

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

MAI THỊ KIỀU PHƯƠNG

**PHÁT NGÔN CHỮA HÀNH ĐỘNG HỎI
TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN
BẰNG TIẾNG VIỆT**

PHỤ LỤC

Chuyên ngành : Lí luận ngôn ngữ

Mã số : 62 22 01 01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ NGỮ VĂN

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS NGUYỄN THỊ HAI

Thành phố Hồ Chí Minh – 2007

MỞ ĐẦU

1. LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Trên thế giới, khoảng ba mươi năm qua, ngữ dụng học đã phát triển mạnh mẽ và có vị trí đặc biệt quan trọng. Nghiên cứu về việc phát triển và vận dụng lí thuyết ngôn ngữ học ứng dụng vào nghiên cứu ngôn ngữ và thực tế cuộc sống, đã đạt nhiều thành tựu. Những thành tựu của chuyên ngành ngôn ngữ học ứng dụng là nhân tố đầu tiên thôi thúc chúng tôi đi vào nghiên cứu đề tài này.

Mặt khác, *cái khó chủ yếu được đặt ra của xu hướng nghiên cứu ngữ nghĩa của ngôn ngữ trong giai đoạn hiện nay là vấn đề nhận dạng hiệu lực giao tiếp của hành động nói năng từ bình diện dụng học của cơ chế tín hiệu học. Đi vào đề tài "Phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán bằng tiếng Việt", về một phương diện nào đó, chúng tôi muốn chia sẻ khó khăn trên. Vì trong thực tế giao tiếp, HỎI là một dạng hành động ngôn ngữ phổ biến, tham gia vào cấu trúc hội thoại với tần số cao. Nghiên cứu hành động hỏi là một việc làm cần thiết để nhận diện ngôn ngữ trong hành chức, với hiệu lực giao tiếp của nó ở tầng bậc cao trong lí thuyết dụng học nhằm đáp ứng phần nào nhu cầu trên.*

Việc nghiên cứu hành động hỏi trước đây thường dừng lại ở dấu hiệu hình thức, có tính liệt kê, phân loại, xem xét ở bình diện tĩnh tại, tách rời ngữ cảnh. Việc nghiên cứu hành động hỏi ở đề tài này là việc làm cần thiết không chỉ dừng lại ở dấu hiệu hình thức mà còn để *lấp đầy các ô trống về mặt nội dung và nhận dạng hiệu lực giao tiếp ở các cấp độ ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, thông qua bình diện ngữ nghĩa - ngữ dụng của hành động hỏi trực tiếp và gián tiếp.*

Nền kinh tế nước ta vẫn còn nghèo nàn, lạc hậu so với các nước trong khu vực và trên thế giới, mà *giao tiếp mua bán* là cầu nối quan trọng, là hoạt động sống còn, thúc đẩy nền kinh tế của một quốc gia, đặc biệt đối với Việt Nam vừa được gia nhập WTO- mong muốn làm bạn với tất cả các nước, mong muốn thu hút đầu tư

nước ngoài, mong muốn thông qua mua bán để thúc đẩy nền kinh tế- thì nghiên cứu ngôn ngữ giao tiếp mua bán là một yêu cầu thực tế cấp thiết. *Đề tài này góp phần phục vụ phần nào những gì mà xã hội đang cần.*

Giao tiếp tiếng Việt nói chung và giao tiếp mua bán nói riêng là một vấn đề thiết yếu trong việc tiếp xúc, giao lưu văn hóa- xã hội-kinh tế giữa các thành viên trong cộng đồng dân tộc, giữa hầu hết các ngành nghề sản xuất trong nước, giữa nhiều quốc gia trên thế giới. Hơn nữa, theo sự thống kê không đầy đủ của chúng tôi thì ở nước ta hầu hết tất cả các công ty, xí nghiệp, các ngành nghề sản xuất, đều buộc phải xem trọng khâu mua bán - là đầu ra quan trọng để kích cầu sản xuất. Mọi người trong thực tế cuộc sống thường đóng vai người mua và số lượng người dân làm nghề mua bán cũng chiếm tỉ lệ khá cao. Do đó, việc dạy giao tiếp mua bán, hướng nghiệp cho học sinh, sinh viên, sao cho đạt hiệu quả cao nhất trong các ngành nghề mua bán trực tiếp và mua bán gián tiếp sau khi tốt nghiệp ra trường, là một nhu cầu thực tế cấp thiết của xã hội đối với giáo dục.

Mặt khác, phạm vi giao tiếp của xã hội đều có vấn đề chuẩn: chuẩn trong sản xuất, mua bán, văn hóa, chuẩn ngôn ngữ Chúng tôi nhấn mạnh vấn đề *giáo dục chuẩn ngôn ngữ mua bán* cho học sinh, sinh viên. Việc chuẩn ngôn ngữ là cần thiết, nhưng đến nay, nó vẫn còn nhiều bất cập, "*Các nhà ngôn ngữ học cứ cãi, cứ bàn. Chuẩn vẫn cứ tự khẳng định mình*" [176, tr 3]

2. LỊCH SỬ VẤN ĐỀ

Cho đến nay, nghiên cứu cấu trúc lựa chọn của phát ngôn chứa hành động hỏi trực tiếp lẫn gián tiếp thuộc bình diện dụng học thì chưa có công trình nào đề cập. Vấn đề này vừa có tính kế thừa của những người đi trước, vừa là vấn đề có tính chất mới và nâng cao. Đồng thời, đối tượng của luận án là HĐH nên dĩ nhiên, *phát ngôn hỏi- một phương tiện hình thức chủ yếu để chuyển tải nội dung của HĐH*, chúng tôi không thể không nhắc đến. *Phát ngôn hỏi* đã được các nhà Việt ngữ tìm hiểu kĩ,

nhiều vấn đề cơ bản cũng được đề cập và giải quyết ở những mức độ khác nhau như: *khái niệm; phân loại câu nghi vấn; mối quan hệ giữa hỏi, trả lời trong cặp thoại*. Đó là các khuynh hướng sau đây:

1. Một số tác giả các sách ngữ pháp tiếng Việt đã nhận diện câu nghi vấn theo tiêu chuẩn mục đích nói như Bùi Đức Tịnh, Nguyễn Kim Thản.
2. Một số tác giả khác, trong đó có Cao Xuân Hạo, nhận diện câu nghi vấn dựa vào tiêu chí có dấu hiệu riêng của tình thái hỏi.
3. Hồ Lê, Diệp Quang Ban kết hợp hai tiêu chí trên để xác định câu hỏi.
4. Một số tác giả có khuynh hướng nghiên cứu ý nghĩa câu hỏi [xem : 8; 9; 14; 15; 16; 35; 44; 45; 63; 64 ;106], đó là những công trình miêu tả hư từ, tiểu từ tình thái của câu hỏi. Họ thường chỉ lấy bản thân các tiểu từ tình thái làm đối tượng nghiên cứu, chưa xét đầy đủ ở bình diện ngữ nghĩa- ngữ dụng, tuy rằng, chúng được nghiên cứu ở cả trạng thái *tĩnh lẫn động* .
5. Một số khác nghiên cứu câu hỏi có tính truyền thống ở bình diện lô-gich ngữ nghĩa, nhưng họ chịu ảnh hưởng logich hình thức, xác định thao tác logich của câu hỏi mà chưa chú ý đến bình diện ngữ nghĩa - ngữ dụng.
6. Một số công trình gần đây nhất, chú ý tới nhân tố con người và hoạt động ngôn ngữ ở trạng thái động, họ gắn nghiên cứu câu hỏi ở bình diện ngữ nghĩa và ngữ dụng [xem: 63; 172; 194; 199] như các nhân tố: vai giao tiếp, ngữ cảnh, ý đồ, tình cảm...gắn với một kiểu diễn ngôn nhất định. Lê Đông trong [63] đã nghiên cứu rất kĩ về ngữ nghĩa, ngữ dụng, nhất là vấn đề cấu trúc thông báo của câu hỏi chính danh; các tiểu loại câu hỏi và các kiểu thông tin ngữ dụng bổ trợ gắn với khung tình thái của câu hỏi chính danh. Nguyễn Thị Thìn trong [172] nghiên cứu rất kĩ 11 kiểu câu hỏi không dùng để hỏi, câu hỏi gián tiếp, hay câu hỏi không chính danh. Tác giả xem xét chúng chủ yếu ở góc độ mối quan hệ giữa cấu trúc cú pháp và cách dùng, quan hệ giữa cấu trúc và chức

năng tác động. Tác giả chỉ mới dừng lại ở quan hệ giữa kết học và dụng học, với mục đích là miêu tả đặc điểm cấu trúc cú pháp (kết học) và đặc điểm cách dùng (dụng học) của 3 trong số 11 kiểu câu hỏi điển hình không dùng để hỏi.

7. Có một số công trình nghiên cứu câu với sự thể hiện hành động ngôn ngữ, nhất là hành động tại lời và mượn lời [xem: 36; 76; 88; 154; 222; 226...]. Việc phân tích ngữ nghĩa ngữ dụng của câu hỏi được đẩy mạnh kể từ sau lí thuyết hành động nói của J.Austin, tiếp đó là J. Searle, O.Ducrot, Wierzbicka... du nhập.

8. Một số công trình đã đề xuất một số cấu trúc mới như cấu trúc vị từ tham thế; cấu trúc đề thuyết, cấu trúc thông báo [xem 63; 72; 76; 78; 172].

Các hướng nghiên cứu trên, trong một thời gian dài, đã đạt được thành tựu ở bình diện kết học, nghĩa học và một số vấn đề dụng học. Tất cả thành tựu đã đạt được của các nhà khoa học đi trước là tiền đề quan trọng giúp chúng tôi nghiên cứu một ô trống khác của câu hỏi và hành động hỏi thuộc bình diện ngữ dụng. Đó là nghiên cứu cấu trúc lựa chọn để tạo nghĩa, tạo hiệu lực giao tiếp với góc độ liên thông mới rộng mở về tầm nhìn khoa học.

3. Ý NGHĨA ĐỀ TÀI

3.1. VỀ LÍ THUYẾT

Đề tài *góp phần minh xác, bổ sung thêm một số nhận thức* như: cơ sở lí luận về đặc điểm hàm ngôn riêng biệt của hành động hỏi trong giao tiếp mua bán. Đồng thời, luận án làm sáng tỏ *bản chất ngôn ngữ xã hội học, bản chất tín hiệu, bản chất sâu xa của hoạt động ngôn ngữ và mối liên hệ nhiều mặt giữa lí thuyết ngữ dụng học, tín hiệu học, văn hoá học, tâm lí học, xã hội học, ngôn ngữ xã hội học.*

3.2. VỀ THỰC TIỄN

Kết quả nghiên cứu có thể ứng dụng trong một số lĩnh vực:

1. Giảng dạy tiếng Việt với tính cách là tiếng mẹ đẻ và như một ngoại ngữ.

2. Giảng dạy giao tiếp mua bán của chương trình hướng nghiệp cho học sinh, sinh viên, nhất là trường kinh tế, ngoại thương, quản trị kinh tế...
3. Nâng cao kiến thức về *nghệ thuật hỏi* cho những người làm công tác xã hội thuộc các lĩnh vực như báo chí, truyền hình...
4. Góp thêm tiếng nói cho giao tiếp đàm phán trong mua bán đối với người Việt và cả người nước ngoài; nhất là giúp họ sử dụng tốt các nhân tố ngữ dụng một cách phù hợp nhất trong hành động hỏi khi giao tiếp mua bán.
5. Chọn giải pháp tối ưu về vấn đề xây dựng chuẩn ngôn ngữ về cơ sở lí thuyết lẫn thực hành trong phạm vi mua bán của đời sống xã hội.
6. Giúp ích cho việc hiểu, ứng xử ngôn ngữ lịch sự trong giao tiếp mua bán.
7. Cung cấp thêm cứ liệu cho các lĩnh vực khác có liên quan: giáo dục học, tâm lí học, văn hóa học, kinh tế học, ngoại thương học; xây dựng hệ thống tàng trữ, xử lí thông tin tự động dưới dạng hỏi và trả lời, cải tiến công tác đàm phán thương mại, điều tra xét hỏi, rèn luyện khả năng tư duy logic học sinh...
8. Góp thêm một tiếng nói vào việc giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt.

4. MỤC ĐÍCH-NHIỆM VỤ- ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

Luận án tập trung trả lời các câu hỏi sau đây để làm sáng tỏ bình diện ngữ dụng của hành động hỏi: Chúng ta *làm gì* khi chúng ta nói? Chúng ta *thực sự nói gì* khi chúng ta nói? Tại sao tôi lại hỏi người bạn rằng anh *có thể* đưa hộ quyển sách cho tôi hay không, trong khi rõ ràng rằng anh ta *có thể*? *Ai nói với ai? Ai nói?* Nói cho *ai*? Anh nghĩ tôi là ai *để có thể nói* với tôi như vậy? Nói như vậy là *rõ* chưa hay còn *mơ hồ*? Ngoài ý nghĩa theo lời nói trên bề mặt, phát ngôn *còn có ý nghĩa nào khác nữa?* *Làm sao để có thể hiểu* được các nghĩa đó sau bề mặt của câu chữ? ... Luận án nghiên cứu về hành động nói (speech acts), hẹp hơn nữa là hành động hỏi (ask acts), ở trong sự kiện nói (speech event) thuộc một lĩnh vực rộng lớn hơn là phân tích hội thoại (conversational analysis). Trong khi cố gắng biểu hiện mình,

người ta không chỉ tạo ra những phát ngôn chứa các cấu trúc ngữ pháp và các từ, mà người ta còn thực hiện các hành động bằng các phát ngôn đó. Nghiên cứu hành động nói không chỉ ở từng phát ngôn riêng rẽ, mà chính là trong tập hợp các phát ngôn. Sự kiện nói chính là tập hợp các phát ngôn có tình huống xã hội gồm nhiều người tham dự; họ phải có một kiểu quan hệ xã hội nhất định nào đó; họ phải thể hiện trong một dịp cụ thể hay một ngữ huống cụ thể nào đó; và họ phải có những mục tiêu riêng biệt. Tất cả được thể hiện trong một lĩnh vực rộng lớn hơn là sự phân tích hội thoại nhằm phát hiện ra các đặc điểm ngôn ngữ học của hội thoại là gì và được thể hiện như thế nào. Luận án đề xuất *cấu trúc lựa chọn* trong hành động hỏi. Mà *hành động hỏi trong lĩnh vực giao tiếp mua bán* là mối quan tâm lớn của ngôn ngữ xã hội học nói chung, ngữ dụng học nói riêng. Việc nghiên cứu, ứng dụng chúng vào thực tế giao tiếp mua bán là mục đích đầu tiên của chúng tôi. Mục đích kế tiếp là dựa trên cứ liệu ngôn ngữ mua bán, chúng tôi *xác định các yếu tố có thực trong HDH của lí thuyết dụng học và các vấn đề liên quan đến lí thuyết này từ góc độ vận dụng, nhất là vấn đề chuẩn ngôn ngữ và yếu tố lịch sử* trong giao tiếp mua bán.

Từ mục đích trên, luận án hướng tới đối tượng và nhiệm vụ chính sau:

1. *Phân biệt phát ngôn hỏi-hành động hỏi; hành động hỏi trực tiếp - gián tiếp*
2. *Nghiên cứu HDH trong phát ngôn mở đầu đoạn thoại giao tiếp mua bán.*
3. *Phân chia các tiểu loại hành động hỏi.*
4. *Nghiên cứu các bình diện kết học- nghĩa học- dụng học của phát ngôn chứa hành động hỏi trực tiếp và gián tiếp.*
5. *Nghiên cứu các nhân tố ngữ dụng thuộc cấu trúc thông báo, cấu trúc lựa chọn của phát ngôn chứa hành động hỏi trong mua bán thông qua hệ thống từ xưng hô; phương pháp lập luận; cơ chế tạo ý nghĩa hàm ẩn; các lược đồ đặc trưng văn hoá dân tộc....*

6. Nghiên cứu cấu trúc thông báo và cấu trúc lựa chọn của phát ngôn chứa chứa hành động hỏi trực tiếp và gián tiếp.
7. Giải thích cơ chế hàm ẩn của phát ngôn chứa hành động hỏi dưới góc độ đặc trưng văn hoá dân tộc và tư duy ngôn ngữ của người Việt.
8. Thông qua việc nghiên cứu các vấn đề cụ thể trên đây, khái quát vấn đề cấu trúc lựa chọn mang tính hàm ngôn cao là sản phẩm tất yếu của lí thuyết giao tiếp và lí thuyết dụng học.

5. NGUỒN NGỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

5. 1. NGUỒN NGỮ LIỆU

1. Các ngữ liệu được thu thập từ các nguồn: từ điển ngoại thương; từ điển thương mại; các loại giáo trình kĩ thuật thương mại quốc tế... Các ngữ liệu còn được thu thập từ việc phỏng vấn trực tiếp hay từ những lời thoại được ghi âm và chuyển sang dạng viết trong ngôn ngữ tự nhiên của các tầng lớp người mua bán, chủ yếu là môi trường các chợ, các siêu thị, cửa hàng mua bán.

2. Chúng tôi còn dựa vào tư liệu lí luận và thực tiễn nghiên cứu về lí thuyết ngữ dụng học, về lí thuyết giao tiếp, về lí thuyết tín hiệu học...

5.2. PHƯƠNG PHÁP XỬ LÝ TƯ LIỆU

Đầu tiên là chúng tôi quan sát và ghi âm cuộc thoại. Tiếp theo là ghi nhật kí ngữ liệu, ghi các nhân tố hoàn cảnh giao tiếp và các nhân tố phi ngôn ngữ. Sau đó là nghe lại, chuyển lời thoại thành dạng viết. Cuối cùng là đánh dấu các phát ngôn chứa hành động hỏi, lập hồ sơ, phân loại, phân tích tư liệu.

5. 3. PHƯƠNG PHÁP VÀ THỦ PHÁP NGHIÊN CỨU

Luận án này thực hiện theo hướng gắn lí thuyết với thực tiễn xã hội trong sử dụng ngôn ngữ, nên chúng tôi đã sử dụng các phương pháp chung sau đây:

5.3.1. Phương pháp thống kê và quy nạp

Chúng tôi thống kê tần số xuất hiện của các yếu tố trong hành động hỏi và các phát ngôn hỏi trên các nguồn ngữ liệu đã nêu. Kết quả thống kê sẽ được sử dụng để rút ra các đặc điểm của đối tượng nghiên cứu (thống kê định lượng để rút ra và quy nạp các kết luận định tính) là những căn cứ thực tiễn giúp cho các cứ liệu khoa học có tính xác thực, tính chứng minh, thuyết phục.

5.3.2. Phương pháp phân tích kết hợp với phương pháp tổng hợp

Các phương pháp này giúp ích cho việc phân tích hành động hỏi trong hoàn cảnh sử dụng của nó. Mối quan hệ với ngữ cảnh rộng và hẹp sẽ giúp hành động hỏi bộc lộ rõ mối quan hệ với các nhân tố khác. Căn cứ vào cặp thoại có chứa hành động hỏi và hành động trả lời, chúng tôi phân tích các nhân tố đi theo chúng. Đối với hành động hỏi được thực hiện bằng phát ngôn hỏi không chính danh, phương pháp phân tích còn phải bám vào các nhân tố ngữ cảnh (context), nhân tố văn cảnh (cotext) như: người nói, người nghe, mục đích hay ý đồ giao tiếp, vốn tri thức nền, những lượt lời được đặt trước và sau phát ngôn chứa hành động hỏi... Bên cạnh việc sử dụng phương pháp phân tích, chúng tôi còn sử dụng kết hợp phương pháp tổng hợp, khái quát vấn đề một cách có cơ sở, nghĩa là vừa phân tích vừa tổng hợp, vừa diễn dịch vừa quy nạp để xử lý tốt các vấn đề.

5.3.3. Thủ pháp miêu tả

Chúng tôi vận dụng phương pháp miêu tả cấu trúc – ngữ nghĩa- phương thức cấu tạo các phát ngôn có ý nghĩa hành động hỏi, các nhân tố ngôn ngữ và phi ngôn ngữ đi kèm các hành động hỏi...

5.3.4. Thủ pháp điều tra và trắc nghiệm bằng phỏng vấn

Chúng tôi đã điều tra trực tiếp các đối tượng tham gia hoạt động mua bán một cách khách quan, tự nhiên (xem bảng phụ lục)

5.3.5.Thủ pháp so sánh

Thủ pháp này sử dụng để xem xét nét giống nhau và khác nhau giữa các nhân tố của hành động hỏi trực tiếp và gián tiếp, để tạo nền cho phương pháp phân tích, tổng hợp, miêu tả ...được thực hiện chính xác và hiệu quả hơn.

5.3.6. Phương pháp điền dã

Luận án này thực hiện theo hướng gắn lí thuyết với thực tiễn xã hội trong việc sử dụng ngôn ngữ, nên bên cạnh các phương pháp chung, chúng tôi đã sử dụng *phương pháp điền dã là phương pháp đặc thù chủ yếu*, bằng cách đi thực tế để thu thập tư liệu từ việc phỏng vấn trực tiếp, ghi âm lời thoại trong phạm vi mua bán. Sau đó dựa vào và xử lí tốt nguồn tư liệu để đi đến các kết luận.

6. PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- 6.1. *Gồm cả phát ngôn hỏi chính danh- phát ngôn hỏi không chính danh.*
- 6.2. *Nghiên cứu phát ngôn hỏi có lực ngôn trung là yêu cầu cung cấp cái được thông báo của người nói và cái được hiểu của người nghe..*
- 6.3. *Các công trình đi trước thường chỉ chú ý đến phát ngôn hỏi của người hỏi mà ít chú ý đến phát ngôn hỏi hồi đáp của người nghe. Luận án chú ý nghiên cứu cả quá trình lập mã tạo hành động hỏi của phát ngôn hỏi ở người hỏi, cả quá trình giải mã của cái được hiểu để tạo hành động hỏi đáp và có khi bằng hành động hỏi hồi đáp (hỏi lại) của người nghe trực tiếp hay gián tiếp.*
- 6.4. *Đối tượng nghiên cứu của luận án rộng và phức tạp nên việc triển khai luận án được giới thuyết bằng nhiều khía cạnh có liên quan. Đó là giới thuyết giao tiếp, giới thuyết ngữ dụng, giới thuyết hội thoại, giới thuyết hành động ngôn ngữ. Chúng được cụ thể hóa bằng các giới thuyết khi được vận dụng như: giới thuyết về hiệu lực giao tiếp, giới thuyết về nguyên tắc lập mã và*

giải mã, giới thuyết về áp lực phi NN, giới thuyết về đặc điểm của cấu trúc lựa chọn...

7. DỰ KIẾN NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN

Đầu tiên là *phân loại hành động hỏi* một cách tổng quan và hệ thống.

Kế tiếp là thông qua việc xác định hành động hỏi gián tiếp, từ đặc điểm riêng của môi trường giao tiếp mua bán, chúng tôi gợi mở cho lí thuyết hội thoại **cấu trúc lựa chọn là một dạng cấu trúc thông báo vừa hiển ngôn vừa hàm ngôn**. Cấu trúc lựa chọn vừa hiển ngôn, vừa hàm ngôn này thực chất là loại cấu trúc xác lập hiệu lực giao tiếp theo hướng hàm ngôn, lấy cấu trúc hiển ngôn làm hình thức chứa đựng. Cấu trúc lựa chọn là cấu trúc tạo nghĩa và tạo hiệu lực giao tiếp được xác lập theo hướng phân chia cấp độ nghĩa theo hệ liên tưởng, theo hướng hàm ngôn (không phân đoạn thực tại theo hệ hình), gắn với cơ chế ngữ dụng của nó là kết quả sự tận dụng tối đa yếu tố phi ngôn ngữ, yếu tố ngôn ngữ, gắn với tư duy ngôn ngữ xã hội học điển hình, mang đặc trưng riêng của GT mua bán.

