượng giao tiếp là đối tượng như thế nào và phần này cũng là một trong những điều bị ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố văn hóa, xã hội, dân trí mà chúng tôi đề cập ở phần sau.

1.2. Phân tích cấu trúc đoạn kết thoại

Chủ đề: Mua bán rau củ.

Địa điểm: Chợ Yên Phụ - Tây Hồ - Hà Nội.

Thời gian: 29-12-2018.

Nhân vật: Sp1: Người mua hàng: giới tính nữ, khoảng 40 tuổi

Sp2: Người bán hàng: giới tính nữ, khoảng 30 tuổi

Đặc điểm: Sp1: già dặn, ăn mặc kiểu công sở, lịch sự.

Sp2: ăn mặc đơn giản, khắc khổ, là người ngoại tỉnh.

Mở thoại

(1)Sp1: Có rau mồng tơi không em ơi ?

(2)Sp2: Có chứ chị gái, rau gì em chả có, mồng tơi sáng vừa mang lên đây, hay ăn bắp cải cũng ngon lắm này chị

Thân thoại

(3)Sp1: Thôi, lấy chị hai mớ mồng tơi đi, lâu không ăn

(4)Sp2: Vâng, mùa này ăn cho nó mát

(5)Sp1: Bao nhiêu đấy?

(6)Sp2: 18000 2 mớ chị ơi

(7)Sp1: Eo, 15000 được không?

(8)Sp2: Bây giờ em vẫn bán giá ấy mà, hai mớ này to

(9)Sp1: Thôi 15000 hai mớ này, chị còn mua ở đây nhiều

(10)Sp2: Thôi được rồi, lời lãi bao nhiêu đâu mà chị cứ.

Kết thoại

(11)Sp1: Lấy mớ nào nhất rồi nhé.

(12)Sp2: Em nhất rồi mà, em xin tiền nào.

(13)Sp1: Đây (rút tiền ra trả), cho chị hai túi riêng nhé.

(14)Sp2: Vâng. Ăn rau gì mai lại ra hàng em nhé.

Đoạn thoại mua bán trên là đoạn thoại mua bán có đầy đủ cấu trúc ba phần, như chúng tôi đã đề cập ở trên, bởi đây là đoạn thân thoại tích cực, khi người bán và người mua cùng thống nhất được với nhau về mặt hàng và giá cả. Ở đoạn kết thoại trong đoạn thoại này, chúng tôi xác định được một cặp thoại với sự kiện lời nói: Yêu cầu lấy hàng - trao đổi tiền và hàng.

Cặp thoại này ở phần kết thoại bao gồm các lượt lời từ (11) đến (14) do Sp1 và Sp2 thực hiện để tiến đến trao đổi hàng hóa, tiền mặt. Xét các lượt lời, ta thấy:

(11)Sp1: Lượt lời của người mua hàng với 1 tham thoại mục đích yêu cầu

- Tham thoại: Lấy mớ nào nhất rồi nhé (hành vi chủ hướng: yêu cầu)

(12) Sp2: Có 2 tham thoại với mục đích khẳng định

- Tham thoại 1: Em nhất rồi mà (hành vi chủ hướng: khẳng định)

- Tham thoại 2: Em xin tiền nào (Hành vi mở rộng: Xin)

(13)Sp1: Gồm hai tham thoại với mục đích xác nhận

- Tham thoại 1: Đây (đi kèm với hành động rút tiền ra trả, hành vi chủ hướng: Xác nhận)

- Tham thoại 2: Cho chị hai túi riêng nhé (Hành vi mở rộng: yêu cầu)

(14) Sp2: Gồm hai tham thoại với mục đích hẹn hò

- Tham thoại 1: Vâng (Hành vi phụ thuộc: Xác nhận yêu cầu)

- Tham thoại 2: Ăn rau gì mai lại ra hàng em nhé (Hành vi chủ hướng: Hẹn)

=> Qua các lượt lời, ta thấy được sự chủ động, sòng phẳng của cả người mua và người bán trong việc trao đổi hàng hóa. Được thể hiện qua các tham thoại với một loạt hành vi như yêu cầu, đề nghị giao hàng, giao tiền, xác nhận và hẹn lần sau lại quay lại của người bán với người mua. Không khí của cuộc thoại thoải mái, không có sự khó chịu cho cả hai bên vì đã chấp thuận về giá cả từ đoạn thân thoại. Bởi vậy mà chức năng của đoạn kết thoại là đánh dấu sự thành công cho cuộc thoại trao đổi, mua bán, tức là cả hai thoại nhân đều đạt được mục đích giao tiếp của mình và đi đến khép lại cuộc thoại. Nội dung của cuộc trò chuyện ở đoạn kết thoại thường ngắn gọn, nhanh chóng và ít rườm rà hơn đoạn mở thoại.

1.3. Nhận xét, đánh giá:

Ngoài các hành vi như yêu cầu, đề nghị, xác nhận, trả tiền, hẹn quay lại thì còn các hành vi khác như cảm ơn, chào,.. thường xuất hiện ở đoạn kết thoại mà ta không thấy có trong đoạn thoại này. Sở dĩ, có xuất hiện các hành vi ấy hay không đều phụ thuộc vào cách ứng xử, phép lịch sự, hiểu biết, vốn sống, văn hóa của cả người bán và người mua, và trong các đoạn thoại khác nhau giữa các thoại nhân khác nhau cũng sẽ có sự khác biệt. Trong đoạn thoại trên hoàn toàn không có phần cảm ơn, chào hỏi sau khi mua được hàng, sở dĩ, ta thấy nhân vật giao tiếp ở đây là hai người phụ nữ, cách nói chuyện của họ khá cởi mở, xét người mua hàng trong trường hợp này là một phụ nữ công sở, đứng đắn và lịch sự, chủ động hỏi về loại rau cần mua, và mục đích của người này là muốn mua được rau với giá rẻ nên cách nói chuyện có phần thân mật với người bán hơn khi chủ động xưng chị, em, khi đã mặc cả được với người bán thì chủ động đưa ra những yêu cầu, đề nghị cho mặt hàng của mình, khi người bán thực hiện yêu cầu, trao hàng lại không có lời cảm ơn. Vậy, người phụ nữ này tuy có những đặc điểm của người có học thức nhưng lại cư xử chưa lịch sự, đây cũng là một bài học mà người ta vẫn thường nói “đừng trông mặt mà bắt hình dong”. Xét về phía người bán hàng, đây là một người phụ nữ ngoại tỉnh, đơn giản, khắc khổ, cũng có thể vì những đặc điểm này của người bán mà người mua có sự đánh giá thấp về địa vị xã hội, trình độ học vấn nên dẫn đến cách ứng xử như vậy. Mặt khác, ta cũng thấy ở lượt lời (12), người bán chủ động xin tiền từ khách đã là vi phạm quy tắc hội thoại, đe dọa vào thể diện âm tính của người mua, nhưng tuy nhiên trên thực tế diễn ra nó lại là sự sòng phẳng trong mua bán. Khi nhận được tiền từ người mua, người bán cũng không có hành vi cảm ơn. Cũng có thể coi lời hẹn quay lại mua hàng tiếp ở

lượt lời (14) là thay cho lời chào của người bán hàng, bởi nó thể hiện mong muốn cho những cuộc thoai mua bán, trao đổi tiếp theo sẽ thành công, và theo tâm lí bán hàng thì họ thích có nhiều khách quen, nên việc hẹn khách quay lại là điều tất yếu để họ đạt được mục đích bán hàng. Theo đánh giá chủ quan của chúng tôi thì việc xuất hiện các hành vi ở lời nói trên bị ảnh hưởng bởi vốn sống, trình độ văn hóa của người bán còn hạn chế.

Bên cạnh đó, cũng có những đoạn kết thoai thể hiện đúng quy tắc hội thoai, đáp ứng được sự tuyên dương thể diện của người mua và người bán. Đó là khi người mua chủ động nhận hàng, giao tiền. Người bán có lời cảm ơn trực tiếp, hẹn lần sau đến mua. Hoặc người bán chủ động giao hàng, người mua trả tiền, cảm ơn khi nhận hàng

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Ngọc Hà – Ba Đình – Hà Nội

Chủ đề: Mua bán mũ lưỡi chai

...

Kết thoai

Sp2: Của em đây!

Sp1: Em gửi tiền.

Sp2: Cảm ơn em. Sau mua mũ gì cứ đến hàng chị nhé, chị để rẻ cho.

SP1: Vâng, em cảm ơn.

Ở đoạn kết thoai trên, ta thấy ở Sp1 và Sp2 đều sử dụng những tham thoai có hành vi tường minh “Cảm ơn” sau quá trình trao đổi với nhau. Như vậy, đối tượng Sp1 và Sp2 ở đây đều là những người giao tiếp có văn hóa, lịch sự, khéo léo.

Tuy nhiên, những đoạn kết thoai trên có tần số xuất hiện trong các cuộc thoai trao đổi mua bán ở các chợ nội thành chỉ đạt khoảng 15% (Trên tổng số 50 cuộc thoai).