Việc phát hiện, lí giải sự hình thành và hoạt động của loại *CTLC mang tính hàm ngôn cao*, có thể xem là một cơ hội tốt để *chúng tôi có thể mở rộng sự hiểu biết của mình vào những tầng bậc cao của ngữ dụng học như: cách xử lí mối quan hệ giữa phạm trù ngôn ngữ và phi NN đối với người lập mã và người giải mã trong quá trình sử dụng; cách lí giải về mối quan hệ giữa ngôn ngữ và các biểu thức quy chiếu (được xác lập thông qua hành động chiếu vật của người giao tiếp) theo nguyên tắc chuyển mã từ cơ chế tín hiệu học*. Cấu trúc lựa chọn là một loại quy ước siêu ngôn ngữ, hay là một loại *ẩn dụ phức hợp*. Bởi vì chúng tuy được xác lập từ mã ngôn ngữ, nhưng trên thực tế, hiệu lực giao tiếp *đích thực* của chúng nhiều khi không còn dựa trên nghĩa thực thể vốn có của ngôn ngữ. Nói khác đi, *ngôn ngữ thực* ở đây đã *được mã hóa theo hướng phi ngôn ngữ* và ngược lại, có thể nói đây cũng chính là *quá trình ngôn ngữ hóa các yếu tố phi ngôn ngữ*. Vấn đề này không thể thoát li khỏi cái

nhìn triết để của cơ chế *lí thuyết tín hiệu học* với sự bổ sung của *ngôn ngữ học tri nhận*, và kèm theo, *đó phải là một tầm nhìn ngôn ngữ rộng mở về phía xã hội học và văn hóa học.*

Luận án cũng góp phần giúp người đọc thấy rõ sự khác nhau của sắc thái hàm ẩn trong hành động hỏi thuộc môi trường mua bán trong đời sống hằng ngày, với sắc thái hàm ẩn trong văn bản nghệ thuật. Nó không phải là sản phẩm của quá trình tu từ theo hướng thẩm mỹ của thao tác tư duy hình tượng của ngôn ngữ trong văn bản nghệ thuật, mà thực chất là sự tạo nghĩa dụng học với các cung bậc tiền giả định khác nhau, theo sự tương tác giữa nguyên lí lịch sử, nguyên lí cộng tác, cùng với sự phá vỡ phương châm hội thoại về chất và về lượng riêng biệt, theo một chuẩn ngôn ngữ được lựa chọn để đạt mục đích giao tiếp mang tính đặc thù.

Luận án đưa ra khung cơ bản để nâng hàm ngôn nghĩa học thành hàm ngôn dụng học, qua đó, chỉ ra những *định hướng chính về cách vi phạm nguyên tắc dụng học* trong cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn dụng học với sự chi phối lẫn nhau ở các cấp độ. Như vậy, **cơ chế tạo nghĩa hàm ẩn thuộc về yếu tố ngôn ngữ (là một trong 3 yếu tố cấu tạo) giúp cho sự lựa chọn của cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ẩn.**

Luận án có đóng góp nhất định về chuẩn ngôn ngữ trong phạm vi mua bán, khắc phục các hạn chế bằng cách thay đổi thói quen. Điều đó cần sự kết hợp của cả cộng đồng, của các nhà văn, nhà báo, nhà ngôn ngữ, kể cả sự hỗ trợ của chính sách, pháp luật của nhà nước.

8. CẤU TRÚC LUẬN ÁN :

Ngoài phần Mở đầu; Kết luận; Phụ lục; Tài liệu tham khảo, luận án gồm có:

Chương 1: Cơ sở lí thuyết liên quan đến việc nghiên cứu phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán.

Chương 2: Nhận diện hành động hỏi trực tiếp và hành động hỏi gián tiếp ở ba bình diện kết học - nghĩa học - dụng học.

Chương 3: Nghĩa hàm ẩn và cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn của phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán.

Chương 4: Từ xưng hô và cách xưng hô của phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán.

Chương 5: Đặc trưng văn hoá dân tộc với ý nghĩa hàm ẩn của phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC NGHIÊN CỨU PHÁT NGÔN CHỨA HÀNH ĐỘNG HỎI TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN

1.1. NHỮNG CƠ SỞ LÝ THUYẾT CHUNG

Bản thân hành động nói năng là đối tượng nghiên cứu rộng và phức tạp. Nó gắn kết, đan xen theo *hướng tích hợp* rất nhiều vấn đề thuộc các chuyên ngành khác nhau của lí luận ngôn ngữ. Để có thể **lí giải** được vấn đề đã đặt ra từ chiều sâu, luận án bắt đầu bằng quá trình xác lập một hệ các giới thuyết từ định hướng vận dụng các vấn đề lí thuyết chung sau đây:

1.1.1. Vấn đề quan hệ giữa ngôn ngữ và lời nói

F. de. Saussure đã khẳng định về sự tồn tại của *ngôn ngữ và lời nói* như là hai khái niệm *đối lập* nhau, dẫn đến sự đối lập giữa tính *xã hội* và tính *cá nhân*, giữa *hệ thống ngôn ngữ ổn định - bất biến* và *hoạt động ngôn ngữ sinh động- đa dạng*, giữa hệ thống *ngôn ngữ có tính xã hội*, tính độc lập đối với tính cá nhân của *lời nói*, của hoạt động ngôn ngữ. Chúng tôi vận dụng vào nghiên cứu luận án về quan điểm mối quan hệ qua lại của NN và hoạt động NN:” *NN là cần thiết để cho lời nói có thể hiểu được và tạo hiệu quả của nó, nhưng lời nói lại cần thiết để cho NN được xác lập. Về phương diện lịch sử, sự kiện của lời nói bao giờ cũng đi trước... Cuối cùng, chính lời nói làm cho NN biến hóa*” [67, tr41]. Nhiều tác giả khác chú ý đến sự phân biệt giữa NN và lời nói, nhưng có nhiều người lại không tán đồng và cho rằng sự lưỡng phân đó là cực đoan. Bên cạnh việc *tiếp thu quan điểm phân biệt NN và lời nói*, chúng tôi *không tán đồng ý kiến* mà ông cho rằng, việc nghiên cứu hoạt động NN gắn với *bộ phận chủ yếu với đối tượng là NN*; bộ phận **thứ yếu** với *đối tượng là phân cá nhân trong hoạt động NN*, nghĩa là lời nói. Vận dụng vào nghiên cứu đối tượng phát ngôn chứa hành động hỏi trong giao tiếp mua bán, chúng tôi nhận thấy

rằng, thực ra, *không thể đánh giá đâu là bộ phận chủ yếu, đâu là bộ phận thứ yếu được*. Chúng tôi cho rằng, cả NN và hoạt động NN đều *quan trọng* như nhau, thậm chí, ***hoạt động NN mới là phần quan trọng nhất***, bởi vì NN thực sự có giá trị khi tham gia vào hoạt động GT, lời nói luôn là phần hiện thực của NN, lời nói chính là nguồn gốc của tất cả cái chủ quan của con người, đi vào hệ thống khách quan của NN. Như vậy, ***mọi sự vận động và phát triển của NN đều bắt nguồn từ lời nói, từ chính hoạt động NN rất động, rất phong phú và đa dạng***. Chúng tôi cũng tán đồng Saussure khi ông cho rằng, trong hoạt động NN, trong bản thân của mỗi lời nói mang tính cá nhân, tính sáng tạo, tính uyển chuyển linh hoạt, tính “mới” đều được tạo nên từ chính chất liệu NN. Vậy, NN và lời nói là hai mặt của một bản thể, chúng có mối quan hệ gắn bó chặt chẽ, không tách rời, quy định lẫn nhau. **Ngữ dụng học là ngành học không chỉ nghiên cứu “lời nói”, mà còn nghiên cứu sự hiểu biết NN** (linguistic competence) và **sự hiểu biết về dụng pháp** (pragmatic competence). **Vấn đề mấu chốt được chứng minh qua luận án là: người bản ngữ không những biết những quy tắc sản sinh ra những câu đúng ngữ pháp, đúng nghĩa, mà còn biết sử dụng những quy tắc ấy như thế nào cho đúng lúc, đúng chỗ, đúng cương vị, đúng mục đích, có nghĩa là nhằm tác động đến người nghe một cách có hiệu quả nhất.**

1.1.2. Lí thuyết giao tiếp (GT)

Luận án luôn duy trì quan điểm đưa người nói và người nhận vào trung tâm của quá trình *giao tiếp* và hiểu biết. Chính người nói đưa ra chủ đề, nội dung, tiền giả định, hệ quy chiếu, cấu trúc thông tin...; và người nghe hiểu, giải mã và tự rút ra kết luận trong chính quá trình *giao tiếp*. Chúng tôi nhìn vấn đề bằng cách *tách nó ra khỏi những mối quan hệ*, và ngược lại cũng nghiên cứu nó trong *mối quan hệ* qua lại, quy định lẫn nhau. Như vậy, việc nghiên cứu HD nói gắn kết, đan xen tích hợp nhiều vấn đề của chuyên ngành khác và không giới hạn miêu tả các hình thức ngôn

ngữ độc lập với mục đích hay chức năng, mà gắn lí thuyết giao tiếp vào hình thức, mục đích giao tiếp của ngôn ngữ.

Chúng tôi tán đồng và vận dụng lí thuyết giao tiếp các quan điểm sau: hoạt động giao tiếp bắt đầu được ngôn ngữ quan tâm nghiên cứu từ đầu thế kỉ XX. L. Bloomfield (1933) có lẽ là người đầu tiên phát hiện ra cơ chế ngôn giao. Sau L. Bloomfield, các tác giả C. E. Shannon; W. Weaver (1949 -1962); Wilbur Schramm (1955); R. Jakobson (1960) cũng đưa ra các sơ đồ giao tiếp. Trong đó thể hiện rõ nhất là R. Jakobson trong “Linguistics and Poetics “ có sơ đồ giao tiếp gồm hai nhân vật: người phát, người nhận với *sáu nhân tố* : người phát, ngữ cảnh, thông điệp, tiếp xúc, mã, người nhận; và *sáu chức năng*: biểu cảm, hiệu lệnh, thi ca, quy chiếu, đưa đẩy, siêu ngôn ngữ. Một số nhà ngôn ngữ chú ý chức năng *liên giao*, chức năng *giao tiếp thông tin*. Lyons cho rằng, khái niệm GT dùng để chỉ tình cảm, trạng thái và thái độ, nhưng ông chỉ quan tâm đến việc chuyển giao các thông tin chứa mục đích có tính thực tế và tính phán đoán. Bennett (1976) cũng nhận xét, ”GT dường như trước hết là vấn đề người nói hoặc là để thông báo cho người nghe một việc gì đó, hoặc là để cho anh ta thực hiện một hành động nào đó” [194, tr16]. Nếu như nhà ngôn ngữ chú ý đến việc sử dụng ngôn ngữ để chuyển giao các thông tin có tính thực tế hay phán đoán, thì các nhà ngôn ngữ xã hội học lại chú ý đến chức năng *liên nhân* trong việc thiết lập và duy trì các quan hệ xã hội, tính vai vế, thể diện, luân phiên trong hội thoại.... “Thực sự thì ai cũng biết rằng, mối quan hệ hằng ngày của con người phần lớn được mô tả qua việc sử dụng NN có tính liên nhân hơn là tính liên giao” [194, tr18]. Ví dụ như khi người bán gặp người quen ở chợ (không biết là có ý định mua hàng hay không), giữa lúc đang bán ế mà người bán xoay qua nói với người quen là:” Trời ơi, lâu quá ghen, thằng bé dạo này lớn không?”, thì khó mà cho rằng, ý đồ chính của người nói là “chuyển giao thông tin”; mà có lí hơn phải là: người nói đang *bắt chuyện và gợi ý chào mời mua hàng ...* Vì vậy, chúng tôi nghiên

cứu hành động nói là quan tâm đến chức năng và mục đích, cách thức tạo lập mã và lí giải, xử lí mã NN của PN gắn với yếu tố ngữ cảnh; nghĩa là ngiên cứu ngữ dụng học trên quan điểm động. Vận dụng định nghĩa của Morris về dụng học là ” mối quan hệ của kí hiệu đối với người sử dụng”. Chúng tôi thực sự quan tâm đến **điều người sử dụng NN đang làm và giải thích những lớp nghĩa “mới”, đặc điểm NN trong HĐH như là phương tiện để thực hiện mục đích chính (hiển ngôn hay hàm ẩn) cái điều mà họ đang làm**. Chúng tôi cũng theo Đỗ Hữu Châu [38], hoạt động giao tiếp, gồm: **ngữ cảnh**, có 3 nhân tố: *nhân vật GT*, *nội dung GT*, *hoàn cảnh GT*. Nunan (1997) đã gọi đây là *ngữ cảnh ngoài NN*. *Nhân vật GT* gồm người phát và người nhận : khi PN để thông báo, người phát buộc phải lựa chọn ND trước, sau đó lựa chọn cách thức thể hiện sao cho phù hợp. Trong GT, người phát thường có số lượng là một, nhưng người nhận có thể là một, hoặc có thể là lớn hơn hai. Ở trường hợp là số đông, chúng ta cần phân biệt người nhận đích thực và người nhận nói chung. *Nội dung GT* (hay thực tế được nói tới) là kết quả của sự lựa chọn về hiện thực được đưa vào nội dung thông điệp truyền đến người nhận, nhằm mục đích GT nào đó. *Hoàn cảnh GT* (với nghĩa rộng) bao gồm toàn bộ hoàn cảnh tự nhiên, xã hội, văn hóa của cộng đồng dân tộc mà các nhân vật GT đang có mặt, sẽ chi phối nội dung, hình thức của phát ngôn. Chúng thường không tham gia trực tiếp vào GT mà chỉ tham gia dưới dạng kinh nghiệm, hiểu biết của vai tham gia GT. Vì vậy, có tác giả còn gọi là *tiền giả định bách khoa*. Với nghĩa hẹp, hoàn cảnh GT chỉ nơi chốn cụ thể, với những tình huống diễn ra cụ thể, đặc trưng cụ thể trong môi trường GT. *Con người sẽ phải lựa chọn những thông điệp cụ thể sao cho phù hợp với hoàn cảnh GT và ngược lại đến lượt mình, hoàn cảnh GT sẽ ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến HT và ND của PN hay HĐ nói năng*. Thứ hai là **đích GT**: người GT luôn gắn phát ngôn với đích GT.

Dẫn theo [87], ta cần phân biệt đích GT sau: theo *tính chất đích gắn với thực tiễn*, ta có: *đích thực tiễn, đích NN*. *Đích thực tiễn* ở ngoài hoạt động của lời nói. Hành động lời nói dùng *đích NN* là phương tiện để đạt được mục đích thực tiễn và dựa vào nó để *lựa chọn và kết hợp* các yếu tố NN để tạo lập ra các PN có mục đích, dụng ngôn; Theo *chức năng của đích*, ta có: *đích nhận thức, đích tác động*. *Đích nhận thức* của hành động nói là làm cho người nhận sau khi tiếp nhận nội dung của PN, sẽ trở nên có cùng nhận thức với người phát về hiện thực trong PN đã đề cập. *Đích tác động* của hành động nói là làm cho người nhận phải có biến đổi nhất định trong trạng thái tâm lí, tình cảm và sau đó, thực hiện sự lựa chọn để có hành động đáp ứng phù hợp với mong muốn của cả hai vai. *Hành động nói không phải chỉ là dừng lại ở vấn đề truyền đạt thông tin mà để thực hiện đích GT*. *Đích thực tiễn thực chất là đích tác động, còn thực chất của đích NN là đích nhận thức*. Trên thực tế các loại mục đích này hoà quyện, tương tác lẫn nhau, cái này là chỗ dựa của cái kia, cùng nhau tồn tại. Vậy vấn đề chính của luận án là **vai trò quyết định thao tác lựa chọn và kết hợp có mục đích của các yếu tố NN. Sự lựa chọn đó thực hiện theo cấu trúc lựa chọn, theo quy luật lựa chọn nhất định; dụng chạm phương tiện, cấp độ NN : ngữ âm, từ vựng, ngữ nghĩa, ngữ pháp...; bình diện NN: kết học, nghĩa học, dụng học; lựa chọn yếu tố phù hợp nhất trong số cái vô cùng đa dạng của NN. Kết học** là sự nghiên cứu các mối liên hệ, sắp xếp và tổ chức hình thái NN trong chuỗi lời nói. Kiểu nghiên cứu này, nhìn chung không tính đến thế giới nào, sự tình nào trong thế giới mà những hình thái đó chỉ ra cả, hoặc không tính đến người nào dùng những hình thái đó cả. **Ngữ nghĩa học** là sự nghiên cứu các mối liên hệ giữa hình thái NN với các thực thể trong thế giới, đó là, bằng cách nào mà các từ gắn kết đúng được với các sự vật. Sự phân tích ngữ nghĩa học cũng cố gắng thiết lập các mối liên hệ giữa những miêu tả bằng từ ngữ, đồng thời, xem xét các sự việc trong thế giới ở tính đúng hay sai, có thực hay không có thực, bất luận ai là

người tạo ra sự miêu tả đó. **Ngữ dụng học** là khoa học nghiên cứu về mối liên hệ giữa hình thái NN với người sử dụng trong hoạt động hành chức của NN, nghiên cứu ở lĩnh vực của lời nói hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm cả các sản phẩm của GT bằng NN, và cả các cơ chế, các quy tắc sản sinh ra chúng. Trong sự phân biệt tam phân này, chỉ có dụng học cho phép con người thâm nhập vào việc phân tích hình thái ngôn ngữ trong hoạt động giao tiếp, có đích hành động. Khó khăn lớn nhất khi nghiên cứu vấn đề này, là không dễ phân tích chúng một cách nhất quán, bởi yếu tố con người là tổng hoà các mối quan hệ XH vô cùng phức tạp, tinh tế. Ví dụ như, hai người bạn trò chuyện **có thể ngụ ý điều gì đó và còn suy ra được điều gì đó khác nữa mà không cần có bằng chứng NN rõ rệt nào**. Đó là loại bằng chứng mà chúng ta có thể đưa ra với tư cách là sự hiển lộ trên bề mặt PN, nhưng lại ở sâu bên trong "cái ý nghĩa" của điều được thông báo hiển minh hay ngầm ẩn. Ví dụ (1):
 :VẬY ANH ĐÃ?... !;B:ÁY, CHỨ LẠI KHÔNG À? ĐẤY XONG RỒI! (*Ở (1), rõ ràng là có vấn đề: cái được thông báo không tường minh, nhưng điều lạ là họ vẫn thực sự hiểu nhau*). Vậy, **bằng cách nào mà người này hiểu được người kia thông qua NN? Mà cái sự hiểu đó thì vô cùng, bởi nó ở sâu trong đầu chủ thể GT khác nhau, với vô cùng những sự tình của thế giới khách quan, thì làm thế nào người giao tiếp có thể xác định, quy chiếu chúng được chính xác? Những điều được thông báo luôn nhiều hơn những gì được nói ra thành lời**. Vận dụng lí thuyết giao tiếp vào nghiên cứu hành động hỏi trong giao tiếp mua bán, *ta không những trình bày hình thái ngôn ngữ mà còn phải biết trình bày mặt dụng học khi hoạt động giao tiếp của hình thái NN đó*.

1.1.3. Lí thuyết hội thoại

Các nhà ngôn ngữ xã hội học quan tâm đến cơ cấu của tương tác xã hội được chứa trong hội thoại. Vấn đề lí thuyết hội thoại nghiên cứu ở 5 nội dung: *vận động hội thoại* (sự trao lời; sự trao đáp và sự tương tác); *Yếu tố kèm lời và phi lời*; *Quy tắc*

hội thoại (quy tắc điều hành luân phiên lượt lời; quy tắc điều hành ND hội thoại; quy tắc chi phối quan hệ liên cá nhân); *Thương lượng hội thoại* (đối tượng thương lượng, phương thức thương lượng); *Cấu trúc hội thoại*.

Chúng tôi chú ý **quy tắc hội thoại, nguyên tắc cộng tác hội thoại của H. P. Grice** (1967), [36, tr 229], trong *nghiên cứu đối tượng chính* luận án là *HĐH*.

1.1.4. Lí thuyết hành động ngôn ngữ (HĐNN).

F. Armengaud nói: “ chúng ta làm gì khi chúng ta nói?”[63]. Câu hỏi đó đã đề cập bản chất hoạt động ngôn ngữ. Theo tiêu chí *số lượng và tính chất*, ta có: *HĐ đơn phương* do một người thực hiện và *HĐ đa phương* hay còn gọi là *HĐ liên kết*, *HĐ XH*. *HĐ liên kết phải đáp ứng các điều kiện* sau đây: có ít nhất hai người trở lên tham gia *HĐ*; phải có sự cộng tác giữa người tham gia *HĐ*; phải có niềm tin; phải có ý định, đích *HĐ*; có kế hoạch phân bố các thao tác *HĐ* sao cho hợp lí. Chúng tôi chú ý kết luận của L. Bloomfield, được nêu trong cuốn “ Le Langage “ nói đến vấn đề kích thích NN và phản xạ do NN gây ra: “ NN tạo điều kiện để con người thực hiện phản xạ R khi một người khác chịu kích thích”. Nhưng *phản xạ* đó không mang tính cộng tác, tính XH, nên không phải là *HĐNN* theo đúng nghĩa. **HĐH trong luận án thuộc về HĐXH (HĐ liên kết), còn HĐNN đơn phương** không được tính đến. **CTLC** mà chúng tôi đề xuất đáp ứng điều kiện **tính hợp lí của kế hoạch HĐ** nói và vận dụng các yếu tố kích thích NN trên.

1.1.5. Một số vấn đề lí thuyết ngữ dụng

1.1.5. 1. Tiên ước, tiên giả định (TGD), dẫn ý

Đây là các vấn đề được phân tích qua một số phương diện của **vấn đề nghĩa không hiển ngôn** (không tự nhiên). Những *tiên ước* (presumptions) của đối thoại bao gồm những hiểu biết chung của người nói và người nghe về cái thế giới có liên quan đến họ. Những *TGD* (presupposition) của PN là những *hiểu biết*, là *cái mà người nói cho là đúng* trước khi thực hiện một PN (*người nói có TGD*, câu không có

TGD), đồng thời là cái mà người nghe cũng cho là đúng sau khi nghe PN đó. *Dẫn ý, suy ý, kéo theo* (entailment) là cái đi theo một cách logic từ điều được xác nhận trong PN đó. *Câu có dẫn ý, chứ không phải người nói có dẫn ý.* Như (2):”Chị Hai của tôi đã mua một lô hàng mũ rất hời!” (TGD là tồn tại nhân vật tôi; tôi có một bà chị thứ hai; bà chị này là người có nghề buôn bán... Tất cả các TGD đó đều thuộc về người nói và chúng có thể sai trên thực tế. Còn những dẫn ý là chị Hai của tôi đã mua cái gì đó, lô hàng đó có hời không.... Những dẫn ý đó có được từ cận cảnh của câu đã dẫn, chúng được thông báo bên ngoài cái được nói ra). Thuộc tính cơ bản của TGD là **tính bất biến, không gây tranh luận** khi phủ định. Nếu hai bên bất đồng về TGD, thì thường sẽ gây tranh luận. Đây cũng là một trong những *cách thức để tạo ra YNHÁ*. Việc lựa chọn và trình bày trình tự các dẫn ý trước đây được George Yule [183, tr72] xem xét và cho rằng: *dẫn ý không phải khái niệm dụng học, mà là khái niệm thuần túy logic.* Chúng tôi cho rằng, vấn đề *lựa chọn dẫn ý, sắp xếp dẫn ý* theo một trình tự hợp lí, rõ ràng đã *mang tính dụng học*. Bởi vì, **thông qua trình tự dẫn ý và dẫn ý được suy ra từ cận cảnh, người nói có thể thông báo cái mà người nói tin rằng người nghe có thể sẽ nghĩ đến, tức là, thông qua thao tác suy luận và liên tưởng, làm cho người nghe có thể biết mà không cần trình bày hiển ngôn trên bề mặt PN.**

1.1.5.2. Cộng tác và hàm ý

Hội thoại luôn có sự cộng tác, người nói tin rằng người nghe sẵn sàng cộng tác với mình, còn người nghe, khi nghe một PN hướng về mình, thì hiểu rằng, người nói đang cùng cộng tác và có chủ định thông báo một điều gì đó với mình. **Cái “điều gì đó”** ấy phải là *nhiều hơn, rộng hơn, sâu hơn* chính những gì đang thể hiện trên bề mặt PN. YNHÁ, hàm ý, ẩn ý, ám chỉ (implication), riêng Grice gọi bằng thuật ngữ (implicature). Đó là những ý nghĩa được truyền đạt gián tiếp thông qua nguyên văn của dẫn ý, bằng cách dùng ND nghĩa của nguyên văn để làm cho người

nghe có thể suy ra các ý khác. **Để trình bày YNHÃ, bao giờ người nói cũng gắn mục đích và niềm tin rằng, người nghe có đủ năng lực làm bộc lộ ra cái hàm ý đã được chủ đích nêu ra trong ngữ cảnh đó, trên cơ sở của những gì đã biết, TGD và dẫn ý.** Hàm ý là *cái được thông báo nhiều hơn cái được nói ra*, để hiểu được chúng, thì ta phải thừa nhận rằng có 4 nguyên tắc cộng tác (*lượng, chất, quan hệ, cách thức*) (Grice) [36; 72]. Phần lớn YNHÃ xuất phát từ nghĩa tự nhiên, tưởng mình được tạo ra trong một ngữ cảnh nhất định, được người nói và người nghe cùng *cộng tác*, chia sẻ, lệ thuộc vào nhau.

1.1.5.3. Nguyên lí “giải thuyết cục bộ” và “phép suy luận tương tự”

Ở trên, ta đã đề cập đến *ngữ cảnh rộng* và *ngữ cảnh hẹp* nhưng chưa đề cập đến vấn đề *hạn chế ngữ cảnh*, (tức là làm thế nào để xác định không gian, thời gian tương thích của một PN cụ thể). Vấn đề *giải thuyết cục bộ* (local interpretation) trong phân tích diễn ngôn, là cách mà người nghe, người nghiên cứu khi nghe một PN, phải biết cách tạo *ngữ cảnh hạn chế có liên quan chặt chẽ đến quy chiếu*. Nguyên tắc giải thuyết cục bộ dựa trên *kinh nghiệm cá nhân, khả năng dự đoán, xây dựng giả thiết* về các khía cạnh *tương thích* của *ngữ cảnh*. Ví dụ (3): B:Tương tá ngon lành, vậy mà...!

M: Vậy là sao?Tui trả vậy chị không bán thì thôi, ý chị nói tui keo kiệt chứ gì?

B: Đó là anh tự nghĩ ra, chứ tui nói hồi nào?

M:Vậy chớ có tui với chị đứng đây hà, vậy chị nói ai thì chị chỉ tui coi!...
(Ở (3) PN thứ nhất (B) đã mô tả một sự kiện và PN thứ hai (M) mô tả một sự kiện khác...Người nghiên cứu có thể xem là chúng không liên quan gì với nhau cả. Tuy nhiên, nguyên tắc giải thuyết cục bộ sẽ chỉ cho chúng ta cách xây dựng một ngữ cảnh hạn chế, trong đó có hai nhân vật người mua và người bán đang tiến hành mặc cả MB một món hàng nào đó; TXH “tui” “anh” “chị” đã dùng để quy chiếu hai nhân

vật có liên quan với nhau; Vai trò của từ hư trong (3) đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng ngữ cảnh hạn chế. Đồng thời, trong nội bộ ngữ cảnh của PN, khi người bán đã chối cái điều mà chị ta nói ở dạng ngầm ẩn, thì người nghe trong cuộc thoại cũng đã sử dụng nguyên tắc giải thuyết cục bộ về thời gian, địa điểm và đối tượng để xác định vấn đề... .

Nguyên tắc suy luận tương tự là phương pháp tính toán, tiến hành lựa chọn một trong những giải pháp cho rằng tối ưu nhất. Nó giúp cho việc tạo ra thông điệp mạch lạc, phù hợp, tương thích với các yếu tố khác trong ngôn ngữ.

1.1.5.4. Lịch sự và tương tác

Cuộc tương tác bằng NN nhất thiết phải là cuộc tương tác có tính chất XH liên quan đến *khoảng cách* XH. Hội thoại thường không chấp nhận các PN thô lỗ hay thiếu thận trọng, nên yếu tố *lịch sự* liên quan đến *khoảng cách* XH là yếu tố tác động đối với *cái được thông báo*. Lịch sự (politeness) là khái niệm nội hàm của “hành vi XH lịch sự” (polite social behavior), hay *nghi thức xã giao bên trong một nền văn hóa*, quy định cụ thể cho các cuộc tương tác. Nó là một phương tiện thể hiện **sự nhận thức về thể diện** của người khác [194]. *Thể diện* (face) là hình ảnh con người có liên quan tới *ý nghĩa XH* và *ý nghĩa tình cảm* trong cách cư xử. Con người luôn muốn được tôn trọng, có nhu cầu về *thể diện* (face wants), *HD giữ thể diện* (face saving act), ngược lại, là *HD đe dọa thể diện* (face threatening act) [183]. Lịch sự được chứa bằng *HD* (cử chỉ, thái độ, ánh mắt...). Ví dụ: người mua đến chỗ người bán là người quen, sau khi đã chọn được hàng, hỏi giá, đồng ý mua, nhưng kiểm tra lại ví thì không thấy đủ tiền. *Đầu tiên* người mua có thể lục soạn túi xách, tìm kiếm một cách khá lộ liễu các túi áo của mình, nhưng với một chủ định mơ hồ rằng: rắc rối sẽ được nhận biết; Hoặc có thể bằng lời xin lỗi, hứa hẹn.... Lịch sự được thể hiện bằng lời như: thể hiện *HD* nói bằng *YNHÁ nhiều hơn nghĩa tường minh* như nói bóng gió, ... hay lời ướm để tránh đặt người đối diện vào tình huống

khó xử, hay lời rào đón có tính dự kiến, tính giáo đầu cho thích hợp; *thứ hai* là sử dụng chiến lược lịch sự thân hữu, tôn trọng...; *thứ ba* là sử dụng khuôn từ ngữ lịch sự : *Xin lỗi; Liệu có phải; ...hỏi khi không phải...*

1.2. LÝ THUYẾT VỀ CẤU TRÚC LỰA CHỌN ĐỂ TẠO NGHĨA

1.2.1. Thông tin ngữ dụng

G. Miller (1978) đã nói đến tính đa dạng của mặt dụng học thể hiện qua cấu trúc hình thái ngôn ngữ, chứa đựng *thông tin ngữ dụng*, là phần thông tin bổ sung thông qua thông tin *nội dung ngữ nghĩa cơ bản* nhất định, gắn liền ngữ cảnh nói năng cụ thể. *Thông tin ngữ dụng được tạo thành từ cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ẩn. Những tri thức, tri năng mang tính ổn định, tính tĩnh trong quan hệ vận dụng, lựa chọn (yếu tố ngôn ngữ), tương tác với sự kiện, tình huống giao tiếp (phi ngôn ngữ), trên cơ sở phát huy tối đa bản chất xã hội sâu xa của ngôn ngữ thông qua tư duy, năng lực, sự sáng tạo của cá nhân tiêu biểu cho ngôn ngữ xã hội học, nhằm mục đích sao cho đạt hiệu quả giao tiếp cao nhất. Tất cả yếu tố cấu tạo và đích của cấu trúc lựa chọn trên sẽ giúp cho ngôn ngữ trở nên biến hóa sinh động, linh hoạt, tạo khả năng tạo lập, hiểu và truyền tải thông tin ngữ nghĩa với dung lượng và màu sắc hoàn toàn mới theo hướng hàm ngôn. Thông tin ngữ dụng mang tính chất bổ sung cho ngữ nghĩa cơ bản do hoạt động ngôn ngữ đem lại. Như vậy, cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ẩn đã mang lại thông tin ngữ nghĩa, ngữ dụng mới của hành động nói năng trong hành chức ngôn ngữ.*

1.2.2. Cấu trúc lựa chọn (CTLC)

1.2.2. 1. Khái niệm cấu trúc lựa chọn

Cấu trúc lựa chọn là *cấu trúc siêu đoạn tính* của quá trình tạo nghĩa mới, xác lập hiệu lực giao tiếp và nhận dạng nghĩa theo hướng hàm ngôn, nghĩa là *tạo các đơn vị nghĩa hàm ẩn mang tính chỉnh thể* cho thông tin ngữ dụng bổ sung và chỉ có thể phân chia cấp độ nghĩa theo hệ liên tưởng (cấp độ hiển ngôn, hàm ngôn),

mà không thể phân đoạn thực tại theo hệ hình, không phân chia nghĩa theo trục ngữ đoạn theo kiểu cấu trúc đoạn tính, gắn với quá trình lập mã và giải mã từ *góc độ động* của hoạt động giao tiếp trong ngữ cảnh cụ thể, *lựa chọn cấu trúc hiển ngôn làm hình thức của cấu trúc hàm ngôn*.

1.2.2.2. Tính chất cơ bản của cấu trúc lựa chọn

a/ Đi từ đặc trưng riêng của hành động hỏi trong mua bán, luận án xác lập mô hình cấu trúc lựa chọn mang tính bao quát, có cấu tạo, có quy tắc hoạt động, để hiểu và giải thích được cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn.

b/ Việc tạo hiệu lực giao tiếp theo hướng hàm ngôn của CTLC hình thành từ chiến lược lịch sự nhằm bảo đảm quyền lợi, dựa vào sự hiểu nhau về tâm lí giao tiếp giữa vai mua, bán của môi trường cụ thể là giao tiếp mua bán.

c/ Cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ngôn là *dạng quy ước siêu ngôn ngữ*, bởi vì, tuy không tách rời với tín hiệu ngôn ngữ, xác lập từ mã ngôn ngữ nhưng *nhưng trong quá trình hoạt động, thông qua cơ chế của chính nó*, qua đường dây chế biến năng động chủ quan của tư duy, phát huy bản chất xã hội thông qua cá nhân, nên *nghĩa thực thể vốn có của ngôn ngữ đã bị triệt tiêu*, không còn tồn tại nghĩa thực ban đầu, mà *chỉ tận dụng vỏ vật chất của tín hiệu, liên hệ, tương tác 2 yếu tố ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để chế biến lại, vô hiệu hoá nghĩa thực vốn có của ngôn ngữ, đồng thời được thay thế bằng nghĩa mới*. Nó là quá trình mã hóa ngôn ngữ theo hướng phi ngôn ngữ và ngôn ngữ hóa yếu tố phi ngôn ngữ.

d/ *Ngôn ngữ của cấu trúc lựa chọn* trong *tính chỉnh thể* của nó đã biến thành *biểu thức quy chiếu* trong thao tác tư duy của người lập mã và giải mã.

e/ Ta không thể *nhận dạng cấu trúc lựa chọn* một cách hình thức từ góc độ tĩnh, giải thích tách rời với hoạt động giao tiếp ngôn ngữ gắn quá trình lập mã, giải mã của người dùng, mà nó phải được hình thành trong *thế động*.

1.2.2.3. Nguyên nhân hình thành, xác lập mô hình cấu trúc lựa chọn

Chúng tôi xin đề xuất tên gọi, khái niệm CTLC, từ nguyên nhân sau:

1/ Nguyên nhân chủ quan: Đi từ đặc trưng rất riêng của HDH trong GTMB, LA xác định mục đích là làm thế nào để tìm, xác lập một mô hình có tính bao quát, có đầy đủ các nhân tố với các quy tắc, làm sao để có thể giải thích được cơ chế nghĩa hàm ngôn.

2/ Nguyên nhân từ phía ngôn ngữ

Nguyên nhân đầu tiên là vấn đề nghĩa. Cái khó nhất của nghiên cứu ngôn ngữ hiện nay và cũng là vấn đề khó nhất mà luận án đặt ra là: *vấn đề NGHĨA*. **Nghĩa là gì?** Câu hỏi này hiện nay và nhiều năm về sau khó có được lời giải đáp nhất trí. Khi phân tích, tổng hợp *nghĩa*, nếu chỉ dựa vào quan hệ giữa cái biểu đạt- cái được biểu đạt, thì ta không hiểu thấu đáo được. Vì tín hiệu *không cố định nghĩa* trong các dạng xuất hiện của nó. Nó *xác định cơ chế nghĩa, nhận dạng hiệu lực giao tiếp* hình thành từ cơ chế nghĩa của dụng học, dựa vào lí thuyết tín hiệu học, ngôn ngữ xã hội học, tâm lí học, văn hoá học. ... Nguyên nhân kế tiếp là *tín hiệu ngôn ngữ*, gồm có: yếu tố *phi ngôn ngữ*: ngữ cảnh; cử chỉ...; yếu tố *ngôn ngữ*: có 3 mối quan hệ: tín hiệu- tín hiệu (Kết học), tín hiệu- thực tế (Nghĩa học), tín hiệu- người sử dụng (Dụng học). Vậy lâu nay nói đến dụng học, ta chỉ mới đề cập đến 1 mặt của tín hiệu mà thôi. Đồng thời, khi đề cập bình diện nghĩa học, thì mối quan hệ giữa ý nghĩa với người sử dụng ngôn ngữ hay Grice còn gọi là nghĩa không tự nhiên, không được giải quyết thấu đáo. Khi giải quyết vấn đề nghĩa, thì cấu trúc lựa chọn đã luôn luôn tính đến cả *yếu tố ngôn ngữ (nghĩa tự nhiên- nghĩa không tự nhiên)* lẫn *yếu tố phi ngôn ngữ*, .

Nguyên nhân kế nữa là người nói thường thực hiện hành động nói có mục đích và niềm tin. Để đạt được kết quả tốt, thì người thực hiện phải xây dựng kế

hoạch hành động. Vậy người giao tiếp thực hiện kế hoạch bằng cách sử dụng CTLC.

Tín hiệu hai chiều do hai cá thể khác nhau tạo lập và lí giải, bên cạnh việc bảo đảm tín hiệu ngôn ngữ đó phải có phần nền chung, hai vai giao tiếp còn khác nhau về nhiều mặt, như: tuổi tác, tri thức, kinh nghiệm, vị thế, mục đích riêng....

Cho nên để bảo đảm khả năng duy trì cuộc thoại, các vai giao tiếp phải có sự lựa chọn nội dung và tín hiệu ngôn ngữ, nhằm bảo đảm cho việc *phù hợp* với vai, chiến lược giao tiếp, với ngữ cảnh phát ngôn hiện tại, với khả năng tiếp nhận và giải mã thông tin mà người nói có thể dự đoán được nơi người nghe... Sự lựa chọn nội dung, tín hiệu ngôn ngữ của CTLC còn để thực hiện ba chức năng khác của hành động nói, chức năng *biểu cảm, thông báo, bình giá* trong giao tiếp. Nguyên nhân khác là quá trình lựa chọn và sắp xếp các tín hiệu ngôn ngữ một cách **sáng tạo để thể hiện tốt ý nghĩ, để tạo nghĩa “mới” theo đúng ý đồ trong khả năng có thể. CTLC có vai trò quan trọng trong việc tạo nghĩa.**

Toàn bộ thông tin ngữ dụng, nhất là thông tin ngầm ẩn, tuy không thể hiện rõ trên bề mặt PN, và không được nói ra hết qua hình thức nhưng lại *phản ánh qua nội dung ngữ nghĩa, chính là kết quả sử dụng cấu trúc lựa chọn.*

Nguyên nhân cuối cùng là F. Armengaud đã cho rằng “Dụng học? Một môn trẻ là điểm quy tụ của nhiều ngành khoa học xã hội với *đường ranh giới mơ hồ*” [63]. Còn David Crystal [203, tr240] cũng nói, ta **không thể xác định được ranh giới** rõ ràng giữa **nghĩa** (semantics); với **ngôn ngữ xã hội học** (sociolinguistics); với **ngữ cảnh ngoài ngôn ngữ** (extralinguistic contex). Cấu trúc lựa chọn được chứng minh thông qua luận án giúp chúng ta thấy rõ đường ranh giới và mối quan hệ giữa các vấn đề về nghĩa, ngôn ngữ xã hội học và ngữ cảnh ngoài ngôn ngữ và phục vụ “trực tiếp cách sử dụng ngôn ngữ”. **Chính nguyên nhân này liên quan trực tiếp đến vấn đề có tính chất đề xuất của luận án là CTLC.**

1.2.2 4. Nguồn gốc và quá trình của cấu trúc lựa chọn

Thực ra, cội nguồn của ngôn ngữ đã sử dụng cấu trúc lựa chọn. Đó là khoa “diễn từ học” (rhétorique), gọi là khoa “hùng biện”, có từ thời cổ đại Hy-La. Ở thời hiện đại, nó được các nhà triết học và logic học như L.Wittgenstein (1926), C. W. Morris (1938), K. Carnap (1942), J. Austin (1962), R. Montague (1968), J. Searle (1969)... xây dựng hệ thống lí thuyết trong khoảng nửa đầu của thế kỉ XX. Bắt đầu từ những năm 60, vấn đề lựa chọn ngôn từ sao cho đạt được hiệu quả giao tiếp được các nhà ngôn ngữ nghiên cứu ở nhiều khía cạnh khác nhau.

Trong ba bình diện kết học, nghĩa học, dụng học thì bình diện kết học được các nhà nghiên cứu quan tâm khảo sát trong một thời gian dài và thu được nhiều kết quả đáng ghi nhận. Gần đây, ngôn ngữ học thế giới nói chung và Việt ngữ học nói riêng quan tâm đến bình diện nghĩa học, dụng học và đề xuất một số loại cấu trúc mới như: cấu trúc vị từ - tham thể (nghĩa học); cấu trúc đề-thuyết; cấu trúc thông báo. CTLC khác cấu trúc thông báo ở chỗ: cấu trúc thông báo chỉ quan tâm đến thông tin của phát ngôn, chủ yếu là tin cũ và nhất là tin mới. Tức là phát ngôn chỉ có giá trị với người nhận khi nó mang lại cho anh ta các tin mà trước đó anh ta chưa biết. Vì trong thực tế, người ta rất ít chú ý xem phát ngôn vừa nhận được là loại câu đơn hay phức, thành phần chính hay phụ..., mà chỉ hay chú ý đến nghĩa của phát ngôn, đến tin mới, cần thiết và bổ ích. Nhưng cấu trúc thông báo cũng không thể đứng vững, nếu không dựa vào kết học, vào quy luật cú pháp của câu. Còn cấu trúc cú pháp được nghiên cứu kĩ trong một thời gian dài. Mối quan hệ giữa chúng là mối quan hệ vừa thống nhất, vừa không thống nhất, vừa chặt chẽ như hai mặt của một tờ giấy không tách rời nhau. **Mối quan hệ ấy thể hiện sinh động tính hai mặt của bình diện dụng học: cấu trúc này là cái chứa thể hiện mặt hình thức cho ý nghĩa, nội dung cái được chứa của cấu trúc kia và ngược lại.** Cấu trúc lựa chọn sẽ tác động mạnh đến việc thực hiện mục đích ý đồ chính và tác động mạnh đến

chiến lược giao tiếp của phát ngôn. Nó thể hiện nhiều sắc thái khác nhau của phương thức diễn ngôn và khúc xạ tinh tế trên nhiều cấp độ ngôn ngữ có liên quan với nhau nhưng không ngang bằng nhau, như từ xưng hô, lược đồ văn hoá...

1.2.2.5. Các yếu tố cấu tạo của cấu trúc lựa chọn

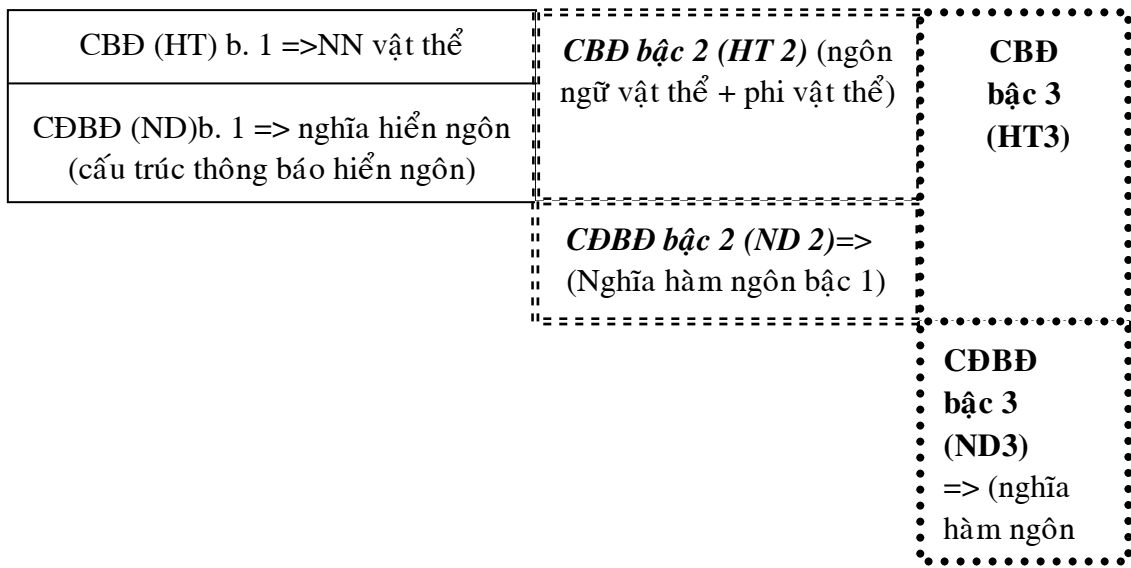
Cấu trúc lựa chọn là cấu trúc siêu đoạn tính, không thể phân đoạn thực tại theo hệ hình, mà chỉ có thể phân chia cấp độ nghĩa theo hệ liên tưởng. Xét về cấu tạo từ cơ chế tín hiệu học, CTLC có các yếu tố chính như sau:

a/ **Yếu tố phi NN** (mạch ngầm, trực tĩnh, là tiền đề, là chỗ dựa quan trọng để tạo nghĩa. Sự hình thành cơ chế chồng lấp về mặt hình thức (vật thể và phi vật thể) cho cái biểu đạt của cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ngôn nói trên, xét từ chiều sâu, nó không thể tách khỏi áp lực tác động của yếu tố phi ngôn ngữ. Yếu tố phi ngôn ngữ bao gồm hai dạng chính: **yếu tố phi ngôn ngữ** (ngữ cảnh, cử chỉ, điệu bộ, thái độ...) và **yếu tố áp lực ngoài ngôn ngữ** (chính là áp lực từ ý nghĩa không tự nhiên của NN, là áp lực nghĩa do tiền ước, tiền giả định mang lại). Lâu nay, ta rất hay đề cập đến vấn đề tiền ước, tiền giả định, nhưng khi lấy hành động hỏi trong giao tiếp mua bán làm đối tượng nghiên cứu chính, chúng tôi nhận ra rằng, chúng chịu sự chi phối và tạo nên áp lực mạnh mẽ ngoài ngôn ngữ để tạo nghĩa, xuất phát từ tâm lí giao tiếp mua bán, từ thế giới rất riêng của môi trường giao tiếp mua bán, của các đối tác (hai bên đều hiểu rất rõ ý định, niềm tin, cách thức của nhau). Yếu tố phi ngôn ngữ có chức năng tác động và gây áp lực lớn từ bên ngoài vào cấu trúc lựa chọn để tạo nghĩa hàm ẩn. Ngược lại, cấu trúc lựa chọn tận dụng, lựa chọn các yếu tố phi ngôn ngữ cụ thể này để tạo nghĩa mới rất hiệu quả. Thực tế, chúng không tách rời mà đan chéo, chồng lấp nhau.

b/ **Yếu tố ngôn ngữ** là một yếu tố chính, không thể thiếu trong sự lựa chọn tín hiệu ngôn ngữ để tạo nghĩa hàm ngôn, gồm: **hình thức cái biểu đạt; nội dung ý nghĩa của cái được biểu đạt** (ND ý nghĩa vốn có mà Grice gọi là ý nghĩa tự nhiên

và ND ý nghĩa mở rộng hay ý nghĩa không tự nhiên). **Yếu tố ngôn ngữ** có cấu tạo từ cơ sở của *cấu trúc thông báo hiển ngôn* dựa trên *cái biểu đạt* và *cái được biểu đạt bậc 1* (vừa mang tính vật thể, vừa mang tính phi vật thể). *Cấu trúc thông báo hiển ngôn* đó, lại biến thành *cái biểu đạt hình thức bậc 2*, để diễn đạt nghĩa nội dung mở rộng theo hướng hàm ngôn của *cái được biểu đạt bậc 2*...