Hơn nữa, với mô hình chợ, đối tượng trao đổi mua bán ở đây cũng bao gồm nhiều tầng lớp khác nhau, phức tạp, nhưng đa phần những người buôn bán các mặt hàng thực phẩm tại đây đều kinh doanh nhỏ lẻ, có sạp là hàng rong và xuất thân ngoại tỉnh, trình độ học vấn vẫn phần còn hạn chế. Vì thế nên quan điểm của nhiều người đến thời điểm này vẫn thường đánh giá những người lao động, buôn bán hàng rong ở chợ thường là ít học, thô lỗ... Về vấn đề văn hóa cảm ơn trong mua bán ở mô hình chợ chúng tôi sẽ còn đề cập thêm ở phần sau.

1. Các dấu hiệu nhận biết chuyển tiếp từ thân thoai sang kết thoai:

Các dấu hiệu này được rút ra từ các cuộc thoai có đoạn thân thoai tích cực để chuyển tiếp sang đoạn kết thoai tích cực. Qua khảo sát, các dấu hiệu này được

xuất phát từ lượt lời của người mua hàng là chủ yếu, vai trò của người bán hàng ở phần chuyển tiếp này là tán thành hành vi mặc cả của người mua, thỏa mãn nhu cầu của người mua. Cuộc mua bán trao đổi bước tới kết thoai phụ thuộc vào chủ đích của người mua hàng, đôi khi có những trường hợp dù đã mặc cả thành công, thuận mua vừa bán nhưng người mua có thể thay đổi ý kiến với lí do không thích mặt hàng này nữa. Trong cuộc thoai mua bán trao đổi, người mua hàng luôn ở vai vế cao hơn theo đúng phương châm “khách hàng là thượng đế”.

2.1. Chuyển tiếp bằng hành vi đề nghị, yêu cầu lấy mặt hàng của người mua sau khi đã thỏa thuận về giá:

Trong trường hợp đề nghị, yêu cầu lấy mặt hàng của người mua để chuyển tiếp sang đoạn kết thoai thì người bán bắt buộc phải thực hiện yêu cầu, đề nghị ấy, đó cũng chính là mong muốn, nhu cầu của người bán. Hành động đề nghị ở đây không nhất thiết phải bắt đầu bằng từ “đề nghị”, đề nghị ở đây là một hành vi gián tiếp, hàm ẩn rằng người mua xác nhận, chắc chắn sẽ lấy mặt hàng này để tiến đến bước trao đổi tiền. Nó cũng thể hiện được tư thế của người mua là được coi trọng hơn, quan tâm hơn trong cuộc thoai và mang tính chất quyết định có xuất hiện đoạn kết thoai hay không.

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Long Biên – Hà Nội

Chủ đề: Mua bán hoa quả

Thời gian: 20-01-2019

Thân thoai

(1)Sp1: 8000 1 cân thôi, mua nhiều thì chị lại giảm

(2)Sp2: Thế cho em quả to to kia kìa, chắc một tí đấy

(3)Sp1: Đây, 3 cân 2 đùng luôn. 25000 của em gái.

Kết thoai

(4)Sp2: Vâng, em gửi.

Sp1: Của em đây.

Sp2: Em xin.

Ở lượt lời(2) của người mua có 2 tham thoai với mục đích chính là đề nghị

- Tham thoai 1: Thế cho em quả to to kia kìa (Hành vi chủ hướng: Đề nghị)

- Tham thoai 2: chắc một tí đấy (Hành vi mở rộng: Nhắc nhở)

Cấu trúc của hành vi đề nghị chuyển tiếp của người mua thường là:

Sp1: Lấy cho/cho + Sp1(cách xưng hô)+(số lượng)tên mặt hàng+đặc điểm(nếu có) nhé(hoặc các tình thái từ như “ạ”)

Sp2: Tán thành (lấy hàng và đưa)

Hoặc

Sp1: Sp1(cách xưng hô)+ lấy +(số lượng)tên mặt hàng+mẫu mã, đặc điểm+nhé(hoặc các tình thái từ như “ạ”)

Sp2: Tán thành (lấy hàng và đưa)

Sau đó chuyển tiếp sang phần kết thoại với hành vi trao đổi tiền.

Khi người mua sử dụng hành vi đề nghị lấy mặt hàng vừa giúp cuộc thoại tiến triển và vừa thể hiện được sự ý thức về vị thế của mình trong cuộc thoại mua bán trao đổi (ở vị trí cao hơn người bán), họ là người được phục vụ nên hành động này là hoàn toàn hợp lí. Trong lời đề nghị thỏa mãn về chủ đề của cuộc mua bán là hướng đến mặt hàng, cũng chính là cái đích của cuộc thoại nên đề nghị này không gây ra cản trở. Thường thì hành vi đề nghị sẽ đi kèm với những tham thoại khác với hành vi nhắc nhở, xác nhận lại một lần nữa, hoặc có thể không đi kèm thêm tham thoại nào khác vì mục đích của lượt lời đã thể hiện chắc chắn rằng 90% họ sẽ lấy món hàng đó.