CẤU TRÚC NGHĨA HIỂN NGÔN CẤU TRÚC NGHĨA HÀM NGÔN



Sơ đồ 1.1 Nội dung ý nghĩa hàm ẩn mở rộng

Lâu nay, nói đến nghĩa, người ta luôn nói đến tính hai mặt của ngôn ngữ, và là *nghĩa của chính cái biểu đạt*, nhưng nghĩa hàm ẩn được tạo qua cơ chế cấu trúc lựa chọn, đã được thể hiện *rộng hơn* cách hiểu của F. Saussure, *rộng hơn* cách hiểu thông thường, và rộng hơn cái vỏ vật chất hình thức (chữ viết – âm thanh của tín hiệu), rộng hơn bản thân hình thức mà cái biểu đạt thể hiện.

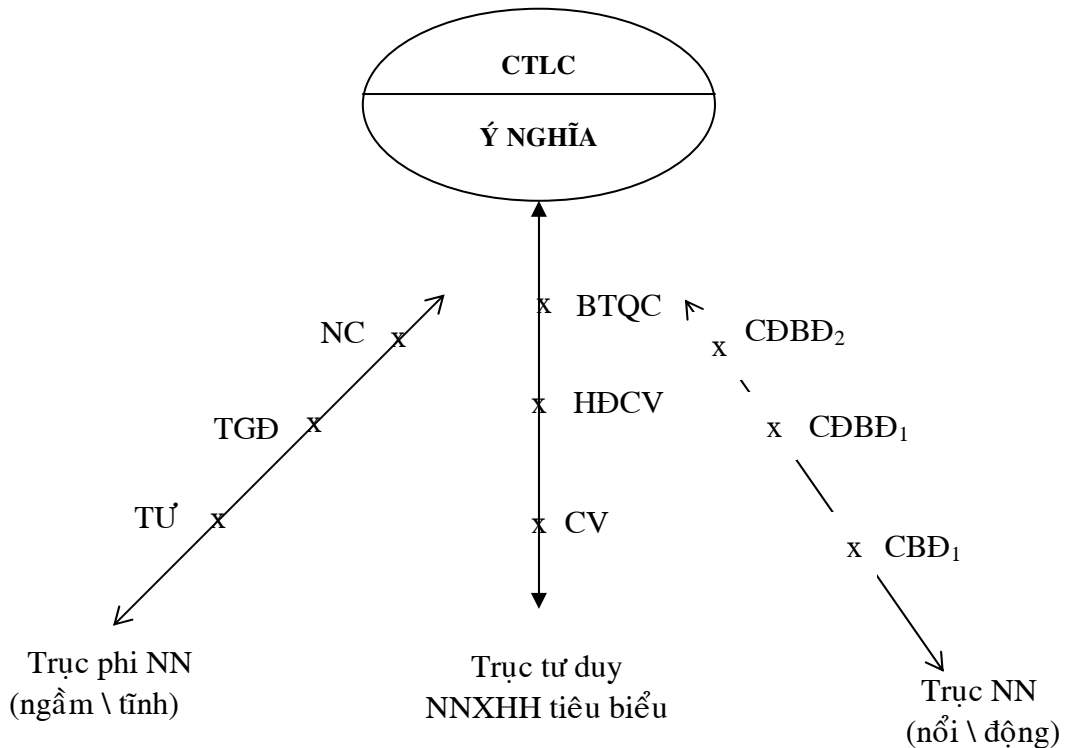
c/ Yếu tố tư duy của dạng ngôn ngữ xã hội học tiêu biểu

Với hoạt động tư duy năng động của người lập mã và người giải mã trong hoạt động giao tiếp, họ đã tận dụng hiện tượng chồng lấp nảy sinh từ áp lực của phạm trù phi ngôn ngữ, kết hợp yếu tố ngôn ngữ, từ đó, biến ngôn ngữ của cấu trúc

thông báo thành biểu thức quy chiếu với sự ẩn chứa nhiều tiềm năng ngữ dụng trong tạo nghĩa, trên cơ sở phát huy tối đa bản chất xã hội sâu xa của ngôn ngữ thông qua tư duy cá nhân thuộc dạng ngôn ngữ xã hội học tiêu biểu và quen thuộc của một nhóm người trong xã hội. Ngôn ngữ xã hội học là dùng yếu tố xã hội để giải thích ngôn ngữ, là nói đến tâm lí giao tiếp riêng, tính xã hội riêng, cách hiểu riêng, cách dựa vào yếu tố ngôn ngữ, phi ngôn ngữ mang tính đặc thù và quen thuộc của một lớp người, nhóm người trong xã hội. Ngôn ngữ xã hội học cụ thể trong luận án là các tầng lớp người mua bán.

Nói cách khác, dưới áp lực của yếu tố *phi ngôn ngữ*, cấu trúc lựa chọn đã tận dụng chúng để chọn chiếu vật, tạo hành động chiếu vật, kết hợp với yếu tố *tín hiệu ngôn ngữ* để tạo **biểu thức quy chiếu** riêng của tư duy ngôn ngữ xã hội học tiêu biểu. Cấu trúc lựa chọn thông qua đường dây chế biến năng động chủ quan của tư duy, *chỉ tận dụng vỏ vật chất của tín hiệu*, biến thành quá trình *liên hệ, tương tác* với hai yếu tố trên để *chế biến lại ngôn ngữ*, để *vô hiệu hoá và triệt tiêu các nghĩa thực vốn có của tín hiệu ngôn ngữ đó*. Từ đó, cấu trúc lựa chọn *tạo nghĩa hàm ngôn* sẽ góp phần tạo nghĩa mới (có thể ổn định hoặc lâm thời) tạo hiệu lực giao tiếp riêng biệt của *tư duy ngôn ngữ xã hội học tiêu biểu*.

- **Mối quan hệ của ba yếu tố** là vấn đề *chế biến nghĩa* thông qua CTLC là quá trình vô hiệu hoá các nghĩa thực vốn có và tạo YNHẢ, bảo đảm sự xê dịch ý nghĩa theo *nguyên tắc tín hiệu học*. Đó là sự kết hợp, tương tác qua lại của các yếu tố cấu tạo, thông qua sự chế biến năng động chủ quan của tư duy, kết hợp với *nguyên tắc tri nhận* của bản thân người lập mã và giải mã tiêu biểu NNXHH nhất định của CTLC. *Tri nhận là quá trình nhận thức để tạo nghĩa, mà nghĩa được tạo ra không phải nằm trong bản thân ngôn ngữ mà nó lệ thuộc vào tâm trí, cảm giác của chính người GT.*



Sơ đồ 1.2: Các yếu tố cấu tạo của cấu trúc lựa chọn

1.2.2.6. Đặc điểm và điều kiện của cấu trúc lựa chọn

1/ Tính phù hợp

Tính phù hợp của CTLC được xem là một đặc điểm và điều kiện quan trọng đầu tiên. Lâu nay, người ta chỉ thường nói *tính phù hợp* trong cách *lựa chọn* ở người phát, mà ít nói đến *tính phù hợp của cách hiểu* đối với người nhận. Ta cần nhấn mạnh *tính phù hợp của thông điệp bị quy định ở cả hai chiều: người phát, người nhận*. Vì khi *lựa chọn ND, HT tín hiệu NN*, người nói phải *dự toán đến khả năng tiếp nhận mã thông tin và giải mã thông tin và tính phù hợp* với người nghe như: tuổi tác, trình độ, vị thế, kinh nghiệm, quê quán, nghề nghiệp, ngữ cảnh... Tính phù hợp cũng quyết định một phần nào tới sự tác động đến người nghe và kết quả của sự tác động đó. Nó có ảnh hưởng tới việc người nhận có tiếp nhận hay từ chối về ND, nhận thức về thực tế mà người phát truyền cho họ.

2/ Tính đều đặn và tính thường xuyên

George Yule (1996) có nhắc *tính đều đặn, thường xuyên* [183, tr. 23]” con người có khuynh hướng xử sự theo những cách lặp đi lặp lại khá đều đặn” trong việc dùng NN. Nói cách khác, đó là khuynh hướng đi theo “những đường mòn nhân tạo” của cùng một cộng đồng NN, bằng cách lặp đi lặp lại nhiều lần và khá đều đặn. Chúng mang đặc điểm sử dụng NN trong cùng một nhóm XH (phạm vi hẹp) và trong cùng một cộng đồng XH (phạm vi rộng). Chúng bắt nguồn từ mỗi thành viên của một nhóm XH, ngược lại, họ buộc tuân theo những khuôn mẫu chung. Tính đều đặn và tính thường xuyên vừa là đặc điểm, vừa là điều kiện để có thể thực hiện CTLC. Nếu không sử dụng đều đặn và thường xuyên các cách thức sử dụng NN thì khó tạo được thói quen, khó tạo được kinh nghiệm, dẫn đến hệ quả là khó lựa chọn để tạo nghĩa. Vì vậy, nếu sử dụng NN trong một nhóm XH mà mình đã quen biết, có nghĩa là bao hàm tính đều đặn, thường xuyên thì người GTNN rất dễ dàng trở thành người lịch sự, hiểu biết vì đã nói ra những điều thích hợp. Ngược lại, trong một môi trường XH mới và không quen biết, ta thường không biết rõ cần phải nói gì và thường lo lắng vì sợ nói ra những điều không phải, không chuẩn mực. Trong thực tế tồn tại những câu không phải là sai, nhưng không thích hợp với ngữ cảnh, thói quen, phong tục, tập quán; những nó sẽ chuyển tải những *thông tin bổ sung* như : *bạn là người ngoài cuộc, người lạ, nói năng không phù hợp...* [xem 143]. Ví dụ (4) sau đây:

A: *Mary, bạn đi đâu đó?*

B: *Tôi không thể trả lời được! (kèm theo là thái độ lúng túng)*

3/ Tính thói quen và tính khuôn mẫu

Tính đều đặn và tính thường xuyên trong sử dụng NN sẽ dẫn đến một hệ luận là *tính thói quen, khuôn mẫu* trong CTLC. Tính đều đặn dẫn đến tồn tại trong ý thức của mỗi thành viên cộng đồng các thói quen về HT lẫn ND ý nghĩa, với những mức độ nhận thức khác nhau. Người nói sẽ cần phải lựa chọn và kết hợp các yếu tố

NN theo thói quen (thói quen lâu dần sẽ tạo thành chuẩn mực chung). Sự lựa chọn (dựa vào CTLC) không chỉ nhằm vào việc *tạo nghĩa rõ ràng, dễ hiểu*, mà còn phải dựa vào những thói quen NN để tạo nên tính thông tin ngầm, những điều không cần nói ra hết nhiều hơn HT câu chữ. Sự lựa chọn theo thói quen NN lâu dần có tính truyền thống, sẽ hình thành nên những *khuôn mẫu chuẩn mực* trong hoạt động lời nói. Sự chuẩn mực phụ thuộc vào thói quen của số đông người trong cộng đồng thừa nhận là hợp lí, là đúng, và đa số họ đều hiểu như vậy nếu đặt họ vào ngữ cảnh đó. Trong thực tế GT, *những gì được thông báo luôn nhiều hơn những gì được nói ra thành lời*. Ví dụ như anh nói chuyện với một người bạn nào đó mà cái gì cũng nói ra, không chịu đồng chấp nhận các TGD đương nhiên, chắc chắn rằng bạn của anh sẽ cảm thấy bị đối xử như một người ngô nghê vì không có cả những vốn tri thức cơ bản. Như vậy, anh đã để sai sót về mặt dụng học nên có thể xúc phạm người khác và dĩ nhiên không đạt hiệu quả GT. Vì thế, khi GT, chúng ta *không những trình bày cho được một số hình thái NN mà còn phải biết trình bày mặt dụng học của hình thái NN đó*. Nói cách khác, sử dụng mặt dụng học của hình thái NN đó như thế nào trong khuôn mẫu được tạo ra những thói quen thường xuyên của một cộng đồng. Đó chính là tính thói quen và tính khuôn mẫu trong CTLC. *Tính thói quen, khuôn mẫu là đặc điểm và điều kiện để tồn tại CTLC, biểu thị các quy luật và quy tắc lựa chọn sử dụng các yếu tố NN và các nhân tố tổng hợp ngoài NN cho dạng tồn tại của NN mỗi dân tộc và của mỗi cá nhân trong cộng đồng đó*.

4/ Tính chuẩn mực

CTLC phải bảo đảm điều kiện là *tính chuẩn mực*. Chuẩn mực NN là khái niệm tương đối rộng. Chuẩn mực thể hiện ở nhiều mặt: chuẩn mực về HT, chuẩn mực về quy tắc, chuẩn mực về phạm vi sử dụng, chuẩn mực về phong cách, ... Chuẩn mực *luôn luôn mang tính đồng đại và lịch đại*, có nghĩa là nó được mọi người của dân tộc trong một thời kì lịch sử nhất định *công nhận là đúng* và được xem như

là những *chỉ dẫn bắt buộc có tính quy luật* và sẽ tạo nên những quy luật lựa chọn nhất định được mọi người trong cộng đồng tuân theo một cách tự giác, có ý thức.

5/ Tính kinh nghiệm

Hệ quả của tính đều đặn trong sử dụng NN là phần lớn những người trong một cộng đồng NN đều có những *kinh nghiệm giống nhau*. Tính kinh nghiệm được nhấn mạnh ở ba điểm cơ bản sau đây: thứ nhất, nó thường giống nhau về *thế giới khách quan*, nhất là thế giới gần gũi với những người trong cùng cộng đồng NN sinh sống; thứ hai, nó thường giống nhau về *kiến thức phi NN* được vận dụng khi GT của những người trong cùng một cộng đồng NN; thứ ba, nó thường *giống nhau trong cách lựa chọn* khi diễn đạt NN sao cho trong cộng đồng cùng hiểu nhau, thường nắm bắt trùng kênh thông tin dù hiển ngôn hay hàm ẩn.

6/ Tính chính xác

Bất kì PN nào cũng cần được truyền đạt và thông báo thông tin *chính xác*. Tính *chính xác* là đặc điểm và cũng là điều kiện quan trọng trong CTLC. Nó không những được thể hiện *chính xác cấu trúc HT*, thể hiện thông qua việc sử dụng chính xác, phù hợp các yếu tố NN mà còn thể hiện *chính xác ND*, phản ánh thực tế đúng nhất thì mới giúp cho người nói phản ánh được ý định chủ quan của mình một cách xác thực, hiệu quả; đồng thời, giúp cho người nghe có được cách lí giải thích hợp nhất và hiểu được vấn đề chính xác nhất, đúng đắn nhất.

7/ Tính tự giác tuân theo

Để bảo đảm sử dụng được CTLC, mỗi người đều phải *dựa vào, tự giác tuân theo* các nguyên tắc sau: phải tuân theo những tập quán NN của XH (nếp nghĩ, nếp làm) đã thành truyền thống quy định; dựa vào ngữ cảm tinh tế mạch bảo của bản thân là người bản ngữ. *Tính tự giác tuân theo* là một đặc điểm và điều kiện quan trọng trong CTLC. Tất cả đều là cơ sở cho sự chuẩn mực của NN văn hóa. Ta cũng chú ý rằng chuẩn mực không phải là cái gì đó luôn luôn bất biến, ổn định mà có

tính thay đổi dần của mỗi thế hệ nối tiếp. Vì vậy, chúng ta không nên quá cứng nhắc trong việc nhìn nhận chuẩn. *Tính tự giác tuân theo những quy tắc từ cấu trúc HT cho đến cấu trúc ND đã đặt cơ sở và chỗ dựa quan trọng cho CTLC.*

8/ Tính thích nghi và tính sáng tạo

CTLC còn bao hàm tính *thích nghi, sáng tạo*. Tính đều đặn, tính khuôn mẫu, tính thói quen giúp cho người phát nói đúng chuẩn, nhưng không phải là hoàn toàn rập theo khuôn mẫu, cứng nhắc. Con người phải có tính sáng tạo, thích nghi thì mới phản ánh sinh động tư tưởng, tình cảm vô cùng phong phú.

9/ Tính tương đối

Trong thực tế sử dụng, NN không mang tính tuyệt đối. Việc so sánh và lựa chọn các yếu tố NN trong CTLC ở cấp so sánh hơn và so sánh cực cấp cũng chỉ mang tính phù hợp, tính tốt nhất một cách *tương đối*.

10/ Tính thẩm mỹ

Khi sử dụng tốt CTLC thì PN thường bảo đảm được tính thẩm mỹ, và ngược lại, việc sử dụng tốt yếu tố thẩm mỹ khi sử dụng thao tác lựa chọn CTLC đạt được hiệu quả hơn. Tính thẩm mỹ ở đây không phải chỉ hiểu theo nghĩa hẹp là chỉ vẻ đẹp mà còn được hiểu rộng hơn là các cách sử dụng chính xác, thích hợp, hài hoà các phương tiện NN và phi NN trong hoàn cảnh GT nhất định.

11/ Tính chệch chuẩn và tính bất thường

Về đặc điểm này, thoát nghe, ta tưởng như chúng mâu thuẫn với những điều đã trình bày ở trên. Thực ra chúng là một trong những đặc điểm thể hiện tính đa dạng, phức tạp, đan chéo lẫn nhau. CTLC không phải lúc nào cũng đúng chuẩn, cũng đi theo đường mòn quen thuộc của cộng đồng, mà có lúc nó mang yếu tố bất thường, chệch chuẩn, đi lệch khỏi đường mòn tạo nên *tính sáng tạo* trong cơ chế lập mã và cơ chế giải mã của người GT. *Tính lệch chuẩn, bất thường trong CTLC không những không mâu thuẫn, không đối lập với những đặc tính thuộc về chuẩn, mà*

chúng còn là điều kiện quan trọng, mang tính quyết định trong cơ chế lập mã và giải mã thuộc dụng học nói chung, CTLC và HĐ gián tiếp nói riêng.

12/ Tính chất không ở trong khuôn khổ cấu trúc HT

CTLC có tính khuôn khổ, vừa không khuôn khổ của cấu trúc HT, vì:

1. Trong một thời gian dài, việc nghiên cứu NN đã có sự quan tâm mạnh mẽ đến các hệ thống phân tích HT. Những gì ở trong khuôn khổ của hệ thống phân tích cấu trúc HT thì được chú trọng nghiên cứu. Nhưng thực tế của hoạt động NN diễn ra lại khác, *có rất nhiều và thậm chí quá nhiều những yếu tố không ở trong khuôn khổ của cấu trúc HT và cũng là yếu tố không dễ gì đặt vào trong khuôn khổ của cấu trúc HT đã bị đánh giá phủ định hoặc bỏ qua.*

2. Trong GT, *những điều được thông báo nhiều hơn những điều nói ra thành lời.*

3. *Khi những người nói càng có nhiều cái chung thì họ sử dụng càng ít các ngôn từ cần thiết để nhận diện những điều quen thuộc.*

4. *Trong GT, khả năng lựa chọn các yếu tố NN không chỉ ở trong giới hạn của khuôn mẫu chuẩn mà còn là khả năng biến đổi của chuẩn. Để cái mới luôn luôn nảy sinh và tồn tại, CTLC tham gia giải quyết mâu thuẫn giữa cái cũ và cái mới.*

Vì vậy, khi nghiên cứu CTLC, ta phải tính đến tính chất đặc biệt của nguyên tắc dụng học này là **tính chất vừa ở trong khuôn khổ trong hệ thống phân tích cấu trúc HT, vừa không ở trong khuôn khổ của cấu trúc HT và luôn ở trạng thái biến thiên, rất động, biến hóa khôn lường.**

13/ Tính tiềm tàng

Hệ thống NN không những cung cấp cho người nói khả năng lựa chọn *cái có sẵn* mà còn cung cấp cho họ cái khả năng tạo lập, phát triển, mở rộng, sáng tạo *cái mới*. Tất cả đều bắt nguồn từ khả năng tiềm tàng của NN, hình thái NN. **CTLC dựa vào khả năng tiềm tàng và quy luật sâu xa của NN.**

1.2.2.7. Các bước tiến hành cho cấu trúc lựa chọn

a. Các bước tiến hành cho CTLC lập mã:

Đầu tiên là người phát phải lựa chọn ND, sao cho phù hợp với mục đích GT.

Người phát sẽ lựa chọn, cân nhắc tới các thông số ở phía người nhận, và phải tính đến khả năng quyền tiếp nhận, đồng ý hay không đồng ý. (Từ đó, mới có thể quyết định lựa chọn ND và HT nào cho phù hợp với ND thông điệp sắp truyền đi).

Bước kế tiếp là lựa chọn và cân nhắc các cách thức HT thể hiện sao cho phù hợp với ND mà người phát đã lựa chọn trước khi nói.

Bước cuối cùng là hoàn thành PN với ý đồ nhất định kết hợp với các nhân tố như: ngữ cảnh, sở chỉ, chỉ xuất, TGD, HD ngôn từ, CTTB, NNXHH...

b. Các bước tiến hành cho CTLC giải mã:

Đầu tiên là người nhận phải đưa ra nhiều cách hiểu về ND sao cho phù hợp với cái được thông báo của người phát.

Bước tiếp theo là người nhận sẽ lựa chọn và cân nhắc tới các thông số ở phía người phát và ở cả phía mình, có như vậy thì mới có thể quyết định lựa chọn ND và HT nào cho phù hợp của ND thông điệp hồi đáp sắp truyền đi.

Bước kế tiếp là lựa chọn và cân nhắc các cách thức thể hiện sao cho phù hợp với ND mà người nhận đã lựa chọn trước khi nói.

Bước cuối cùng là hoàn thành PN với những ý đồ giao tế nhất định kết hợp với các nhân tố như: ngữ cảnh, sở chỉ, chỉ xuất, TGD, HD ngôn từ, CTTB...

1.2.2.8. Các mối quan hệ của cấu trúc lựa chọn

1/ Cấu trúc lựa chọn trong mối quan hệ giữa hình thức- nội dung

Trong cuộc thoại, khi người nói nhận lượt lời để nắm quyền được nói (floor), họ buộc phải **tổ chức cấu trúc HT và ND ý nghĩa** (nghĩa tường minh, YNHÃ, nghĩa cũ và nghĩa mới ...). Họ phải tổ chức "đóng gói"[183, tr 157] tức là phải **lựa chọn**,

tổ chức, sắp xếp các thông điệp của mình theo những điều mà họ nghĩ là người nghe biết và không biết. Khi nghiên cứu phần ý nghĩa thuộc về người nói, CTLC nhất thiết phải tìm hiểu xem bằng cách nào mà người nói có thể suy luận về những gì được nói ra, để đi đến việc hiểu cái ý nghĩa mà người nói chủ định truyền đạt, hoặc bằng cách nào mà một lượng lớn những điều không được nói ra lại được nhận biết như là một phần ND của những gì được thông báo. Vậy việc nghiên cứu CTLC là nghiên cứu những cách thức, phương cách, cấu trúc, cơ chế giúp cho sự thông báo được nhiều hơn những gì được nói ra bằng lời trên bề mặt PN. Trong hoạt động, lời nói mới thực sự diễn ra sự lựa chọn có mục đích đối với hình thái NN, tạo ra những cách thức lựa chọn khác nhau và tạo ra những quy tắc lựa chọn khác nhau của CTLC để tạo nên hiệu quả khác nhau cho hệ thống thông báo. Sau đó, đến lượt mình, chính CTLC sẽ có tác dụng chi phối lại việc lựa chọn các hình thái NN, trở lại phục vụ tốt hơn cho bình diện dụng học của hình thái NN. CTLC liên quan với ý nghĩa trong sự lựa chọn cấu trúc HT tương ứng với cấu trúc ND. Ý nghĩa và mục đích của CTLC chủ yếu thể hiện cái được thông báo bởi người nói và cái được hiểu từ thông báo đó của người nghe hay là cái mà người ta muốn nói qua các PN hơn là với cái mà bản thân các từ hay các cụm từ trong các PN đó có thể nói. Như vậy, nghiên cứu CTLC là nghiên cứu phần ý nghĩa thuộc về người nói.