Trong tổng số 50 cuộc thoại đã khảo sát thì 80% các cuộc thoại có đoạn kết thoại tích cực xuất hiện dấu hiệu chuyển tiếp này.

2.2.Sử dụng các tham thoại với hành vi phụ thuộc mục đích xác tín, có cấu tạo là các thán từ:

Ngoài các tham thoại với hành vi đề nghị, yêu cầu thì dấu hiệu chuyển tiếp còn được thể hiện ở các tham thoại với hành vi phụ thuộc mục đích xác tín, tán thành xuất hiện ở cả lượt lời của người mua và người bán khi cả hai cùng thỏa thuận được về giá cả mặt hàng ở bước mặc cả, thương lượng. Tuy nhiên để bước được sang đoạn kết thoại thì những tham thoại có hành vi phụ thuộc ấy phải xuất phát từ người mua, như đã nói ở trên, người mua ở vị trí cao hơn và lời nói của người mua có khả năng quyết định cao hơn người bán, vì người mua có thể thay đổi ý kiến, nhu cầu của mình bất cứ lúc nào tùy vào sở thích, hoàn cảnh hay phụ thuộc vào thái độ của người bán.

Dẫn chứng 1:

Địa điểm: Chợ Trời – Nguyễn Công Trứ - Hà Nội.

Chủ đề: Mua bán phụ kiện xe máy, ô tô

Thời gian: 21-12-2018

Thân thoại

(1)Sp1: Cả công lắp là bao nhiêu chú?

(2)Sp2: Cả công lắp thì 200000, còn mua về tự lắp thì chỉ 150000 thôi, có bảo hành nhé

(3)Sp1: Vâng, chú cho cháu nghe thử mấy cái xem

(4)Sp2: Ưng cái này không, tiếng to mà không bị inh tai

(5)Sp1: Vâng. Có bớt được không chú?

(6)Sp2: Tính cả công lắp mà có 200000, cậu đi ra hãng không có giá ý đâu

(7)Sp1: Vâng. Lắp cho cháu luôn nhé.

Kết thoại

(8)Sp2: Tôi lắp hai mươi phút là xong, ngồi đây đợi

(9)Sp1: Vâng, cháu gửi tiền luôn ạ.

(10)Sp2: Tôi xin.

Ở đoạn thân thoại trên, dấu hiệu chuyển tiếp được thể hiện ở lượt lời (7) của Sp1-người mua. Đây là tham thoại với hành vi phụ thuộc trả lời nhằm tán thành về giá tiền mà Sp2 đưa ra ở (6), dù hành vi chủ hướng ở (7) là đề nghị. Thán từ “Vâng” ở đây để trả lời một cách lễ phép, lễ độ, tỏ ý ưng thuận, thể hiện được tuổi tác, vai vế trong cuộc trò chuyện, khiến đối phương cảm thấy được tôn trọng, cuộc mua bán sẽ diễn ra dễ dàng, thoải mái, vui vẻ hơn, từ đó mà tiến đến kết thoại. Ngoài ra, còn giúp ta đánh giá được người mua là người có văn hóa, lịch sự.

Dẫn chứng 2:

Địa điểm: Chợ Tết truyền thống – Hàng Lược

Chủ đề: Mua bán đồ trang trí

Thời gian: 30-01-2019

Thân thoại

Sp1: Chị mua ít thôi, 4 chiếc thì là bao nhiêu tiền

Sp2: 25000 1 chiếc có 2 loại đây

Sp1: Bớt không em? 20000 nhé?

Sp2: Lấy 5 cái thì em bớt 20000 tròn 100000

Sp1: Cũng được, lấy chị mỗi loại một chiếc

Kết thoại

Sp2: Vâng, của chị đây

Sp1: Đây chị gửi tiền

Sp2: Xin chị gái nhé. Em giả lại này.

Dấu hiệu chuyển tiếp ở dẫn chứng 2 đó là ở lời của người mua Sp1 với thán từ “Cũng được”, tỏ ý ưng thuận dù chưa thật sự thỏa mãn với giá tiền.

Sử dụng các thán từ làm hành vi phụ thuộc trả lời thường sử dụng các thán từ như: Vâng, ok, cũng được, thôi cũng được, ừ, ờ... Với mỗi thán từ sẽ thể hiện một trạng thái cảm xúc, tâm lí khác nhau của người mua và thể hiện được trình độ văn hóa trong giao tiếp của họ có tôn trọng đối phương hay không. Việc sử dụng các thán từ này tạo nên sự chắc chắn trong lời nói của người mua hàng về chủ đề của cuộc mua bán.