Cho đến nay, cái khó nhất trong thực tế nghiên cứu NN là nhận dạng và lí giải mối quan hệ giữa ND, HT trong hệ thống ổn định, có sẵn. Việc nhận dạng, lí giải mối quan hệ giữa ND, HT càng khó hơn nữa trong ngữ cảnh GT [92] Vì trong tính hiện thực của hoạt động NN, các bình diện kết học, nghĩa học, dụng học là những thực thể vừa cụ thể, vừa trừu tượng, vừa thể hiện đồng thời, vừa dựa vào nhau để tồn tại, rất khó chia tách chúng ra một cách rạch ròi. Khi đề cập đến bình diện ngữ dụng của HĐ nói, người ta buộc phải chạm tới kết học và nghĩa học, chạm

tới tính logic về cách nhận thức của người phát và người nhận và tính logic của bản thân hiện thực khách quan (sự tình) được họ nhận thức. Ngược lại, *bản thân người phát càng phải tuân thủ quy luật logic nhận thức và quy luật logic của hiện thực khách quan bằng cách thực hiện CTLC đã có để đạt được đích NN. CTLC sẽ thực hiện nhiệm vụ quan trọng là làm thế nào để thể hiện cái logic tự nhiên, sự gắn bó, ràng buộc nhau một cách “có lí do” giữa HT và ND, giữa quy luật nhận thức và hiện thực khách quan, giữa người phát tin và người nhận tin, giữa nghĩa tường minh và YNHẢ, giữa HT- ND thực sự cần truyền đạt ở sâu trong tín hiệu NN... Để đạt được điều này, chúng ta phải quan tâm đến những tiền đề hình thành nên sự gắn bó logic tự nhiên nêu trên, tiền đề của CTLC phải dựa trên cơ sở của hoạt động năng động tư duy với quy luật của quan hệ ngữ đoạn và quan hệ liên tưởng.*

Nghiên cứu CTLC phải đứng trên quan điểm tuân thủ nguyên tắc về tính quy định của mối quan hệ quy định lẫn nhau của HT và ND, của phạm trù ngữ pháp, ngữ nghĩa và ngữ dụng. Sự lí giải các lớp nghĩa của hai bình diện ngữ nghĩa và ngữ dụng phụ thuộc rất nhiều vào cấu trúc lập mã. Mà cấu trúc lập mã không thể tách rời khỏi cơ cấu HT ngữ pháp. Ngược lại, sự lí giải cơ cấu ngữ pháp hoàn toàn không thể tách rời khỏi cơ cấu ngữ nghĩa và ngữ dụng. Cơ cấu ngữ pháp (lựa chọn HT) là phương tiện chính để hình thành nên cơ cấu ngữ nghĩa – ngữ dụng. Sự lựa chọn cơ cấu HT phải tuân theo và vì sự định hình của cơ cấu ND. ND luôn tồn tại, phát triển gắn liền, không thể tách rời cấu trúc HT. CTLC phải hình thành trên sự thống nhất trong mối liên hệ tự nhiên giữa HT- ND, giữa phạm trù ngữ pháp- phạm trù ngữ nghĩa của hiện thực và đích của người sử dụng.

CTLC còn phải tuân thủ nguyên tắc về tính chỉnh thể. CTLC là cấu trúc chỉnh thể HT- ND. Cấu trúc chỉnh thể này được tạo ra trên cơ sở nhận thức của sự lựa chọn, điều chỉnh, tính toán phân bố sao cho hợp lí để phát huy tất cả mọi tiềm

năng ngữ nghĩa có thể có. Nó thể hiện sự tương tác hai chiều: giữa chỉnh thể- từng yếu tố trong cấu trúc, giữa HT- ND, giữa ngữ pháp và ngữ nghĩa- ngữ dụng.

CTLC tuân thủ **nguyên tắc về tính cá nhân**, nghĩa ở đây không phải chỉ là cái chung chung thuộc về XH, mà còn mang tính cá nhân cụ thể, ngữ cảnh cụ thể.

CTLC tuân thủ **nguyên tắc về tính cụ thể**, có nghĩa là thao tác lựa chọn không thể tách rời hệ ngữ đoạn và hệ liên tưởng của nhận thức tư duy”, nếu phân tích đến cùng thì các thực thể trừu tượng bao giờ cũng dựa trên những thực thể cụ thể. Không thể có một sự trừu tượng hóa khái quát nào, nếu không có các yếu tố vật chất làm nền tảng và nó bao giờ cũng phải trở về với các yếu tố cụ thể đó” [72].

CTLC tuân thủ **nguyên tắc về tính mở rộng**, bởi vì chức năng thông báo của NN luôn luôn “mở”, tức là khi lựa chọn NN để lập mã và lựa chọn NN để giải mã chúng ta phải mở rộng việc xem xét những biểu hiện của hình thái NN, mở rộng phạm vi của sự thể hiện hình thái “ngoài cái bên ngoài, ” để có thể phát hiện nghĩa “mới” thông qua vai trò của chức năng thông báo. Chúng tôi cần lặp lại quan điểm những gì được thông báo luôn nhiều hơn những gì được nói ra thành lời.

2/ Cấu trúc lựa chọn và hoạt động năng động của tư duy để tạo nghĩa

Khảo sát CTLC trong mối quan hệ chặt chẽ với hoạt động năng động của tư duy là dựa vào quan điểm: **ngữ nghĩa không phải là cái hoàn toàn sẵn có ở trong hệ thống, mà ngữ nghĩa và nhất là nghĩa “mới” được tạo nên từ CTLC có mục đích NN thì nghĩa mới lại càng hình thành rất năng động, biến thiên, phát triển phong phú, đa dạng, luôn bổ sung vào cái đã sẵn có trong ngữ cảnh cụ thể.** Xuất phát từ quy luật quan hệ giữa tư duy- NN; từ hoạt động năng động của nhận thức gắn với thực tiễn làm tiền đề cho NN đa dạng; NN làm tiền đề cho tư duy hướng vào thực tiễn để hoạt động một cách có định hướng, Mác nói rằng: “*NN không có tư tưởng thì không tồn tại, còn tư tưởng phải thể hiện trong cái chất tự nhiên của NN. Do đó, tư duy làm thành ND của NN, còn NN đến lượt mình là cái cố định, hiện thực*

hóa tư duy” [100, tr 66]. Như vậy, NN là phương tiện truyền đạt nghĩa, nhưng đồng thời là tiền đề, là điểm tựa cho sự phát triển tiếp theo của “*chính bản thân nó và vì nó*”, qua quan hệ NN và tư duy, qua con đường phát triển của nhận thức. Nghĩa sau (nghĩa mới) luôn luôn có mối liên hệ với nghĩa trước (nghĩa cũ), nghĩa trước làm tiền đề để phát triển cho nghĩa mới. Tư duy NN chính là tiền đề hình thành nên các yếu tố của CTLC, thể hiện sự gắn bó tự nhiên của logich nhận thức và sự tình hiện thực. **CTLC phải dựa trên cơ sở của hoạt động năng động tư duy NNXHH điển hình, với quy luật của quan hệ ngữ đoạn và quan hệ liên tưởng để tạo nghĩa “mới” (có thể ổn định hay lâm thời theo ngữ cảnh), mà cái “mới” được sản sinh ra chính là nhờ lựa chọn từ cái tương đối ổn định, dựa trên cơ sở của cái cũ, gắn liền với cái cũ, lấy cái cũ làm tiền đề để tạo nghĩa “mới”, thông qua hoạt động nhận thức thực tiễn gắn liền với NN. Nó không những dựa trên cơ chế tạo nghĩa trong quan hệ giữa NN và tư duy mà còn được chú trọng trong mối quan hệ của tư duy với thực tiễn, lấy thực tiễn làm tiền đề để tạo lập và giải thích các bước nhận thức của quá trình lập mã và giải mã NN để tạo nghĩa.** Thêm vào đó, **mối quan hệ giữa NN và thực tiễn cũng phải được chú trọng.** Như vậy, CTLC trong các mối quan hệ giữa NN và tư duy, giữa tư duy và thực tiễn, giữa NN và thực tiễn nhằm mục đích tạo nghĩa đã **đặt đối tượng thực tiễn vào những mối quan hệ mới.** Từ đó, thông qua những mối quan hệ mới đó để các thuộc tính mới của đối tượng hay nghĩa mới được định hình. Ngoài ba mối quan hệ trên, thao tác lựa chọn NN còn được chú trọng trong mối quan hệ giữa NN và NN. CTLC thông qua năng động nhận thức của tư duy phải tuân theo cơ chế hoạt động, quy định kéo theo giữa NN và NN ở tất cả các phạm vi, quy mô, cấp độ, và bình diện của NN.

Mặt khác, lời nói vừa là sản phẩm tồn tại, vừa không phải là sản phẩm tồn tại dưới dạng tiềm năng trong bộ óc của mỗi người, không giống như một pho từ điển coi các bản in đều giống nhau, được phân phối cho từng cá nhân. Vì vậy, CTLC

tạo ra lời nói vừa là một phương tiện cho cả người nói lẫn người nghe; hoạt động tuân theo một thể chế bắt buộc, có quy tắc; nó vừa là một hoạt động đa dạng, sáng tạo của mỗi cá nhân, mang tính cá nhân rất rõ .

Ở khía cạnh khác, *sự phát triển nhận thức của tư duy đối với sự tình, kéo theo sự phát triển nghĩa mới, đã kéo theo sự mâu thuẫn giữa ND và HT thể hiện. Ngược lại, sự mâu thuẫn về ND và HT góp phần cho sự phát triển của tư duy và tạo nghĩa mới. Muốn giải quyết mâu thuẫn này phải sử dụng nhiều cách như điều chỉnh, cải tạo, cải biên lại HT cũ để tạo thêm HT mới. Đồng thời là sự lựa chọn, kết hợp, sắp xếp lại các HT cũ một cách hợp lí cũng ở trong các cách trên đây để có thể góp phần vào giải quyết mâu thuẫn ấy*

3/ Cấu trúc lựa chọn- sự chuyển hóa nghĩa trong cơ chế ngôn ngữ và ngữ cảnh

Ngữ cảnh là nhân tố quan trọng có ảnh hưởng đối với điều được nói ra, vấn đề người nói đã tổ chức như thế nào, theo một quy luật lựa chọn NN như thế nào cho phù hợp với điều được nói ra, phù hợp với ngữ cảnh và với người mà người nói định nói tới. Đó là những vấn đề: nói với ai? Ở nơi nào? Vào lúc nào? Trong hoàn cảnh nào? CTLC là nghiên cứu ý nghĩa của ngữ cảnh. Đây là điểm khác với hướng nghiên cứu của các nhà NNH hình thức. Vì chúng ta khảo sát cái cách mà người nói dùng NN gắn liền với ngữ cảnh, mô tả cái điều mà người nói và người nghe đang làm trong ngữ cảnh, mối quan hệ giữa người nói và PN, mối quan hệ tiềm ẩn giữa PN này với PN khác... Để thấy rõ được vai trò của ngữ cảnh, chúng ta thử đặt một PN nào đấy vào trong ngữ cảnh nhất định để lí giải, sau đó chúng ta đặt PN đó vào trong một ngữ cảnh hoàn toàn khác và thử đặt các câu hỏi: PN đó sẽ có ý nghĩa gì khác không khi ngữ cảnh khác đi? Nó có đạt hiệu quả gì khác không? Nó tác động tới người GT như thế nào?... Ví dụ (5) như:

Ngữ cảnh 1 (Người mua): Bịch này những năm cân cơ á? (*Ngữ cảnh: MB, người mua có hàm ý chê hàng nhẹ, trách người bán cân thiếu...*) Khác với:

Ngữ cảnh 2 (Người được cho): Bịch này những năm cân cơ á? (*Ngữ cảnh được biếu tặng, người được biếu tặng có hàm ý bảo người cho đã cho mình quá nhiều, đương nhiên là hàm ý tích cực, khen gói quà nặng...*). **Vậy, các PN giống nhau trong các cảnh huống khác nhau sẽ chuyển tải các thông điệp khác nhau.**

”Ngữ cảnh (situationnal context) là bối cảnh ngoài NN của một PN hay là những thông tin ngoài NN góp phần tạo nên nghĩa của PN”, bao gồm: đối ngôn; hiện thực ngoài diễn ngôn. Đối ngôn còn gọi là người tham gia GT, có hai loại quan hệ chi phối, đó là quan hệ tương tác và quan hệ liên cá nhân.

a. Trong một cuộc GT bao giờ cũng có sự phân vai GT hay còn gọi là vai tương tác, tạo nên *quan hệ tương tác*, gồm vai nói và vai nghe. Vì đối thoại là HĐ XH bằng lời nên giữa các đối ngôn đều phải có ý định, niềm tin, kế hoạch ... nhằm đạt được đích, tức làm cho ý định đối thoại của mình thành hiện thực. Quan hệ tương tác còn có biểu hiện nữa là quan hệ vị thế GT như: khởi phát, duy trì, chuyển hướng đề tài, phân phát lượt nói... của các đối ngôn.

b. Bên cạnh quan hệ tương tác là quan hệ XH. Quan hệ XH này chi phối GT cả ND và HT và chuyển thành *quan hệ liên cá nhân*: trực dọc, trực vị thế XH, tôn ti, quyền uy (power), do địa vị XH, tuổi tác, học lực, tài sản...trong từng con người của XH, nền văn hóa chi phối và quy định tính bình đẳng hay bất bình đẳng giữa các đối ngôn. Quan hệ liên cá nhân còn xét trên trục ngang, thân cận (solidarity) hay trục khoảng cách (distance)], được đặc trưng như hai cực thân tình và xa lạ. Hai cực quyền uy và thân cận (vị thế GT- quan hệ liên cá nhân) có liên quan với nhau nhưng không đồng nhất. Quan hệ tương tác là do chính GT mà có. Quan hệ liên cá nhân là quan hệ từ bên ngoài áp đặt lên quan hệ tương tác [38, tr 97].

c. Loại trừ các đối ngôn, tất cả những cái tạo thành môi trường cho một cuộc GT được gọi chung là *hiện thực ngoài NN*, bao gồm các yếu tố là hoàn cảnh GT rộng, hoàn cảnh GT hẹp, hiện thực được nói tới, hệ quy chiếu và ngữ hướng. *Hoàn cảnh GT rộng* là tổng thể các nhân tố chính trị, địa lí... cho các cuộc GT. *Hoàn cảnh GT hẹp* là không gian, thời gian, nơi chốn cụ thể của cuộc GT. Khái niệm về không gian ở đây gắn với một tọa độ về thời gian và nơi chốn cụ thể với những điều kiện, đồ vật, nhân vật tiêu biểu trong không gian đó buộc phải có những cách ứng xử bằng lời tương thích và phù hợp. *Hiện thực được nói tới* là sự vật, hoạt động... ngoài NN, hay của chính NN, là một khúc đoạn trong hiện thực khách quan và chủ quan được nói tới trong cuộc GT. Có thể chia hiện thực đề tài thành hai loại: *hiện thực đề tài ngoài NN* và *hiện thực đề tài trong NN*. Hiện thực đề tài ngoài NN lại có thể chia thành *hiện thực khách quan* và hiện thực tái hiện trong tư duy hay *hiện thực nội tâm*. *Hiện thực đề tài trong NN* cũng được phân ra *hiện thực NN trong hệ thống NN* có tính chung, có sẵn của cộng đồng và *hiện thực diễn ngôn trong ngôn cảnh* có tính vận dụng, tính riêng, cụ thể, cá nhân. *Ngữ hướng* là sự thể hiện cụ thể hơn nữa của hoàn cảnh GT ở một thời điểm cụ thể, gắn với không gian cụ thể hơn nữa của một cuộc GT. *Ngữ hướng* ở những thời điểm khác nhau của cuộc GT là sự hiện thực hóa các nhân tố tạo nên ngữ cảnh và cuộc GT *liên tục khác nhau*. Vì vậy, *ngữ cảnh động*, đối ngôn cũng phải “biến động” [38, tr121]. Ý nghĩa liên quan đến cái mà người ta muốn nói, rộng, sâu hơn là với cái mà bản thân các từ hay các cụm từ trong PN nói lên, phải gắn kết chặt với ngữ cảnh cụ thể. Ngữ cảnh có ảnh hưởng lớn đối với điều được nói ra. Vậy người nói **tổ chức như thế nào** cái điều định nói ra cho **phù hợp** với cái người mà họ định nói với, ở nơi, vào lúc, trong hoàn cảnh nào?

Quan hệ CTLC - NN - ngữ cảnh: **Trong CTLC, NN phải có ND – HT phù hợp với ngữ cảnh. Ngược lại, ngữ cảnh sẽ giúp người nói định hướng và lựa chọn những dấu hiệu NN phù hợp để có thể bộc lộ được toàn bộ ND ý nghĩa tường minh**

lẫn hàm ẩn trong ngữ cảnh đó.

4/ Cấu trúc lựa chọn, quan hệ giữa ngôn ngữ- khoảng cách giao tiếp

Tất cả các vấn đề vừa nêu trên đã có thể trả lời cho câu hỏi: **Cái gì quyết định việc lựa chọn giữa cái được nói ra và cái không được nói ra? Lựa chọn theo một cơ chế nào để bảo đảm được thông tin cần thông báo? Có tồn tại CTLC không? Ở đây, ta cần trả lời các câu hỏi: CTLC có dựa vào khoảng cách gần xa, sự gần gũi về phương diện vật chất, nhận thức, kinh nghiệm để có thể giúp người nói xác định cần nói nhiều hay nói ít và nói như thế nào? Khoảng cách gần xa này có liên quan đến vấn đề quy chiếu- chỉ xuất hay không? Quy chiếu (reference) [38] là một HD ở trong HĐNN của người nói (bởi vì tự thân các từ không quy chiếu đến cái gì cả mà chính con người mới làm cái việc quy chiếu đó) sử dụng các hình thái NN làm cho người nghe có thể nhận diện và xác định cái sự tình trong mối quan hệ giữa PN với các bộ phận tạo nên ngữ cảnh (vì nhờ chiếu vật mà NN gắn liền với ngữ cảnh). Người nói là người thực hiện HD chiếu vật đầu tiên để giúp cho người nghe có thể xác định sự tình được nói tới. Thực ra người nói đã biết cái gì đó rồi thì mới xác định được và nói đến cái đó được, cho nên HD chiếu vật thực sự là HD ở trong ý định có mục đích, có niềm tin của người nói. Ý định đó làm cho người nghe biết và xác định sự tình nào đang được nói tới và người nói cũng tin rằng người nghe có khả năng nhận biết được sự tình đó. Những hình thái NN giúp người nghe xác định sự tình được gọi là biểu thức quy chiếu (referring expressions), đó có thể là các danh từ riêng, cụm từ xác định bằng biểu thức chỉ xuất (phần chỉ xuất được chúng tôi trình bày kỹ ở phần tiếp theo)... Bởi vì HD quy chiếu của người nói không phải bao giờ cũng làm cho người nghe, có thể nhận biết ra ngay được sự tình được quy chiếu, đồng thời biểu thức chiếu vật không phải bao giờ cũng có một nghĩa chiếu vật mà có thể có nhiều nghĩa chiếu**

vật đồng thời, cho nên buộc người nói, khi thực hiện HD quy chiếu, phải sử dụng CTLC, phải lựa chọn lấy một kiểu nào đó hơn là kiểu kia trong số những biểu thức quy chiếu. Việc nhận biết sự vật quy chiếu bên cạnh việc sử dụng CTLC các biểu thức quy chiếu còn kèm thêm những động tác chỉ trỏ khi GT trực tiếp mặt đối mặt.

Người nghe có trách nhiệm phải xác định cho đúng cái nghĩa chiếu vật ở trong ý định chiếu vật của người nói, nhận biết được sự vật được quy chiếu đích thực là gì. Nếu trường hợp người nghe nhận diện khó khăn hơn thì buộc người nói phải lựa chọn những cụm từ có sự giải thích tỉ mỉ hơn nhằm giúp người nghe quy chiếu thành công. Sự quy chiếu gắn liền CTLC vì nó gắn liền với mục đích và niềm tin. Đồng thời để nhận diện ra cái gì đó, người nghe buộc phải suy luận (inference), gắn liền với CTLC ở cơ cấu giải mã NN. Vậy phải lựa chọn trong số những ý gì mà người nói thể hiện có thể cho là chính xác nhất, đó lại là một câu hỏi khác đặt ra cho người nghe trong quá trình suy luận. Bởi lẽ chẳng có một mối liên hệ trực tiếp nào giữa các sự tình thực thể với các từ, mà nhiệm vụ của người nghe phải suy ra đúng cái mà người nói muốn nói. Thậm chí, người nói còn muốn diễn đạt mơ hồ và họ đặt hi vọng vào khả năng của người nghe có thể tự suy luận ra được vật quy chiếu đó với nhiều mục đích khác nhau, chẳng hạn như họ có thể chối là họ không hề nói ra điều đó hay vật quy chiếu đó mà do người nghe tự suy ra ...

Mối quan hệ giữa CTLC với sự quy chiếu: *Muốn quy chiếu một sự tình nào đó, người nói phải sử dụng CTLC cho “tên gọi” nào tốt nhất để dùng trong cơ chế lập mã và người nghe phải sử dụng CTLC cho “ý nghĩa” nào tốt nhất, chính xác nhất để hiểu nó trong cơ chế giải mã phù hợp, đúng nhất theo ý định của người nói. Sau đó, người nghe lại tiếp tục sử dụng CTLC cho “tên gọi” nào tốt nhất để dùng trong cơ chế lập mã cho PN hồi đáp...*

Kiểu quy chiếu được nêu trên có sự phối hợp có hiệu lực giữa *ý định về nhận diện* (intention to identify); *nhận ra được ý định* (ecognition of intention). Quá

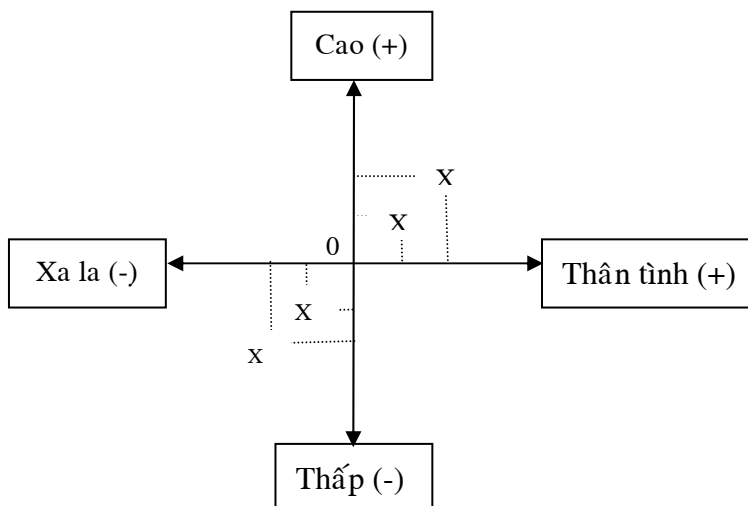
trình quy chiếu để nhận diện ra một sự tình cụ thể nào đó, không phải chỉ cần sự hoạt động giữa người nói và người nghe, mà đó là cả một quá trình hoạt động theo lối quy ước mang tính kinh nghiệm, tính quen thuộc, tính thường xuyên, tính khuôn mẫu... giữa các thành viên cộng đồng, có NN và nền văn hóa chung.

Bằng cách nào mà một người có thể tạo nên sự chỉ dẫn, sự biểu thị để chỉ ra vật quy chiếu thông qua biểu thức quy chiếu và một người có thể nhận diện ra vật quy chiếu qua cái biểu thức quy chiếu ấy? Thứ nhất là căn cứ vào ngữ cảnh, sự quy chiếu hoạt động trong ngữ cảnh thực tại như thế nào; thứ hai là căn cứ vào đối ngôn; thứ ba là căn cứ vào các sự vật thuộc hoàn cảnh GT; thứ tư là căn cứ vào không gian, thời gian, con người được xác định trong hệ tọa độ ba chiều gắn với ngữ cảnh; thứ năm là căn cứ sự nối kết theo lối ngữ dụng (pragmatic connection) giữa tên riêng, cụm từ xác định, sự tình, ... được *liên tưởng đến theo quy ước bên trong cộng đồng văn hóa XH xác định.*

Chỉ xuất (dexis) [38; tr.183] là một trong những phương thức chiếu vật, biểu thức chiếu vật, là yếu tố quan trọng để biểu thị chiếu vật của PN vì nó là yếu tố có nghĩa là “*chỉ ra*”. Thuật ngữ “*chỉ xuất*” trong tiếng Việt dùng để dịch thuật ngữ deictic bắt nguồn từ tiếng Hilạp có nghĩa là “*chỉ trở*”. Chúng ta có thể làm cho người đối thoại với mình biết sự tình mà chúng ta nói tới bằng HĐ quy chiếu theo kiểu dùng tay chỉ vào sự vật đó. Việc dùng tay chỉ vào sự vật được quy chiếu có nhiều hạn chế, bởi vì: thứ nhất, cái cần được chiếu vật thì vô hạn mà cái có thể trực chỉ được thì lại có hạn. Thứ hai, ta chỉ có thể chỉ trở từng cái cụ thể, chứ không chỉ trở được cái trừu tượng, ví dụ như tư tưởng, ... Thứ ba, “*NN*” chỉ trở thường không phù hợp trong nguyên tắc lịch sự khi GT. Thứ tư, nó chỉ thực hiện được trong hiện tại. Thứ năm, nó là thao tác vận động của con người, không phải là yếu tố NN. Trong NN không có phương thức trực chỉ mà chỉ có *phương thức chỉ xuất*. Các hình thái NN được dùng để thực hiện sự “*chỉ ra*” này được gọi là **biểu thức chỉ xuất** (deictic

expression), có điều kiện bắt buộc là dùng để chỉ ra cái gì đó **gắn với ngữ cảnh**. Biểu thức chỉ xuất gắn với ngữ cảnh trong một tọa độ ba chiều: *con người, không gian, thời gian*. Chỉ có người GT trong ngữ cảnh đó là hiểu được tọa độ ba chiều đó một cách rõ nhất. Người nói là người xác định tọa độ đầu tiên, thứ đến nữa là người nói ẩn vào chính người nghe hệ tọa độ đó, buộc người nghe phải chấp nhận nó. Biểu thức chỉ xuất thể hiện rõ nhất trong sự tương tác bằng miệng, mặt đối mặt, lời đối lời. Sự chỉ xuất rõ ràng là một dạng của sự quy chiếu, liên quan đến ngữ cảnh, khoảng cách gần người nói : biểu thị bằng tên riêng, biểu thức miêu tả chiếu vật biểu thị bằng những từ chỉ tầm gần (proximal terms) như *này, đây, bây giờ...*; đối lại với khoảng cách xa người nói như *kia, đó, bấy giờ, lúc đó...* Chúng được giải thích một cách tượng trưng, vì buộc phải phụ thuộc vào sự định vị về phía trung tâm người nói, trung tâm chỉ xuất (deictic center). Sự quy chiếu được đề cập tới trong một tọa độ ba chiều mà người nói ở vào vị trí trung tâm: chỉ xuất nhân xưng, chỉ xuất không gian, chỉ xuất thời gian. ***Tương ứng với con người trong ngữ cảnh ta có chỉ xuất nhân xưng***. Xưng hô là HĐ chiếu vật xác định và quy chiếu các đối ngôn trong ngữ cảnh. Chỉ xuất xưng hô dùng để định vị khoảng cách theo trực thân cận (solidarity), trực khoảng cách (distance). Trực này được đặc trưng bởi hai cực: cực thân tình và cực xa lạ. Trực vị thế XH, quan hệ tôn ti. Trực này đặc trưng bởi hai cực: cực bình đẳng và bất bình đẳng (thấp – cao). Sự phân biệt trên còn thể hiện sự phức tạp trong cách sử dụng chúng, CTLC theo hệ tọa độ phù hợp không gian hai chiều của hai trực thân cận và quyền uy. Sự suy tính trong hoàn cảnh, dẫn đến *quyết định lựa chọn* hình thái của *biểu thức chỉ xuất nhân xưng này hay khác* được các nhà nghiên cứu xem như là yếu tố của chỉ xuất XH (social deixis). ***Các yếu tố chỉ xuất XH này luôn mang tính khu biệt***. Sự lựa chọn một hình thái nào đó và sử dụng tính khu biệt này trong các chỉ xuất nhân xưng của CTLC. Bởi vì sự lựa chọn một hình thái nào đó chắc chắn sẽ thông báo được điều gì đó khu biệt với một hình thái khác bởi

chúng được lựa chọn, đánh dấu và xác định trong hệ tọa độ của hai trục thân cận và quyền uy. Chúng tôi tóm tắt chỉ xuất nhân xưng bằng sơ đồ 1.2 sau đây:



Sơ đồ 1.2

Tương ứng với không gian trong ngữ cảnh ta có chỉ xuất không gian dùng để định vị khoảng cách không gian với người nói, với sự tình. Ý nghĩa thuộc bình diện ngữ dụng thường chú ý đến chỉ xuất không gian là khoảng cách tâm lí trong thực tại. CTLC cũng có mối quan hệ chặt chẽ với chỉ xuất không gian vì ở khoảng cách gần người nói có thể dễ dàng đánh dấu một cái gì đó gần gũi về mặt vật lí và tâm lí giúp cho người nghe dễ dàng suy luận hơn.

Tương ứng với thời gian trong ngữ cảnh ta có chỉ xuất thời gian. Chỉ xuất thời gian là phương thức chiếu vật thời gian dùng để định vị khoảng cách thời gian tâm lí người nói. CTLC có mối quan hệ chặt chẽ với chỉ xuất thời gian vì người nói có thể dễ dàng đánh dấu một cái gì đó về thời gian gần gũi về mặt vật lí và tâm lí giúp cho người nghe dễ dàng suy luận hơn.

5/ Cấu trúc lựa chọn trong quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa

Theo cách hiểu thông thường thì NN trong bản thân phạm trù văn hóa, bao hàm trong bản thân văn hóa. [93; 172]. Thế nhưng trong thực tế thì khác:

1/ Trong hoạt động thực tiễn của mình, NN có ảnh hưởng mạnh mẽ, sâu rộng và chi phối ngược lại cơ chế văn hóa trên nhiều mặt và nhiều cấp độ rất phức tạp. NN thực sự là tiền đề nhiều mặt cho sự hình thành văn hóa.

2/ Văn hóa thuộc phạm vi rộng, chưa có một định nghĩa nào giải quyết và hạn chế thấu đáo để chúng ta thực sự lấy đó làm cơ sở cho việc nghiên cứu.

3/ Văn hóa là phạm trù rộng, phức tạp. Ngay từ chương mở đầu của *Giáo trình NNH đại cương*, Saussure đã nói: "NNH có liên quan với các ngành khoa học khác, nhưng ranh giới ngăn chia khó xác định" nhất là đối tượng văn hóa", không thể thấy trong lĩnh vực nào lại nảy sinh ra nhiều ý kiến kì quặc, nhiều định kiến, nhiều ảo giác, nhiều hư cấu như trong lĩnh vực này"[67, tr 27]

CTLC trong quan hệ giữa NN và văn hóa:

1. Quan điểm đầu tiên mà chúng tôi chú ý là xem NN là phương tiện để GT, mở rộng tầm hiểu biết văn hóa giữa các cộng đồng nói chung.

2. Quan điểm thứ hai là theo cách nhấn mạnh của Engles thì NN là tiền đề quan trọng đã cùng với lao động hình thành nên "con người XH". Vì vậy, NN là tiền đề tạo nên tư duy chủ quan và khách quan để từ đó mới tạo ra đối tượng văn hóa, cụ thể như: âm nhạc, hội họa, điêu khắc, kiến trúc...[101]

3. Quan điểm thứ ba là văn hóa là một thiết chế XH và NN cũng là một thiết chế XH. Dựa trên quan điểm này chúng tôi có *nhận xét* như sau: giá trị nhận thức về văn hóa thông qua NN và ngược lại, NN được định hình, chế định bởi yếu tố văn hóa và bao giờ chúng cũng bị quy định bằng tính ước lệ, tính quy ước, tính tượng trưng của một dân tộc, một cộng đồng XH trong hệ tọa độ xác định của không gian và thời gian. **Hoạt động tinh thần phải được thông qua dấu hiệu vật chất.** *NN là hoạt động tinh thần thì phải thông qua dấu hiệu vật chất cụ thể của văn hóa, chẳng hạn một cung cách chào hỏi, một tập tục cúng lễ, một điệu múa dân gian, một di vật khảo cổ, một đường nét kiến trúc, một tác phẩm hội họa.... Ngược lại,*

nếu văn hóa là một hoạt động tinh thần thì NN lúc này đóng vai trò là dấu hiệu vật chất (âm thanh hay chữ viết) để thể hiện giá trị tinh thần đó. Lúc này NN được coi là phương tiện duy nhất có khả năng giải mã cho tất cả các loại hình văn hóa và ngược lại các loại hình và các tính chất thuộc về VHDT lại được thể hiện sống động, gắn với NN một cách tường minh hay hàm ẩn.

4. Quan điểm thứ tư : khả năng lập mã và giải mã được một cách tự động những điều không được nói hay viết ra chắc chắn là phải dựa trên những **cấu trúc kiến thức có trước** (pre-existing knowledge structures). Chúng thực hiện chức năng như là những **khuôn hình quen thuộc** (schema) từ kinh nghiệm đã có được dùng để giải thích cho những kinh nghiệm mới. Những khuôn hình quen thuộc này có tính chất tĩnh và tương đối cố định thường được gọi là **khung** (frame). Một khung mà mọi người trong một nhóm XH cùng có được gọi là lược đồ hay nguyên bản mẫu. [194, tr161]. Như vậy, một nhóm người của một cộng đồng xã hội (phạm vi rộng hay hẹp) có khả năng lập mã và giải mã nghĩa tường minh hay hàm ẩn theo ngôn ngữ một cách tự động phải dựa trên lược đồ cấu trúc kiến thức nền có tính chất quy định, ước lệ một cách tương trưng, được hình thành trong quá trình sử dụng ngôn ngữ lâu dài trong cộng đồng dân tộc có liên quan đặc biệt tới văn hóa. Đó chính là lược đồ văn hoá (LDVH) (cultural schemata)[183, tr 162].

5. Quan điểm thứ năm: khi sử dụng ngôn ngữ theo thói quen cộng đồng, theo những khung nhất định nào đó để thể hiện nội dung thì thường đặt người nói ở vào tình thế lựa chọn khung gì, tín hiệu ngôn ngữ như thế nào cho phù hợp với khung “thói quen”.

Quan hệ giữa cấu trúc lựa chọn – ngôn ngữ – văn hoá dân tộc: **Thông qua cấu trúc lựa chọn với ngôn ngữ, văn hoá dân tộc bộc lộ những đặc điểm rất riêng. Ngược lại, đặc thù văn hóa dân tộc giúp người nói định hướng, lựa chọn dấu hiệu ngôn ngữ phù hợp để có thể bộc lộ nội dung ý nghĩa tường minh lẫn hàm ẩn.**

Để nghiên cứu vấn đề này, ta cần trả lời các câu hỏi sau: *Các tính chất thuộc về văn hoá dân tộc gắn với ngôn ngữ như thế nào? Ngôn ngữ thông qua cấu trúc lựa chọn nào để bộc lộ ý nghĩa của đặc thù văn hóa? Phân xuất các kiểu lựa chọn ngôn ngữ như thế nào để thể hiện bản sắc văn hóa đặc thù?* Tất cả đều nhằm phục vụ cho vấn đề “hiểu nhau” hơn khi giao tiếp văn hoá và ngôn ngữ dân tộc ở trong một lĩnh vực rộng lớn được gọi là “dụng học giao văn hóa” [194, tr165], hay nghiên cứu những cách nói khác nhau do văn hoá dân tộc quy định được gọi là “dụng học đối chiếu” [194, tr166], hay nghiên cứu những hành động nói của người nói không phải là người bản ngữ, họ sẽ giao tiếp bằng ngôn ngữ thứ hai được gọi là “dụng học liên ngôn ngữ” [183, tr166]. Do luận án có giới hạn, chúng tôi chỉ đi vào nghiên cứu các vấn đề trên thuộc phạm vi ý nghĩa hàm ẩn trong giao tiếp mua bán của người Việt. Mối quan hệ giữa cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm với đặc trưng văn hoá dân tộc được chúng tôi nghiên cứu rất kĩ ở chương 5.

1.3. TIỂU KẾT

1/ Nghiên cứu hành động hỏi trong giao tiếp mua bán, thực chất là sự quan tâm đến quá trình thể hiện bản chất xã hội đích thực nhất của ngôn ngữ trong đời sống. Vì vậy, những giới thuyết về ngôn ngữ - lời nói, nguyên tắc giao tiếp, nguyên tắc hội thoại... là những chỉ dẫn không thể thiếu để góp phần làm sáng tỏ cho lí thuyết hành động ngôn ngữ.

2/ Lí thuyết hành động ngôn ngữ được vận dụng vào nghiên cứu hành động hỏi trong giao tiếp mua bán ở đây được xác định với điều kiện tâm lí xã hội *đặc thù*. Cách tạo nghĩa hàm ngôn thông qua cấu trúc lựa chọn là sự thể hiện cao độ tính đặc thù ấy của hành động ngôn ngữ.

3/ Trong quá trình giới thuyết, để làm sáng tỏ đặc thù riêng của loại cấu trúc hàm ngôn theo hướng phát hiện trên, bên cạnh cách nhìn theo quan điểm *tĩnh*, chúng tôi đặc biệt chú ý đến cách tiếp cận *động* thông. Cấu trúc lựa chọn là dạng

cấu trúc ngôn ngữ siêu đoạn tính, không phân đoạn thực tại theo hệ hình mà phân chia cấp độ nghĩa theo hệ liên tưởng, để tạo đơn vị nghĩa hàm ngôn mang tính chỉnh thể, tạo đích, xác lập hiệu lực giao tiếp dụng học từ sự tương tác năng động của tư duy ngôn ngữ xã hội học với các phạm trù ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

CHƯƠNG 2: NHẬN DIỆN HÀNH ĐỘNG HỎI TRỰC TIẾP VÀ HÀNH ĐỘNG HỎI GIÁN TIẾP Ở BÌNH DIỆN KẾT HỌC – NGHĨA HỌC – DỤNG HỌC

2. 1. KHÁI QUÁT HÀNH ĐỘNG NÓI

2.1.1. Khái quát

2. 1.1.1. Khái niệm hành động nói

Con người tạo ra các PN được thể hiện bằng từ, ngữ, cú pháp, vừa thực hiện HĐ bằng chính các PN đó. Đó là **HĐ nói (speech acts)**, gồm ba loại:

1. **HĐ tạo ngôn (locutionary acts)** là thao tác lựa chọn sao cho tạo ra một biểu thức NN có đủ nghĩa làm cơ sở cho PN hay HĐ tạo lời là HĐ sử dụng các yếu tố NN ở các cấp độ ngữ âm, từ vựng, ngữ pháp, trên cơ sở lựa chọn và kết hợp chúng, để tạo ra biểu thức NN có đủ nghĩa. Ví dụ người PN nói ngọng, không đủ vốn từ, hoặc không biết ngoại ngữ, hoặc không có khả năng tạo nên PN làm cho người khác hiểu... thì người đó chưa thực hiện được HĐ tạo ngôn.

2. **HĐ ngôn trung (illocutionary acts)** (tại lời; dĩ ngôn) là mục đích, chức năng trong ý nghĩ của người nói khi thực hiện HĐ tạo ngôn. Không có người nào tạo ra các PN đủ và đúng nghĩa mà không có một mục đích GT và không để thực hiện một chức năng nào cả. Hiệu quả của HĐ này được Cao Xuân Hạo gọi là lực ngôn trung (illocutionary force) của PN [76].

3. **HĐ dụng ngôn (perlocutionary acts)** (mượn lời; bởi lời; xuyên ngôn) là làm cho HĐ tạo ngôn, HĐ ngôn trung phải đạt được một hiệu quả theo chủ định của người nói và tạo nên một phản ứng NN tương ứng ở người nhận.

Các HĐ trên khác với *đích ngôn trung*. Chẳng hạn ba HĐ trên cùng thể hiện một đích ngôn trung là để biết thông tin thì ta có kiểu HĐHTT. Hoặc một HĐ tạo

ngôn có thể tạo ra những đích ngôn trung khác nhau. Ví dụ một *HD tạo ngôn hỏi* nhưng có thể có hai đích ngôn trung: (1) để thu thông tin chưa biết; (2) để đe dọa...

2.1.1.2. Khái niệm hành động hỏi (HĐH)

Trong GT, có nhiều mục đích nói năng như: HD trình bày, mời, chào, thanh minh, hỏi.... Khi thực hiện HĐH, ta không những cố gắng tạo ra các PNH chứa từ, ngữ ở các cấu trúc cú pháp nhất định dùng để hỏi, mà còn đồng thời thực hiện HĐH bằng chính các câu hỏi. Đó là **HĐH (ask acts)**, có ba loại:

1. **HD tạo ngôn dùng để hỏi (locutionary acts)** là sự lựa chọn cho việc tạo ra biểu thức NN hỏi có đủ nghĩa làm cơ sở cho PNH. Đó là các yếu tố NN ở các cấp độ ngữ âm, từ vựng, ngữ pháp tạo ra biểu thức NN hỏi, có đủ nghĩa, làm cho người nghe trong ngữ cảnh hiểu và nhận diện ra HĐH.

2. **HD ngôn trung dùng để hỏi (illocutionary acts)** là mục đích hỏi và chức năng hỏi trong ý nghĩ của người nói khi thực hiện HD tạo ngôn hỏi.

3. **HD dụng ngôn có HT câu hỏi nhưng không phải để hỏi**, HD tạo ngôn dùng để hỏi, HD ngôn trung phải đạt được một hiệu quả theo chủ định của người nói.

2.1.1.3. Các điều kiện để thực hiện HĐH

1. **Điều kiện ngữ cảnh (may mắn), (felicity condition):** thuộc cảnh huống thích hợp với việc thực hiện HĐH có chủ định người hỏi; và nhận biết của người nghe.

2. **Điều kiện chung (general conditions):** là điều kiện về những người tham dự GT đều có thể hiểu nhau, đang ý thức về HD của mình.

3. **Điều kiện về ND (mệnh đề) (content condition):** cả hai bên cùng hướng tới ND (hiển ngôn hay hàm ẩn) của PNH, đều phải cùng nói về một sự tình duy nhất của hiện thực, với những thành tố hoàn cảnh đồng nhất được nối kết với nhau bằng những quan hệ đồng nhất và cùng được đặt trong một hệ quy chiếu về

không gian và thời gian. Đây là điều kiện về tính đồng nhất để xác định của ND mệnh đề hỏi và tiêu chuẩn quan trọng để định vị và nhận diện HDH trong sự kiện nói. Đối với HDHTT, mang ý nghĩa hiển ngôn thì người hỏi khi đặt PNH đã tự xác định và đặt người trả lời vào một hệ quy chiếu về không gian và thời gian nhất định, định vị các yếu tố ND trong một tọa độ nhất định. Người trả lời buộc phải chấp nhận toàn bộ các yếu tố ND trong điều kiện ấy để bảo đảm cho thông tin mà mình cung cấp đúng với những thông tin mà người hỏi đang cần, thì đó là *mối quan hệ thống nhất* giữa HDHTT, trả lời trực tiếp. Ngược lại, nếu người trả lời không chịu đáp ứng những yếu tố ND trong tọa độ ấy, không đáp ứng đúng thông tin mà người hỏi đang cần và sự tình không còn tính chất duy nhất nữa, đã bị lệch sang nhiều hướng theo chủ ý của người hỏi và người đáp thì đó chính là *mối quan hệ vừa thống nhất, vừa không thống nhất* giữa người hỏi và người đáp, giữa HDHGT, trả lời gián tiếp. *Tính không thống nhất* giữa người hỏi và người đáp còn thể hiện ở các tình huống khác nhau như: thứ nhất, người đáp trả lời chệch hướng ND hỏi của người hỏi do không hiểu đúng tâm điểm thông báo hoặc do hoàn toàn không hiểu ND thông báo. Thứ hai, người đáp trong nhận thức có hiểu ND thông báo nhưng cố tình trả lời chệch hướng nhằm đến những ý đồ khác của họ (từ chối, thách thức, gây sự...). Thứ ba, đích của PN trả lời ở người trao lời không thống nhất với ND thuộc bề mặt của PNH. Sự đáp lời tuy chệch khỏi ND hỏi (không thống nhất), nhưng lại nhằm đúng đích của nguồn phát (thống nhất), thống nhất giữa ND đáp lời và đích gián tiếp của PNH.

4. Điều kiện chuẩn bị (preparatory conditions): đối với một HDH, phải làm sao có sự khác biệt đủ rõ so với các HD khác, ví dụ HD *hứa* khác cảnh báo. Khi hứa điều gì đó thì có hai điều kiện chuẩn bị: sự việc sẽ không tự nó xảy ra; sự việc được hứa sẽ hướng tới một hiệu quả có lợi cho người nghe. HD *cảnh báo* có điều kiện chuẩn bị: người nói không biết rõ là người nghe ở đây có biết rằng sự việc sẽ

xảy ra hay không xảy ra; người nói ở đây đang nghĩ đến cái việc sẽ xảy ra nên mới có HĐ cảnh báo đối với người nghe. Vậy điều kiện chuẩn bị của HĐH là gì? Nếu là **HĐHTT**: thì người hỏi không biết thông tin của điều mình đang hỏi; người hỏi biết rằng mình sẽ không biết được thông tin đó nếu mình không hỏi; người hỏi hy vọng người được hỏi sẽ cung cấp thông tin đó cho mình khi được hỏi; người hỏi tin rằng người nghe có năng lực để thực hiện HĐ đó. Nếu là **HĐHGT**: thì người hỏi đã biết thông tin của điều mình đang hỏi; người hỏi biết rằng mình sẽ mượn HĐH để thực hiện một HĐ khác hay để cung cấp một sự việc khác với những ý đồ nào đó; người hỏi không cần thông tin đó trên bề mặt của PNH; người hỏi biết rằng mình mượn thông tin đó để cung cấp một thông tin khác cho người đối thoại và người đối thoại sẽ không biết nếu mình không hỏi; người hỏi hy vọng người được hỏi sẽ cung cấp thông tin đó cho mình khi được hỏi; HĐHGT nhận thông tin chưa biết bằng cách như sau: dùng HT hỏi, nhưng không để nhận tin mới, *việc hỏi chỉ là một điều kiện mà người nghe dựa vào để hiểu và làm theo một đích khác, một yêu cầu khác.*

5. Điều kiện chân thành (sincerity condition): đối với HĐHTT, là người hỏi thực tâm chủ động thực hiện HĐH với mong muốn thực sự có được thông tin đó. Ngược lại, HĐHGT thì người hỏi không thực tâm chủ động thực hiện HĐH với mong muốn thực sự có thông tin đó, mà muốn được đáp ứng một thông tin khác.

6. Điều kiện căn bản (essential condition): người nói chủ định đặt ra sự bắt buộc người nghe phải cung cấp thông tin hoặc thực hiện theo chủ ý của mình. Điều kiện căn bản phối hợp với các chi tiết cụ thể của cái cần có trong ND của PNH, ngữ cảnh và chủ định của người nói nhằm làm cho một HĐH cụ thể được thực hiện một cách thích hợp ở cả hai phía. [36; 76; 194]

2. 1.1.4. Khái niệm sự kiện lời nói (speech event)

Theo lí thuyết phân tích diễn ngôn (discourse analysis): một dải NN, chủ yếu là NN nói, lớn hơn một câu, thường là một số các PN. Tập hợp các PN được tạo

ra thứ tình huống XH gồm nhiều người tham dự, có một kiểu quan hệ XH, trong một môi trường GT nào đó, với những mục tiêu riêng nào đó, gọi là **sự kiện lời nói**. Mỗi sự kiện lời nói là một trường hợp riêng của việc sử dụng NN để trao đổi, hay hoạt động của những người tham dự, tác động lẫn nhau thông qua NN bằng một cách quy ước nào đó, để đạt một mục đích nào đó. Chúng bị chi phối bởi những chuẩn mực và qui tắc sử dụng NN, khác nhau theo các cộng đồng NN. Tập hợp các PN được tạo ra trong một thứ tình huống XH thuộc môi trường GTMB, gồm nhiều người trong vai người mua, người bán tham dự và họ có một kiểu quan hệ XH là quyền lợi MB gắn kết với nhau, trong một môi trường là nơi diễn ra cuộc thương thuyết MB (có thể là nơi họp chợ, siêu thị, bất cứ nơi nào diễn ra sự MB...), với mục tiêu riêng nào đó được gọi là **sự kiện lời nói GTMB**.