Cấu trúc của việc sử dụng thán từ làm hành vi phụ thuộc làm dấu hiệu chuyển tiếp sang kết thoại là:

Sp1(người mua): Thán từ(Vâng, ừ, ok, cũng được...) + tham thoại với hành vi yêu cầu, đề nghị.

Hoặc

Sp1 (người mua):Thán từ(Vâng, ừ, ok, cũng được...)

Tần số xuất hiện các thán từ này làm tham thoại của các lượt lời ở người mua để tiến đến kết thoại xuất hiện 95% ở các cuộc thoại có kết thoại tích cực.

III. Bước đầu lí giải yếu tố văn hóa chi phối đoạn kết thoại:

3.1. Yếu tố văn hóa đầu tiên chúng tôi đề cập đến ở đây đó là văn hóa “Cảm ơn” của người Việt. Mà cụ thể là trong giao tiếp mua bán ở mô hình Chợ. Với 50 cuộc thoại, các đoạn kết thoại với mục đích trao đổi tiền nong, hàng hóa đều hạn chế ở lời cảm ơn, đa số chỉ xuất hiện ở người mua khi nhận được hàng và không có sự phản hồi từ người bán. Một trong nét truyền thống quý báu của ta đó chính là “Ăn quả nhớ kẻ trồng cây”; “Tôn sư trọng đạo” nhưng chúng tôi nhận thấy lời cảm ơn ở các cuộc thoại không bắt nguồn từ truyền thống ấy, liệu đây có phải là một sự mâu thuẫn? Người bán hàng ở mô hình chợ chưa có thói quen nói lời cảm ơn, dù những lời cảm ơn ấy nói ra từ người bán hàng mang mục đích thực dụng kinh tế, tạo mối thiện cảm với người mua để họ quay lại, nghĩa là văn hóa cảm ơn chưa phải là một thói quen thật sự trong cách cư xử lịch sự với chúng ta. Trái hẳn với các nước phương Tây, khi được hỏi "How are you today" (Hôm nay anh khỏe không?), thì câu trả lời lúc nào cũng kèm theo hai chữ cảm ơn -thank you. Phải có chữ cảm ơn đằng sau. Đi chợ mua hàng, sau khi trả tiền, người bán hàng cũng "cảm ơn", và mình (người mua hàng) cũng "cảm ơn" lại. Bên Mỹ, họ còn lịch sự hơn nữa: cảm ơn, và chúc ông/bà một ngày tốt đẹp. Bởi vậy, vẫn còn có những ý kiến trái chiều về vấn đề “chợ búa”, Với nền kinh tế thị trường hiện nay, thời đại 4.0, với sự du nhập và phát triển, xuất hiện nhiều hình thức trao đổi, mua bán mới, người ta vẫn cho rằng văn hóa ứng xử ở các chợ còn rất thiếu văn minh, yếu kém, bởi những người buôn bán ở đó thiếu đi cái lịch sự tối thiểu là “Cảm ơn”. Và người ta sẵn sàng bỏ thêm một khoản tiền nữa để đến các siêu thị, trung tâm thương mại, hay mua hàng online để được phục vụ một cách tận tình hơn. Văn hóa cảm ơn cũng là một trong những chiến lược kinh doanh mà các nước phát triển hay chính những mô hình kinh doanh lớn hơn đã tận dụng nó, áp dụng với chiến lược trao đổi mua bán. Hay chỉ so sánh riêng với các trung tâm thương mại, siêu thị lớn, dù người mua không mua hàng họ cũng vẫn nhận được lời cảm ơn, bởi khi ấy người mua sẽ cảm thấy mình có giá trị và được tôn trọng. Hơn thế nữa, Lời cảm ơn ở đây không chỉ là một cách tri ân

người hỗ trợ, giúp đỡ mình mà còn là một cử chỉ bày tỏ rằng ở trên đời mọi người đều phải tùy thuộc nhau mà sống, và là một cách tôn trọng nhân phẩm của người khác. Văn hóa cảm ơn cần được thực hành nhiều hơn bởi nó thể hiện được cách ứng xử, đạo đức đối với người xung quanh, và Việt Nam là một đất nước đang trong quá trình hội nhập, đời sống, dân trí của người dân ngày càng được nâng cao, họ thích được phục vụ thật tốt và chú trọng nhiều đến cách thức quan tâm, tôn trọng khách hàng. Việc học cách ứng xử lịch sự từ các nước phương Tây là điều hoàn toàn cần thiết, nhất là đối với việc trao đổi buôn bán nhiều cạnh tranh như ở các chợ và kinh tế thương mại sẽ ngày một phát triển trong tương lai, góp phần giúp cho việc mua bán, trao đổi thuận lợi hơn, văn minh hơn.

3.2. Yếu tố văn hóa thứ hai chúng tôi muốn nhắc đến ở đây đó chính là những lời nói tục tĩu, chửi thề của người Việt trong giao tiếp buôn bán, chính vì như vậy mới dẫn đến việc cuộc giao tiếp không thể đi đến cái đích là kết thoai khi cả hai đều đạt được mục đích của mình. Chủ yếu những lời lẽ này xuất hiện ở những đoạn kết thoai tiêu cực (ăn nhập luôn vào thân thoai) và ở lời của người bán hàng nên người mua mới bỏ đi, kết thúc cuộc thoai giữa chừng. Người Việt hay chửi, bị mất cắp: chửi; bị va quệt xe: chửi; ra đường thấy người khác ăn mặc lố lăng: chửi; mua hàng bị tính tiền sai: chửi...[11]Việc chửi thề cũng có cội nguồn văn hóa riêng. Người Việt từ những năm đầu của thế kỉ XX đã được đánh giá là mê tín dị đoan [10]. Bên cạnh đó, người Việt Nam cũng bị ảnh hưởng văn hóa từ các tôn giáo, đặc biệt là Phật giáo nên luôn tin vào chuyện có ma quỷ. Với người Việt, việc chửi thề giống như một cách để trấn áp ma quỷ, xua đuổi đi những điều xui xẻo. Vì mê tín nên những người mua bán thường rất chú trọng vào ngày mùng Một đầu tháng, hoặc lúc mở hàng bởi nó sẽ quyết định việc làm ăn của họ trong suốt một tháng, một ngày. Nếu trong ngày mùng Một vừa mở hàng mà đã có khách “cò kè bớt một thêm hai”, thậm chí mua hàng rồi thay đổi quyết định, đòi đổi trả thì chắc chắn người bán sẽ rất khó chịu, sợ bị “sái” nên đã nói ra những câu mang tính chất chửi thề, tục tĩu để xua đuổi. Nhưng tuy nhiên, nguyên do không chỉ có vậy, việc chửi thề giúp giải tỏa những bức xúc trong các mối quan hệ xã hội nên người Việt đã lựa chọn cách này. Chúng ta có thể thừa nhận người Việt chửi tục ở bất cứ đâu, đặc biệt là ở môi trường các chợ, nhưng tính đến thời điểm hiện nay thì không phải là tất cả bởi nhiều người đã nhận thức được vai vế, địa vị, vị trí của mình trong xã hội và học hỏi được những chiến lược mua bán văn minh từ các phương tiện hiện đại của thời đại 4.0. Việc chửi tục, chửi thề chủ yếu ở những phụ nữ có thói đánh đá, chua ngoa, kẻ chợ, mê tín khi không bán được hàng lúc mở hàng nên đã nói ra những lời lẽ thiếu văn hóa với khách:

Dẫn chứng:

Địa điểm: Chợ Đồng Xuân – Hoàn Kiếm – Hà Nội.

Chủ đề: Mua bán quần áo trẻ em.

Thời gian: 18-01-2019.

Nhân vật: Sp1: Người mua hàng, nữ, khoảng 30 tuổi.

Sp2: Người bán hàng, nữ, khoảng 50 tuổi.

Đặc điểm: Sp1: có con gái nhỏ đi cùng, nói năng nhẹ nhàng, lễ độ.

Sp2: Già dặn, giọng nói lớn, đanh đá.

Mở thoại

(1)Sp1: Có bộ ngủ mặc nhà cho bé gái không chị ơi?

(2)Sp2: Có, vào đây chọn đi.

(3)Sp1: Hàng trên à chị?

(4)Sp2: Đấy cả dưới nữa em.

Thân thoại

(5)Sp1: Bộ hoa tím kia bao nhiêu chị? Nói đúng giá cho em đấy nhé.

(6)Sp2: 120000 nhé, chất cotton xịn.

(7)Sp1: Gần bằng đồ người lớn luôn rồi, 100000 nhé.

(8)Sp2: Vừa mở hàng đã mặc cả, lấy thì lấy không lấy thì thôi, đây bán đúng giá.

(9)Sp1: 100000 mà còn không bán cho em à?

(10)Sp2: Thôi không mua thì đừng dẫm dờ, sáng ra đã hãm.

Sp1: (bỏ đi)

Ở lượt lời (10), Sp2 vì khó chịu đã có những lời lẽ thiếu văn hóa, xúc phạm đến thể diện dương tính của Sp1 nên Sp1 đã bỏ đi. Hơn nữa trong suốt quá trình, Sp2 cũng không niềm nở với Sp1 do đặc điểm về tính cách, tâm lí. Cuộc thoại không có phần kết, cả Sp1 và Sp2 đều không đạt được mục đích mua bán của mình. Yếu tố văn hóa này đã chi phối cuộc thoại khiến cuộc thoại không có đoạn kết.