2.1.2. Phân loại HĐH

2.1.2.1. Dựa vào tiêu chí chủ đề

Dựa vào *chủ đề*, có vô số HĐH, vì chúng phụ thuộc vào ý nghĩa của ND miêu tả mà người hỏi muốn đề cập. Ví dụ hỏi tên sản phẩm, giá cả, chất...

2.1.2.2. Dựa vào tiêu chí chức năng tổng quát

HĐH chia thành hai loại chính: HĐH để thực hiện chức năng biết cái mà mình cần biết, chưa biết; HĐH để thực hiện HĐK như: tuyên bố, ra lệnh...

2.1.2.3. Dựa vào tiêu chí hình thái cấu trúc

HĐH có dấu hiệu HT chứa PTH; HĐH không có dấu hiệu HT không PTH.

2.1.2.4. Dựa vào tiêu chí mục đích GT

Dựa vào tiêu chí này, HĐH gồm hai loại: HĐH có đích dùng để hỏi, để biết thông tin mới; HĐH không dùng để hỏi, mà mượn HĐH thực hiện HĐK.

2.1.2.5. Dựa vào tiêu chí tính chất trực diện

HĐH nhằm thẳng người nghe chứ không qua trung gian;

HĐH không nhằm hỏi thẳng người nghe mà hỏi gián tiếp qua trung gian.

2.1.2.6. Dựa vào sự kết hợp hình thái cấu trúc- mục đích GT- tính chất trực diện

HDH được thể hiện bằng PNH và HDH không được thể hiện bằng PNH.

a. HDH được chứa bằng PNH

HDH được chứa bằng PNH, bao gồm hai tiểu loại bậc 1, đó là:

* HDH được chứa bằng PNH, có chứa PTH

* HDH được chứa bằng cách dùng PNH, không chứa PTH

a1. Tiếp tục chia *HDH được chứa bằng PNH, có chứa PTH*, hai tiểu loại bậc 2:

- *HDHTT chứa bằng PNH chính danh* được hỏi thẳng trực tiếp, thể hiện bằng PN có chứa PTH, có mục đích cần biết cái thông tin chưa biết. Có nghĩa là chừng nào có mối liên hệ trực tiếp giữa hình thái cấu trúc - mục đích GT- tính chất hỏi trực diện, thì ta có PN chứa PTH, hỏi thẳng vào vấn đề cần biết, hay còn gọi là PNH chính danh, dùng để hỏi thẳng trực tiếp, có PTH chứa HDHTT.

- *HDHGT chứa bằng PNH không chính danh* với hai mục đích khác nhau, nên chúng tôi tiếp tục phân chia HDHGT thành hai tiểu loại bậc 3:

+ *HDH qua gián tiếp trung gian (HDHQGTTG)* được thể hiện HT bằng PNH chính danh, có chứa PTH nhưng không phải là HDHTT, mà phải qua trung gian để nhận thông tin chưa biết (hỏi qua một người khác, ví dụ như, người thứ nhất nhờ người thứ hai nhắn hộ một câu hỏi đến cho người thứ ba, mà người thứ nhất hoặc không thích hỏi trực tiếp hoặc không có điều kiện gặp mặt...) để thực hiện HDHGT, mục đích là cần biết cái thông tin chưa biết hay đã biết. HDHQGTTG chứa PNH không chính danh, vì là trung gian, không hỏi thẳng - có chứa PTH, (thực chất của HDHQGTTG là được chứa bằng PNH chính danh qua trung gian)

+ *HDH để gián tiếp HD khác (HDHDGTHĐK)* được thể hiện bằng PNH không chính danh, có chứa PTH nhưng qua trung gian là HDH để thông báo một HD

khác, có mục đích là để thực hiện một HĐ khác (chứ không phải HĐH, vì đã biết thông tin); biến HĐH thành cái gián tiếp để thực hiện HĐ khác, chứ không phải với mục đích là cần biết cái thông tin chưa biết. HĐHĐGTHĐK được chứa bằng PNH không chính danh, không chính danh là vì ở vấn đề biến HĐH thành trung gian để thực hiện HĐ khác - có chứa PTH và không chứa mục đích cần biết mà với mục đích khác, để thực hiện các HĐK như hỏi để khẳng định, hỏi để hứa...

a2. Chúng tôi tiếp tục chia tiểu loại thứ hai của bậc 1 - HĐH được chứa bằng cách dùng PNH, nhưng không chứa PTH- cũng thành hai tiểu loại bậc 2, đó là:

- HĐHTT chứa bằng PNH chính danh, không có PTH

HĐHTT chứa bằng PNH chính danh, được hỏi thẳng trực tiếp, bằng PNH nhưng không chứa PTH, kết hợp ngữ điệu, ngữ cảnh, có mục đích cần biết cái chưa biết

- HĐHGT chứa bằng PNH không chính danh, không có PTH với hai mục đích khác nhau, nên được tiếp tục phân chia thành hai tiểu loại bậc 3:

+HĐHQGTTG (HĐH qua gián tiếp trung gian), không có PTH, có đích cần biết

+HĐHĐGTHĐK (để gián tiếp HĐ khác), không có PTH, không có đích cần biết.

b. HĐH được thể hiện bằng cách không dùng PNH

Ở nhóm này, vì HĐH được chứa bằng cách không dùng PNH nên dĩ nhiên chúng không chứa PTH và không thể là HĐHTT. Vì vậy, chủ yếu chỉ có loại HĐHGT.

HĐHGT không dùng PNH cũng được phân chia chủ yếu gồm hai tiểu loại:

-HĐHQGTTG (HĐH qua gián tiếp trung gian)

-HĐHĐGTHĐK (HĐH để gián tiếp HĐ khác)

Chúng tôi tóm tắt phân loại HĐH kết hợp ba tiêu chí trên được tóm tắt bằng bảng phân loại 2.1 sau đây:

Bảng 2. 1

HĐH được chứa bằng PNH	HĐH được chứa bằng PNH có PTH	HĐHTT: Được chứa bằng PNH chính danh (có PTH và mục đích cần biết)	HĐHQGTTG (HĐH qua gián tiếp trung gian): Được chứa bằng PNH không chính danh ở vấn đề trung gian, không hỏi thẳng, có chứa PTH và có mục đích cần biết (thực chất là PNH chính danh qua trung gian)
		HĐHGT: Được chứa bằng PNH không chính danh có chứa PTH	
HĐH được chứa bằng PNH không chứa PTH	HĐH được chứa bằng PNH không chứa PTH	HĐHTT : Được chứa bằng PNH chính danh (không chứa PTH và có mục đích cần biết)	HĐHQGTTG (HĐH qua gián tiếp trung gian): Được chứa bằng PNH không chính danh ở vấn đề trung gian, không hỏi thẳng, không chứa PTH và có mục đích cần biết (thực chất là PNH chính danh qua trung gian)
		HĐHGT: Được chứa bằng PNH không chính danh không chứa PTH	
HĐH không được chứa bằng PNH	Chủ yếu là HĐHGT	HĐHQGTTG (HĐH qua gián tiếp trung gian): Được chứa bằng PNH không chính danh ở vấn đề trung gian, không hỏi thẳng, không chứa PTH và có mục đích cần biết (thực chất là PNH chính danh qua trung gian)	HĐHĐGTHĐK (HĐH để gián tiếp HĐ khác) : Được chứa bằng PNH không chính danh vì biến HĐH thành trung gian để thực hiện HĐ khác, không chứa PTH và không có mục đích cần biết.

2.1.3. Phân biệt HÐH (ask) và PNH (question)

- Đề cập vấn đề PNH, các sách ngữ pháp tiếng Việt theo quan điểm truyền thống thường nhận diện PNH theo 2 tiêu chí chính: *mục đích nói, có dấu hiệu riêng của tình thái hỏi*, hoặc kết hợp cả hai tiêu chí trên. Từ trước đến nay, hầu như các sách ngữ pháp tiếng Việt truyền thống đều dành cho PNH một số trang nhất định, thường là liệt kê các từ để hỏi và phân loại PNH chủ yếu dựa theo tiêu chí HT là chính (phần lớn cách phân loại đều dựa vào cấu tạo và chức năng ngữ pháp của các từ dùng để hỏi hay là từ có dấu hiệu riêng của tình thái hỏi), đồng thời phân loại câu theo mục đích nói năng. Điều này đúng nhưng chưa đủ, chúng sẽ được chứng minh một cách đầy đủ hơn qua việc phân tích HÐH. Nói đến HÐH là nói đến PNH trong mối quan hệ biện chứng với văn cảnh, PNH chính là biểu thức NN tương minh chứa HÐH. Nói đến *quan hệ của PNH và HÐH*, ta không những chú trọng tiêu chí HT (ngữ pháp), mà còn nhấn mạnh đến tiêu chí ND (*ngữ nghĩa*, hai thành phần nghĩa miêu tả và nghĩa tình thái; *ngữ dụng* của PNH (quan hệ giữa PNH và người sử dụng trong hoàn cảnh nhất định).

2.2. Nhận diện hành động hỏi trực tiếp (DIRECT ASK ACT)

Chúng tôi chủ yếu trình bày vấn đề về sự tương ứng giữa ba bình diện ngữ pháp, ngữ nghĩa, ngữ dụng trong HÐH thuộc sự kiện lời nói MB. Ba bình diện này được tạm tách ra để phân tích, còn thực tế chúng gắn bó chặt chẽ, có mối quan hệ biện chứng, bổ sung, hỗ trợ nhau. Mọi sự nghiên cứu NN nếu tách biệt ba bình diện một cách rạch ròi mà không thấy mối liên hệ qua lại thì đều dẫn đến sự khập khiễng, phiến diện. Ở *kết học*, PNH chứa HÐH theo quan điểm **hình thái - cú pháp**, tức là xét chúng trong **sự liên hệ với hệ thống NN** về mặt HT, đồng thời đem lại hiệu quả gì để **bổ trợ** cho nghĩa học và dụng học. Nói đến *nghĩa học*, PNH chứa HÐH theo quan điểm **ngữ nghĩa-liên hệ**, tức là xét chúng trong **sự liên hệ với thế giới hiện thực khách quan** về mặt ND ý nghĩa đồng thời đem lại hiệu quả gì để **bổ**

trợ cho kết học và dụng học. Ở *dụng học*, PNH chứa HĐH theo quan điểm PN – tôn ti, tức là xét chúng trong sự liên hệ giữa người phát- người nhận về mặt hiệu quả GT của HT- ND ý nghĩa, đem lại hiệu quả gì để bổ trợ cho kết học và nghĩa học.

2.2.1. Bình diện kết học của câu hỏi chứa hành động hỏi trực tiếp

Nói đến mặt HT của HĐHTT, ta xét cấu trúc HT của PNHTT tức là câu hỏi chính danh; là HT cấu trúc cú pháp PNH chứa HĐHTT. Nó trùng với cấu trúc cơ bản của câu hỏi tiếng Việt, gồm hai bộ phận: *khung câu*, là thành phần ngữ pháp (thành phần chính và phụ) dùng để biểu thị cấu trúc nghĩa miêu tả (hay còn gọi là cấu trúc vị từ- tham thể); và *phương tiện đánh dấu tình thái hỏi*.

a. Phương tiện *hư từ* chuyên dùng đánh dấu tình thái hỏi:

Nói đến PTH, chúng tôi đặc biệt chú ý đến lớp *hư từ* của tiếng Việt (ở cả cấp độ từ và câu) trong vai trò kiến tạo nên các PNH theo chủ đích của người nói. Trải qua quá trình sử dụng, tiếng Việt đã hình thành một *hệ thống PTH chuyên dùng* như: đại từ nghi vấn, kết từ nghi vấn (quan hệ từ), phụ từ nghi vấn, tiểu từ nghi vấn. PTH *kết hợp với chức năng và ý nghĩa*, có ba loại: PNH tổng quát (PNH toàn bộ); PNH chuyên biệt (PNH bộ phận); PNH hạn định (PNH lựa chọn). Đặc biệt, PNH chứa HĐHTT dùng đại từ nghi vấn chiếm vị trí quan trọng, số lượng tương đối nhiều hơn PNH dùng phụ từ nghi vấn và tiểu từ nghi vấn. Bởi vì: thứ nhất, đại từ nghi vấn thường được dùng để biểu thị yêu cầu xác định rõ một bộ phận hay toàn bộ sự kiện được giả định là tồn tại thật. Bộ phận sự kiện mà đại từ nghi vấn đại diện đóng một vai trò quan trọng trong cấu trúc nghĩa của vị từ hạt nhân (= cấu trúc tham tố – vị từ) của PNH. Thứ hai, đại từ nghi vấn được đặt đúng vào vị trí ngữ pháp trung tâm của điểm hỏi. Thứ ba, đại từ nghi vấn tham gia vào cấu trúc cú pháp ngữ nghĩa của thành phần mệnh đề hiển ngôn trong câu. Thứ tư, chúng thường có ý nghĩa khái quát, tương ứng với một phạm trù logic ngữ nghĩa khái quát nhất định: hỏi về thực

thể: *ai, gì, nào...*; về đặc trưng: *thế nào, ra sao, làm gì...*; số lượng, số thứ tự: *bao nhiêu, mấy...*; địa điểm, phương hướng: *đâu, ở đâu...*; thời gian: *bao giờ, ...*; nguyên nhân: *sao, tại sao, vì sao...* [163] PNH dùng cặp phụ từ nghi vấn thường được dùng để biểu thị yêu cầu lựa chọn một trong hai khả năng lưỡng phân khẳng định hoặc phủ định và hỏi về sự tồn tại của đặc trưng thực thể. Cặp phụ từ nghi vấn thường làm thành khung bao vị ngữ hoặc bổ ngữ trong PNH chứa HĐHTT. PNH dùng cặp kết từ nghi vấn thường được dùng để biểu thị yêu cầu lựa chọn giữa một hay một số khả năng nhất định. Khả năng đưa ra để lựa chọn có thể có các quan hệ: đối lập lưỡng phân, nghĩa là khẳng định A có nghĩa là phủ định B, ngược lại; đối lập không lưỡng phân, nghĩa là khẳng định A có nghĩa là phủ định B, nhưng phủ định B không có nghĩa là khẳng định A (ví dụ (6) : *Chị mua hay bán?*). Cấu trúc hỏi lựa chọn có thể xuất hiện ở những vị trí ngữ pháp khác nhau trong câu và có khi ở vị trí yếu tố tình thái của vị từ trung tâm (ví dụ (7) : *Chị còn muốn mua nữa hay thôi ạ?*) Còn có dạng PNH kết hợp cặp phụ từ nghi vấn với kết từ nghi vấn quy vào dạng: “*có A không, hay B*”, (ví dụ (8) : *Liệu anh có muốn bán cho tôi số hàng này không hay sợ hớ vậy?*). PNH dùng tiểu từ nghi vấn thường được xuất hiện ở vị trí cuối câu: *à, ừ, nhỉ...*, cũng có một số tổ hợp tiểu từ “*hay là*”, “*phải chăng*” xuất hiện ở vị trí đầu câu. PNH dùng tiểu từ nghi vấn chứa HĐHTT thường không xuất hiện nhiều, bởi vì tiểu từ tình thái thường thể hiện ý nghĩa tình thái có liên quan đến vấn đề thuộc về điều kiện chân thành hay không chân thành.

b. Phương tiện ngữ điệu kết hợp ngữ cảnh dùng đánh dấu tình thái hỏi.

Những vấn đề phân công các PTH trên đây chỉ là tương đối, trên thực tế lại có thể xảy ra hiện tượng dùng PTH này nhưng đảm nhiệm chức năng khác.

2.2.2. Bình diện nghĩa học của PNH chứa hành động hỏi trực tiếp

Ngữ nghĩa là phần hồn của PNH, HĐH. Nói đến ngữ nghĩa PNH chứa HĐHTT, là nói đến cấu trúc nghĩa hiển ngôn trong PN chứa HĐHTT. Theo M.A.K.

Halliday (1985) [106], trong câu có ba thành tố cấu trúc nghĩa lớn gọi là ba siêu chức năng: tin quan niệm gồm thành tố nghĩa kinh nghiệm và thành tố nghĩa logic (nghĩa miêu tả); tin liên nhân (nghĩa tình thái); tin văn bản.

Cấu trúc nghĩa hiển ngôn của PNH chứa HĐHTT thường bao gồm các thành tố: nghĩa miêu tả của ND mệnh đề hỏi, nghĩa tình thái của ND mệnh đề hỏi. Tức là ND mệnh đề PNH chứa HĐHTT gồm hai phần: nghĩa miêu tả và nghĩa tình thái.

2.2.2.1. Nghĩa miêu tả nội dung mệnh đề hỏi của PN chứa HĐHTT

Theo Halliday” Nghĩa miêu tả của câu là thành phần nghĩa phản ánh sự vật (vật, việc, hiện tượng) được nói đến trong câu, nó có thể được đánh giá là đúng hay sai và có thể kiểm tra được, nghĩa miêu tả có quan hệ với cấu trúc cú pháp của câu khi xét HT thể hiện của nó” [114]. Trong số các thành phần nghĩa trong PNH chứa HĐHTT, thành phần nghĩa miêu tả là phần có quan hệ khăng khít với cấu trúc cú pháp của PNH nhất. Trong mối quan hệ này, các vai nghĩa của thực thể tham gia vào sự tình được nói tới trong PNH giúp cho việc xác định mặt nghĩa của các thành phần câu. Ngược lại, cấu trúc cú pháp giúp cho việc diễn đạt cách nhìn sự việc của người nói và góp phần vào việc xác định các loại hình sự thể phản ánh nghĩa miêu tả của câu. Halliday cho rằng, cấu trúc nghĩa miêu tả của câu bao gồm việc xác định *cấu trúc đặc trưng - tham thể và các loại hình sự thể* hay cấu trúc đặc trưng/quan hệ –vai nghĩa; hay theo thuật ngữ của Simon Dik (1986) là *cấu trúc vị từ – tham tố*. Trên phương diện phản ánh *sự thể (sự tình)*, các câu nói dùng để miêu tả các sự thể. Sự vật, sự việc, hiện tượng được phản ánh vào trong câu thông qua nhận thức của con người gọi là *sự thể*. Cốt lõi của sự thể là *vị từ (predicator)* do động từ, tính từ biểu thị. Chức năng của vị từ là làm trung tâm của mối quan hệ giữa những người hay vật được đề cập.

Người hay vật tham gia tạo nên sự thể đó được gọi là các tham tố.

- **Sự thể của PN chứa HĐHTT** là nói về sự tình nào đó và hướng người được hỏi cũng vào đúng sự tình đó, hay cả hai cùng hướng về một phân đoạn của hiện thực khách quan, một sự tình duy nhất mà người nói muốn hỏi.

- **ND mệnh đề hỏi của PN chứa HĐHTT** phải chứa đúng điểm chưa biết, chưa rõ, cần được làm sáng tỏ trong PN trả lời. Cấu trúc đặc trưng/quan hệ –vai nghĩa là cấu trúc nghĩa của sự việc, bao gồm các đặc trưng hoặc quan hệ có tính động hay tính tĩnh và các thực thể tham gia vào các đặc trưng, quan hệ đó gọi chung là các vai nghĩa. Vậy tìm hiểu cấu trúc nghĩa miêu tả của PNH chứa HĐHTT là tìm hiểu **cấu trúc vị từ – tham tố của cấu trúc nghĩa hiển ngôn**, gồm **vị từ hỏi** và các tham tố đứng xung quanh vị từ hỏi: **tham tố chủ thể hỏi, tham tố đối tượng tiếp nhận hỏi, tham tố đối tượng được hỏi đến** của PN chứa HĐHTT.

- **Vị từ hỏi** của PN chứa HĐHTT là các động từ, tính từ liên quan đến sự hỏi, được dùng trực tiếp trong PNH với ý nghĩa khái quát là nói ra điều mình muốn cho người khác, với yêu cầu được trả lời một vấn đề nào đó, hay là hỏi để biết .

-**Tham tố chủ thể hỏi** của PN chứa HĐHTT (Sp1) có đặc điểm nghĩa: thứ nhất là *vai XH*: trong phạm vi sự kiện GTMB, vai XH là vai người mua hay vai người bán. Thứ hai là *tình thế* của Sp1: khi thực hiện HĐHTT, Sp1 mong muốn Sp2 trả lời và cung cấp thông tin mình cần biết. Đồng thời, Sp1 tin rằng Sp2 có khả năng trả lời và cung cấp thông tin mà mình cần biết.

-**Tham tố đối tượng tiếp nhận hỏi** của PN chứa HĐHTT (Sp2) là khi tiếp nhận HĐH, vì lịch sự, SP2 tự nhiên bị ràng buộc, có trách nhiệm trả lời, cung cấp thông tin một cách hiển ngôn đáp ứng nhu cầu thông tin mà người hỏi muốn biết

-**Tham tố đối tượng được hỏi đến** của PN chứa HĐHTT là cái mà Sp1 chân thành muốn Sp2 thực hiện HĐ trả lời, nhất là HĐH trong MB có liên quan đến Sp1 và Sp2 cả về quyền lợi và nghĩa vụ. Ví dụ (9) sau đây có vị từ "hỏi" với ba tham tố:

Tôi hỏi bác về cái xe đạp này giá bao nhiêu vậy?

TT1 VT TT2

TT3

2.2.2.2. Nghĩa tình thái nội dung mệnh đề hỏi của PN chứa HĐHTT

Đó là thành phần ý nghĩa có liên quan đến yếu tố tình thái, có ý nghĩa đánh giá, biểu cảm ở trong **cấu trúc nghĩa tình thái hiển ngôn** của PN chứa HĐHTT. Nghĩa tình thái của mệnh đề hỏi được đánh giá ở nhiều cấp độ :

1/ Ở cấp độ từ vựng, có liên quan đến ý nghĩa tình thái của thực từ và hư từ. Ý nghĩa tình thái của thực từ có liên quan đến thành phần ý nghĩa biểu thái trong vị từ, trong đại từ dùng để hỏi. Còn ý nghĩa tình thái của hư từ liên quan đến vai trò của phụ từ dùng để hỏi, của kết từ dùng để hỏi, của tiểu từ tình thái dùng để hỏi. Qua khảo sát, chúng tôi nhận thấy các hư từ và tổ hợp hư từ sau thường đảm nhiệm vai trò ý nghĩa tình thái: *không, chẳng, chuta, có lẽ, không có lẽ, chắc,*

2/ Ở cấp độ ngữ pháp: *thứ nhất*, ta chú ý đến hiệu lực đích thực của hư từ trong chức năng tạo nên ý nghĩa tình thái của các PNH. Đó chính là ý nghĩa tình thái hiển ngôn của hệ thống PT chứa HĐHTT và ý nghĩa tình thái hiển ngôn của ND mệnh đề PNH mang lại. *Thứ hai*, ta chú ý *cấu trúc khung tình thái hiển ngôn của mục đích PNH*, là tìm hiểu đặc điểm ý nghĩa của các **vị từ tình thái** và các thành tố đứng xung quanh vị từ tình thái: **thành tố chủ thể tình thái, thành tố đối tượng tiếp nhận và đánh giá tình thái, thành tố tình thái của ND mệnh đề** .

a. Vị từ tình thái trong cấu trúc khung tình thái hiển ngôn của PN chứa HĐHTT là thành phần ý nghĩa chỉ thái độ, đánh giá của người nói với ND PN và đối với người đối thoại một cách trực tiếp. Thứ nhất là thái độ, đánh giá của bản thân người nói đối với ND PN được thông báo. Đó là thái độ không biết, không rõ về một sự tình nào đó, với thái độ tin vào người nghe có thể cung cấp thông tin nên đã bày tỏ bằng thái độ hỏi và thể hiện bằng vị từ tình thái hỏi. Ngược lại, người nghe thể hiện vị từ tình thái trong PN chứa HĐ trả lời đáp lại HĐHTT thường là bày tỏ

bằng HĐ đáp lại, với thái độ là biết hoặc có thể không biết thông tin, và nếu biết có thể đúng hoặc sai nhưng người nghe sẽ có thái độ tin là sự tình như vậy. Thứ hai là thái độ, đánh giá của người nói là thái độ tác động đến đối tượng GT gắn với ý đồ và mục đích PN. Người hỏi thường thể hiện bằng cách sử dụng các yếu tố NN chỉ ra sự mong muốn được cung cấp tin mới hay là biểu thị thái độ kêu gọi HĐ trả lời để được biết điều đang cần biết.

b. Thành tố chủ thể tình thái của PN chứa HĐHTT

Người nói có vai trò là chủ thể tình thái. Tính tình thái được xác lập theo quan điểm, thái độ, vị trí, sự có mặt của người nói với tính cách là chủ thể của HĐPN.

c. Thành tố đối tượng tiếp nhận của PN chứa HĐHTT là đối tượng người nghe, là đối tượng sự tác động đáp lại đối với tình thái mà chủ thể PNH đưa ra. Sự trả lời chân thành hay không tùy thuộc vào sự hồi đáp tương ứng.

d. Thành tố tình thái ND mệnh đề của PN chứa HĐHTT là tính tình thái (thái độ và sự đánh giá) của người GT đối với sự tình được đề cập đến trong PNH.