PHẦN 3 KẾT LUẬN

Trên cơ sở lí thuyết về hội thoại, quy tắc hội thoại và hành động ngôn ngữ, thông qua khảo sát, phân tích tư liệu thực tế, khóa luận “Cấu trúc đoạn mở thoại và kết thoại mua bán (Khảo sát ngữ liệu tại một số chợ nội thành Hà Nội)”, chúng tôi đi đến những kết luận sau:

1. Cuộc thoại mua bán đầy đủ là cuộc thoại có cấu trúc gồm 3 đoạn: Mở thoại, thân thoại, kết thoại.

Cuộc thoại trao đổi mua bán được tìm hiểu từ đầu đến đích chính với mục đích là mua-bán một loại mặt hàng nào đó và có đi đến cuối cùng hay không là phụ thuộc vào chức năng của từng đoạn thoại, mỗi đoạn thoại có cấu tạo riêng, chức năng riêng và giữ vai trò phát triển cuộc thoại, đặc biệt ở đây là đoạn mở thoại và kết thoại, chúng có mối quan hệ mật thiết với thân thoại, chi phối lẫn nhau. Cụ thể là, mở thoại quyết định có thân thoại hay không và thân thoại quyết định có kết thoại hay không.

2. Đoạn mở thoại có cấu trúc là một cặp thoại với sự kiện lời nói có chức năng dẫn nhập mở ra toàn bộ cuộc thoại. Trong các cặp thoại này là các lượt lời của cả hai bên, chứa những tham thoại là các hành vi dẫn nhập chủ yếu từ người bán như: mời chào, gợi ý, khen ngợi,... Phổ biến và chủ yếu nhất vẫn là hành vi chào mời, đây là một nét đặc trưng của các chợ từ xưa đến nay. Đối với người mua, vì họ ở vị trí được phục vụ nên chủ yếu hành vi dẫn nhập họ sử dụng ở đoạn mở thoại thường là: Hỏi, yêu cầu, đề nghị... Ngược lại, đối với người bán họ cũng luôn mong muốn đề cao vị trí của khách hàng. Sử dụng hành vi ngôn ngữ nào để dẫn nhập tùy thuộc vào vị trí của đoạn thoại. Người mua có xu hướng sử dụng hành vi thăm dò, nghi vấn về chất lượng mặt hàng thì người mua lại luôn đề cao, khen ngợi về chất lượng của mặt hàng. Tuy nhiên, các cặp trao đáp phải được diễn ra tuần tự, cả người mua và người bán đều tích cực chuẩn bị cho cuộc mua bán để tiến đến đoạn thân thoại là trao đổi, thương lượng về giá cả (“mặc cả”) của mặt hàng.

3. Đoạn kết thoại có cấu trúc là một cặp thoại chính, là bước cuối cùng của cuộc thoại mua bán khi cả hai thoại nhân đã cùng thỏa mãn về giá cả, chất lượng của mặt hàng để tiến đến bước trao đổi về tiền mặt. Đoạn kết thoại sẽ có những dấu hiệu chuyển tiếp nhất định ở phần thân thoại để xem cuộc thoại này có đi đến cái kết không. Về cấu trúc của cặp thoại cũng bao gồm các lượt lời và tham thoại, với các hành vi của người mua và người bán như trao đổi hàng hóa và tiền mặt. Đối với người bán, vai trò của họ dù là đoạn mở thoại hay kết thoại đều lớn như nhau bởi đây là hoạt động mang lại lợi ích về mặt giá trị vật chất nên ở đoạn kết đôi khi cần khéo léo hơn cả đoạn mở thoại, họ phải kèm

thêm lời cảm ơn, hứa hẹn sẽ giảm giá, hẹn khách lần sau đến mua tiếp, hay đơn giản là nói thêm những câu chuyện khác để làm quen dần với khách...

4. Trong luận văn này, vì điều kiện có hạn nên chúng tôi mới chỉ bước đầu lí giải yếu tố văn hóa chi phối đoạn mở thoại và kết thoại. Tiếp cận khía cạnh này, chúng tôi nhìn nhận từ cả hai phía người mua và người bán. Do điều kiện phát triển của xã hội nên cả người mua và người bán ở đoạn mở thoại, kết thoại đều tạo điều kiện để cuộc thoại đạt được đến cuối cùng. Tuy nhiên, trong cuộc thoại trao đổi mua bán thì vai trò, vị trí, cách ứng xử của người bán ở từng đoạn thoại bao giờ cũng là yếu tố quyết định lớn để người mua có quyết định mua hàng hay không.

Nhờ yếu tố văn hóa, thói quen ưa tìm hiểu quan sát, cách xưng hô, sử dụng lời chào mời phù hợp, mà ngay từ đầu khi mở ra cuộc thoại đã có những điểm sáng tích cực để người bán thu hút người mua với mình. Qua cách xưng hô ta cũng thấy cả người mua-người bán đều nói năng, xưng hô đầy đủ chủ ngữ vị ngữ, xác định được tuổi tác, vai vế của mình trong cuộc trò chuyện mà lời nói chuẩn mực, rõ ràng, không kên kiệu, hách dịch.

Còn với đoạn kết thoại, yếu tố văn hóa chi phối đoạn này là rất ít, bởi nó thường nằm ở những thói quen lịch sự trong giao tiếp như nói lời cảm ơn, tạm biệt, hẹn gặp mà bất cứ ai cũng phải biết dù là ở độ tuổi nào. Văn hóa cảm ơn là một vấn đề không mới nhưng vẫn luôn là vấn đề được nhắc đến nhiều, nhất là trong giao tiếp của người Việt từ xưa đến nay. Có người cho rằng, việc quên không nói lời cảm ơn đó là hệ quả tất yếu của lối sống thực dụng; ý kiến khác thì bảo, nguyên nhân của tình trạng này là do sự lỏng lẻo của chuẩn mực ứng xử; lại có quan điểm: lối sống công nghiệp làm con người thay đổi, hay do bản tính cố hữu của một người cụ thể nào đó vốn không quen với hai từ cảm ơn. Nhưng dù là lí do nào thì đây là một hạn chế mà chúng tôi đã rút ra được từ khảo sát tư liệu các cuộc thoại và mong rằng sẽ có những giải pháp, cách thực hiện văn hóa này một cách phổ biến, lâu dài để tất cả những cuộc giao tiếp trao đổi, mua bán đạt được hiệu quả cao hơn.

Những kết quả nghiên cứu trên đây chúng tôi chỉ coi là tiền đề để mở ra những hướng nghiên cứu mới cho đề tài sau này đặc biệt là vấn đề văn hóa chi phối đoạn kết thoại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1, Đỗ Hữu Châu – Đỗ Việt Hùng (2003), *Ngữ dụng học*, NXB Đại học Sư phạm, in lần thứ hai.
- 2, Đỗ Hữu Châu (1993), *Đại cương Ngôn ngữ học Tập 2, Ngữ Dụng học*, NXB Giáo dục
- 3, Nguyễn Thị Quế Đan (1994), *Bước đầu tìm hiểu việc phân chia cấu trúc đoạn thoại trong cuộc thoại, Tiểu luận khoa học thạc sĩ Ngữ Văn*, trường Đại học sư phạm Hà Nội I.
- 4, Nguyễn Thiện Giáp (2000), *Dụng học việt ngữ*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
- 5,<http://www.vusta.vn/vi/news/Thong-tin-Su-kien-Thanh-tuu-KH-CN/Cac-dac-trung-van-hoa-va-ngon-ngu-chao-hoi-cua-nguoi-Viet-9533.html>
- 6,<http://www.vanhoahoc.vn/nghien-cuu/van-hoa-hoc-ung-dung/van-hoa-giao-tiep/497-tran-ngoc-them-van-hoa-giao-tiep-va-nghe-thuat-ngon-tu.html>
- 7,<https://vi.scribd.com/doc/54828044/TAI-LI%E1%BB%86U-NG%E1%BB%AE-D%E1%BB%A4NG-H%E1%BB%8CC>
- 8, Trần Ngọc Thêm (1996/2006), *Tìm về bản sắc văn hoá Việt Nam*, NXB Tp. HCM.
- 9, <https://giacngo.vn/PrintView.aspx?Language=vi&ID=3BF408>
- 10, Vương Trí Nhân sưu tầm và biên soạn, Trần Văn Chánh tổng thuật và luận giải, *Người xưa cảnh tỉnh, thói hư tật xấu của người Việt trong con mắt các nhà Tri thức nửa đầu thế kỉ XX* ,NXB Tp.HCM
- 11,<http://www.doisongphapluat.com/doi-song/nguoi-viet-hay-chui-thich-chui-tuc-vi-sao-a3324.html>
- 12, Phan Kế Bính (1915), *Việt Nam Phong Tục*, NXB Văn học.
- 13, Chu Thị Phong Lan (2009), *Hành động dẫn nhập trong phần mở đầu cuộc thoại mua bán (Trên tư liệu ghi âm tại các chợ và một số trung tâm mua bán ở Hà Nội)*, Luận văn thạc sĩ ngôn ngữ học.
- 14, Hà Thị Sơn (1997), *Đoạn dẫn nhập trong hội thoại mua bán hiện nay*, Luận văn.
15. Dương Tú Thanh (1994), *Cặp thoại trong giao tiếp mua bán hiện nay*, Luận văn.