Cũng ở cấp độ ngữ pháp, *thứ ba*, chúng tôi chú ý biểu thức tình thái có chức năng giới hạn khung tình thái cho mục đích PN mang lại ND ý nghĩa tình thái hiển ngôn trong PN chứa HĐHTT. Ngoài khung tình thái được đánh dấu bằng các PTH, chúng tôi còn chú ý một số biểu thức tình thái dùng hư từ và tổ hợp hư từ từ:

chắc, có lẽ, hình như, phải không, chẳng lẽ, chắc gì, không lẽ...

Thứ tư, bên cạnh việc đưa ra một số biểu thức tình thái giới hạn khung tình thái cho mục đích PN ở cấp độ câu, chúng tôi còn đưa ra vấn đề *sự tương hợp giữa khung tình thái hiển ngôn của mục đích PNH và ND mệnh đề hỏi trong PNH chứa HĐHTT*. Trên cơ sở cấu trúc khung này, chúng tôi nhận thấy có sự tương hợp chặt chẽ trên từng thành tố cơ bản giữa PN chứa HĐH và HĐ trả lời. *Sự tương hợp thể hiện rõ nhất ở sự đối vai tương ứng với các thành tố*: khi người hỏi là chủ thể tình

thái thì người nghe là đối tượng tiếp nhận và đánh giá tình thái; ngược lại, khi người nghe trả lời thì người nghe thành chủ thể tình thái và người hỏi lúc này biến thành đối tượng tiếp nhận và đánh giá tình thái. *Sự tương hợp thống nhất với thành tố tình thái của ND mệnh đề* thì cả hai vai đều hướng về một sự tình, một phân đoạn đồng nhất của hiện thực khách quan, với quan hệ đồng nhất, với hệ quy chiếu không gian và thời gian ở trong cùng một hệ tọa độ tương ứng. Sự tình mà người nói đưa ra, được *quy định* một tọa độ xác định và người trả lời cũng *hiểu và trả lời* trong tọa độ xác định đó tương đối thống nhất, nhằm có sự bảo đảm thông tin mà người nghe cung cấp đúng là cái mà người hỏi đang cần, tin mới được thay vào vị trí cái chưa biết. Tình trạng “ông nói gà, bà nói vịt” ít khi xảy ra, trừ hai trường hợp: hoặc người nghe vô ý, hoặc bị điếc; hoặc người nghe cố tình trả lời chệch khỏi sự thể đang được hỏi để chứa YNHÃ khác.

2.2.3. Bình diện dụng học của PN chứa hành động hỏi trực tiếp Chúng tôi đứng trên quan điểm PN- tôn ti, xét câu trong liên hệ giữa người PN, người tiếp nhận câu, về vấn đề: **ngữ cảnh; chiếu vật; TGD; CTTB; CTLC.**

2.2.3.1. Ngữ cảnh (situational context) trong PN chứa HDHTT

Ngữ cảnh là bối cảnh ngoài NN của PN hay là những thông tin ngoài NN góp phần tạo nên nghĩa của PN. Các hợp phần của ngữ cảnh: đối ngôn, vai tương tác, quan hệ liên cá nhân, hiện thực ngoài NN đã được trình bày [ở mục 1.3.2.8]. *Ngữ cảnh trong HDHTT thực ra có vai trò thứ yếu so với ngữ cảnh trong HDHGT.*

2.2.3.2. Chiếu vật của PN chứa hành động hỏi trực tiếp (HDHTT)

Chiếu vật, hay là cái sở chỉ là quan hệ giữa PNH với các bộ phận tạo nên ngữ cảnh của nó. Nhờ chiếu vật mà NN mới gắn với ngữ cảnh. Chiếu vật không phải là việc của tự thân NN mà là của con người. Searle đã xem chiếu vật là một HDNN trong HD tạo nên các mệnh đề làm lõi ngữ nghĩa cho PN.

1. *Vai trò của người nói (người thực hiện HD chiếu vật đầu tiên) trong chiếu vật của HDHTT*: người hỏi phải hướng tới một sự tình ngoài hiện thực, phải đặt nó trong một hệ quy chiếu về không gian, thời gian nhất định... tạo nên tính xác định, tính rõ ràng, tính tường minh trong ND mệnh đề. Sự quy chiếu ấy giúp cho người nghe có thể định vị và nhận diện các sự kiện liên quan đến sự tình ngoài hiện thực mà người hỏi muốn đề cập. Nói *người hỏi thực hiện HD chiếu vật đầu tiên* là bởi vì khi tạo PNH, người hỏi vừa *tự xác định, tự định vị một cách tường minh*, vừa thực hiện thao tác đồng thời là *án định luôn cho người được hỏi toàn bộ hệ tọa độ xác định đó*. Vì vậy, *những thành phần có tác dụng chỉ dẫn quy chiếu xác định, định vị trong PNH rất quan trọng*. Khi chỉ dẫn quy chiếu không rõ ràng thì người nghe không trả lời được, hoặc trả lời bị chệch hướng, hoặc sẽ buộc có một giai đoạn hiệu chỉnh lại PNH nhằm xác định rõ hệ quy chiếu. Ví dụ (10):

M: Gà này giá bao nhiêu một cân?

B: Chi hỏi gà nào?

M: Tôi hỏi gà trên sàn!

B: Gà trên sàn thì 35, còn gà dưới sàn chỉ có 20, chị thích loại nào?

2. *Vai trò người trả lời trong chiếu vật của HDHTT* cũng quan trọng không kém người nói. Vì ta nói, người nói là người thực hiện HD chiếu vật *không có nghĩa là, người nghe không thực hiện HD chiếu vật*, hay hoàn toàn vô can, thụ động, không có vai trò gì trong chiếu vật. Trong HDHTT, người nghe buộc chấp nhận toàn bộ chiếu vật nổi rõ, hiển ngôn trên bề mặt PN, để bảo đảm cho thông tin mà anh ta cấp trùng khớp với tọa độ chiếu vật của sự tình mà người nói đưa ra.

3. *Mục đích chiếu vật của PN chứa HDHT* là để người được hỏi nhận biết người hỏi đang nói đến sự vật nào, hỏi về cái gì đó một cách hiển ngôn. *Hỏi điều gì đó* tức là lập cho sự vật được quy chiếu một “thuyết” nào đó. Trừ trường hợp mà thuyết đã biết trong tiền ngôn, thì các trường hợp biểu thức chiếu vật đứng đơn lẻ

chưa mang tính thông báo và chưa thành câu. Kiểu như "con mèo ở đâu" nếu không là một PNHTT thì chỉ là một biểu thức lơ lửng.

2.2.3.3. *Tiền giả định (TGD) của PN chứa HĐHTT*

TGD trong PN chứa HĐHTT đối với cả người hỏi lẫn người trả lời phải là *luôn luôn đúng về cái đã biết*. Cái đã biết này thường mang tính chất tiền đề của thông báo. PN chứa HĐHTT cũng có khi được xây dựng trên TGD sai, nhưng đó phải là cái sai một cách vô thức, không cố ý. Điều này khác với TGD trong PN chứa HĐHGT, nhiều khi được xây dựng trên TGD sai một cách cố ý. Người hỏi khi đưa ra PNHTT thì đã mặc nhiên thừa nhận các TGD đúng về cái đã biết và chỉ đưa ra hỏi cái chưa biết. Khi tạo PNH chứa HĐHTT, TGD thể hiện sự tin tưởng của người hỏi vào phân đoạn thực tại phản ánh trong HĐH và dựa trên *TGD được coi là đúng, có thực, hợp lí vì nó là điều kiện cần thiết tạo nghĩa tường minh*. Mặt khác, *TGD về cái chưa biết còn có mối liên hệ với cái đã biết và không phải là TGD về cái không biết hoàn toàn*. TGD *chưa biết*, đồng thời, trong một chừng mực nào đó, cũng lại là *cái đã biết một phần nào, và nhất định đã có mối liên hệ với TGD về cái đã biết*. Nếu một người hoàn toàn không biết gì về TGD của cái đã biết, thì người ấy không thể nào thực hiện PN chứa HĐHTT. Còn người trả lời cho HĐHTT các điều kiện: *thứ nhất*, anh ta đã hoàn toàn chấp nhận các TGD xem như đã biết chứa trong HĐH và khi trả lời vào cái chưa biết của PNH xem như người nghe đã chấp nhận TGD của PNH là đúng. Không thể có trường hợp vừa phản bác TGD của PNH, lại vừa trả lời cho PNH, vì như vậy mâu thuẫn về mặt logic. Kiểu như (11): *Cái này giá bao nhiêu? B: Tôi không bán, và tôi bán giá 5000! (-)*. *Thứ hai*, anh ta phải xác định được *cái chưa biết* của người hỏi là cái gì. Nếu cái chưa biết chưa được biết, chưa được xác định ở mức độ cần thiết nào đó thì cũng không trả lời được cho HĐH đó. *Thứ ba*, anh ta xác định rõ *cái đã biết* phục vụ cho cái chưa biết của người hỏi để đáp ứng thông tin, anh ta đã hoàn thành trách nhiệm đối với người hỏi. Nếu anh ta

không biết thì anh ta sẽ trả lời là không biết. Vậy một người hoàn toàn không biết gì về TGD của cái đã biết, thì không thực hiện HD trả lời cho HDHTT. Vậy **TGD của PN chứa HDHTT có sự tương hợp, thống nhất rất rõ giữa người hỏi và người trả lời.** TGD của cái đã biết thuộc người hỏi cũng chính là TGD của cái đã biết của người trả lời. **TGD về cái đã biết là trùng khớp nhau của cả hai vai hỏi và trả lời trong HDHTT.** Đây là tiêu chí quan trọng để nhận diện PN chứa HDHTT.

2.2.3.4. Cấu trúc thông báo (CTTB) của PN chứa HDHTT

a/ CTTB ở mặt ND hay cấu trúc thông tin ở mặt ND của PN chứa HDHTT là cách tổ chức, phân bố các thông tin, gồm tin cũ và tin mới tương ứng trong HDH-HD trả lời của quan hệ giữa NN và người sử dụng chúng thuộc bình diện dụng học. Nó thường nêu một cách hiển ngôn phần thông tin thiếu hụt, hoặc lí do mà người hỏi đưa ra, là có một điều gì đó mà hiện tại anh ta chưa biết, cần biết. Như đã trình bày, trong GT, ít khi người ta chú ý đến CTNP của PN, mà ta chỉ quan tâm đến ý nghĩa, thông tin của PN. Nếu xét bình diện ngữ dụng, đặc biệt là mục đích GT thì yếu tố quan trọng lại không phải là CTNP mà là CTTB.

Tin cũ trong PN chứa HDHTT trùng với TGD. Trong GT, nó không có giá trị gì về mặt thông báo, mà chỉ là tiền đề của CTTB. **Tin cũ là cơ sở, là điều kiện cần để tin mới có thể tồn tại trong HDH.** Còn *tin mới trong PN chứa HDHTT* có giá trị chủ yếu về mặt thông báo, là cái chính tồn tại một cách tường minh trong CTTB. **Tin mới là cơ sở, là điều kiện đủ để PN chứa HDHTT tồn tại.**

b. Cơ sở để xác định CTTB của PN chứa HDHTT

Chúng tôi dựa vào ba tiêu chí: thứ nhất, *căn cứ vào cấu trúc nghĩa bề mặt PN chứa HDHTT*, cho phép ta xác định tin cũ và tin mới rất dễ dàng, vì chúng thuộc cấu trúc nghĩa hiển ngôn. Thứ hai, *căn cứ vào PN trả lời*, là dựa vào quan hệ giữa PNH và PN trả lời trong HDHTT. **Chúng có mối quan hệ thống nhất và chặt chẽ hơn rất nhiều so với HDHGT**, chúng cùng làm sáng tỏ một thông tin (tin mới). Yếu

tổ quyết định để một PN nào đó trở thành PN trả lời trong HĐHTT, là PN trả lời có chứa thông tin mới, đáp ứng cho “*cái chưa biết, cần biết*” của HĐHTT đưa ra. Mặt khác, *PN trả lời của HĐHTT phụ thuộc rất nhiều vào PNH, cả ND đề tài cũng như HT cấu trúc. Trong HĐHTT, thì hỏi và trả lời thể hiện sự thống nhất về mặt chức năng, mục đích GT trong quá trình nhận thức: cùng làm sáng tỏ một thông tin. Mục đích của hỏi là để được trả lời, bổ khuyết, lấp đầy chỗ thông tin thiếu hụt, ngược lại, mục đích của trả lời là làm sáng tỏ điều chưa biết, mâu thuẫn giữa tin cũ và tin mới thường được giải quyết ổn thỏa, triệt để. Còn HĐHGT có mục đích khác, PN trả lời ít lệ thuộc hơn. Thứ ba, ngôn cảnh là căn cứ quan trọng để xác định thông tin CTTB. Một số trường hợp, cấu trúc nghĩa bề mặt PNH không cho phép ta xác định tin cũ và tin mới thì ta buộc phải căn cứ vào ngôn cảnh GT cụ thể. Ví dụ (12), B: Còn chị?; M: Cho tôi 3 cân luôn đi! (Nếu không dựa vào ngôn cảnh, ta không thể biết PNH này hỏi về đối tượng nào trong thực tế khách quan. Ngôn cảnh (12): nơi diễn ra GT là ở chợ; đối tượng GT là hai người mua và bán, ngữ cảnh này cho phép chúng ta hiểu còn có một người thứ ba nữa, là người mua thứ hai; ND mà B muốn hỏi M là người mua muốn mua bao nhiêu cân... Nhờ ngôn cảnh ta có thể biết tin cũ “số lượng bao nhiêu cân”; tin mới “số lượng 3 cân là tin mới. Vậy ND trùng với TGD, với tin cũ.*

c. Các yếu tố xác định CTTB của PN chứa HĐHTT

Thứ nhất, *phần tin đã biết* là tin cũ, cũng chính là TGD của cái đã biết, đồng thời là điểm tựa của trọng điểm hỏi, là cơ sở để đặt PNH, là tiền đề của CTTB. Vì chỉ là tiền đề của CTTB nên tin cũ ngầm được công nhận đương nhiên, không cần phải tường minh nữa. Vậy, trong HĐHTT, *cách phân bố tin cũ không cần nêu tường minh và trùng nhau PNH- PN trả lời. Thứ hai, phần tin chưa biết*, tin mới, là trọng điểm hỏi, là yêu cầu đặt ra với người trả lời, là yếu tố chính trong CTTB. Vì là yếu tố chính, nên buộc phải đưa nó ra để hỏi và nó được thể hiện tường minh (nói rõ với người được hỏi là muốn cái gì). Vậy, trong HĐHTT, *cách phân bố các*

thông tin mới phải được nêu một cách tường minh, nếu không thì phải dựa vào ngôn cảnh. Tin mới trong CTTB của PN chứa HĐHTT cũng không phải mới hoàn toàn. Vì TGD của cái chưa biết có liên quan chặt chẽ và phải dựa trên TGD của cái đã biết thì mới tồn tại được.

2.3.NHẬN DIỆN HÀNH ĐỘNG HỎI GIÁN TIẾP (INDIRECT ASK ACT)

Ở mục (2.1.2.6, tr.59, 60), ta đã phân loại HĐHGT: hành động hỏi qua gián tiếp trung gian và hành động hỏi để biểu hiện gián tiếp hành động khác (HĐHGTHĐK). Ở đây, ta chỉ nghiên cứu chủ yếu loại thứ hai *HĐGTHĐK*.

2.3.1. Bình diện kết học của hành động hỏi gián tiếp

Ta xét PN chứa HĐHGT có PTH chuyên dùng; không có PTH chuyên dùng.

2.3.1.1. Phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp có phương tiện hỏi chuyên dùng

Phát ngôn chứa HĐHGT có cấu trúc HT cú pháp cũng giống với cấu trúc cú pháp của phát ngôn chứa HĐHTT. Vậy vấn đề là: *dựa vào đâu để khẳng định một HT NN trong những PN có vỏ ngữ âm như nhau có chứa PTH hay không phải PTH? Đồng thời, dựa vào cơ sở nào để khẳng định một HT NN trong những câu có vỏ ngữ âm như nhau là HT của PN chứa HĐHTT hay HĐHGT? Ta lí giải ở sự khác nhau về mặt nội dung, dựa vào dấu hiệu của yếu tố ngữ nghĩa, ngữ dụng về mặt nội dung. Nó trùng với cấu trúc cơ bản phát ngôn chứa HĐHTT , gồm hai bộ phận: khung câu và phương tiện hỏi.*

Nói đến phương tiện hỏi trong HĐHGT, chúng tôi đặc biệt chú ý đến lớp hư từ trong tiếng Việt- có một vai trò quan trọng để đánh dấu ý nghĩa tình thái, ở cả cấp độ từ và cấp độ câu. Nó còn thực hiện hai chức năng quan trọng khác, là giúp cho người nghe dễ dàng *phân biệt HĐHTT- HĐHGT* và là *chất xúc tác trong việc lí giải và tạo ra YNHÁ*. Đó chính là cái *hiệu lực đích thực của hư từ trong vai trò kiến tạo ra các câu hỏi theo chủ đích của người nói trong HĐHGT*. Hư từ tiếng Việt là

*nhân tố chính có vai trò đánh dấu giá trị của cấu trúc hình thức để tạo ra giá trị của cấu trúc nội dung ngữ nghĩa và ngữ dụng. Xét xê lịch sử nghiên cứu hư từ tiếng Việt, đã có nhiều công trình nghiên cứu về hư từ tiếng Việt ở góc độ chức năng ngữ pháp, ở góc độ phẩm chất ý nghĩa, ở góc độ tín hiệu học. Ở đây, ta không nhắc lại khía cạnh đó của hư từ, mà nhấn mạnh **hư từ trong hoạt động giao tiếp**, nhất là HÐHGT. Đây chính là **điểm khác biệt nhất về mặt hình thức** giữa HÐHTT và HÐHGT. Nói đến vai trò hư từ tiếng Việt, ta chú ý cách lí giải hư từ ở góc độ tín hiệu học của Đỗ Hữu Châu và trong hoạt động GT của Nguyễn Lai [97;101] về nét nghĩa của phạm trù thực từ bị hư hóa :”Khi khảo sát hư từ, ta không nên ngộ nhận “hư hóa là gắn liền với trạng thái “teo nghĩa” hoặc “mất nghĩa”, mà phải hiểu đó là hiện tượng **tạo nghĩa mới**”.*

- (13) ” Cô ấy dạo này đẹp ra phải không nhỉ?” (+) (có hư từ *ra*)

- (14) ” Cô ấy dạo này đẹp phải không nhỉ?” (-) (không có hư từ *ra*)

Nếu bỏ từ “ra” ý nghĩa ngữ pháp của (14) sẽ thay đổi, từ phát ngôn thể hiện đậm tính tình thái bình phẩm, đánh giá chủ quan, sang phát ngôn không mang tính tình thái (không thể đi kèm với tiểu từ tình thái”nhỉ”), mất đi lượng thông tin về thái độ bình phẩm, tính xúc cảm tâm lí theo hướng tích cực về sắc đẹp của đối tượng.

Phát ngôn chứa HÐHGT có phương tiện hỏi chuyên dùng, gồm hệ thống phương tiện hỏi chuyên dùng như: đại từ nghi vấn, kết từ nghi vấn, phụ từ nghi vấn, tiểu từ nghi vấn. Đặc biệt, khác với HÐHTT, *trong phát ngôn chứa HÐHGT thì phương tiện hỏi tiểu từ nghi vấn, phụ từ nghi vấn chiếm vị trí quan trọng*, với số lượng tương đối nhiều hơn phương tiện hỏi đại từ nghi vấn, kết từ nghi vấn, bởi vì tiểu từ, ngữ tình thái thường biểu thị ý nghĩa tình thái, có liên quan đến điều kiện chân thành hay không chân thành của hành động hỏi. Phát ngôn chứa HÐHGT có hình thức gần giống phát ngôn chứa HÐHTT mà chúng tôi đã trình bày [mục 2.2.1, tr. 63]. Ví dụ (15): M:Cái túi này bằng vải gì mà cứng dữ? 50 được không? (*Ý của*

người mua chê xấu, nhằm mục đích trả giá rẻ); B: Chi mua hay bán vậy? Chi đem lại đây tui mua cho chi giá 80 ngen! (HĐH người bán (15) dùng để biểu thị thái độ không bằng lòng và mỉa mai, hỏi bằng cấu trúc HT có sử dụng phương tiện kết từ “hay” nhưng không yêu cầu người nghe trả lời hay đưa ra khả năng lựa chọn. Ý nghĩa hiển ngôn là đổi vai bán thành vai mua, nhưng nhằm mục đích với ý YNHÁ là nếu cần thiết với giá đó người bán sẵn sàng đổi vai bán thành vai mua, tức là từ vai người kiếm lời thành vai người bị kiếm lời với hàm ý khẳng định và mỉa mai. Đồng thời, người bán còn khẳng định hàng của mình có chất lượng tốt, không thể bán rẻ hơn giá 80, thậm chí còn hơn thế nữa vì giá 80 mới là giá thu vào, chứ chưa phải là giá bán ra. Hơn nữa, nếu có bán ra với giá 80 thì có nghĩa là người bán lại hàm ý là bán rẻ và bán huê vốn. Đương nhiên, đã bán rẻ hoặc bán huê vốn thì người mua sẽ thích mua, và người bán sẽ lại tiếp tục lôi kéo người mua mua hàng của mình vào lần sau để dàng hơn ... Phương tiện hỏi có thể xuất hiện ở những vị trí ngữ pháp khác nhau trong câu và có khi ở ngay vị trí của yếu tố tình thái của vị từ trung tâm (trở lại ví dụ) [7, tr. 64]. Riêng về ngữ điệu, là một trong những phương tiện hỏi chuyên dùng. Nhưng với tiếng Việt, một loại hình ngôn ngữ đơn lập, phân tiết tính, thì không phải với bất kì câu hỏi nào người Việt cũng lên giọng ở cuối câu. Vì vậy, **ngữ điệu hỏi chỉ là điều kiện cần còn điều kiện đủ phải là sự kết hợp những hiểu biết về tri thức nền về ngữ cảnh.** Nó là một trong những vấn đề cơ bản và quan trọng làm cơ sở để phân biệt: hành động hỏi hay không phải hành động hỏi; HĐHGT hay HĐHTT; nghĩa hiển ngôn hay nghĩa hàm ngôn.

2.3.1.2. PN chứa HĐHGT không có phương tiện hỏi chuyên dùng

Phát ngôn dạng này thường chỉ được hiểu bằng cách **suy luận kết hợp với ngữ điệu và ngữ cảnh.** Ta có thể trở lại ví dụ (10 tr. 70), để thấy rõ điều này.

2.3.2. Bình diện nghĩa học của hành động hỏi gián tiếp

2.3.2.1. Nghĩa miêu tả của phát ngôn chứa HĐHGT

Ngoài lớp nghĩa miêu tả, phát ngôn chứa HÐHGT còn bao hàm nhiều lớp nghĩa khác trong cùng một nội dung mệnh đề. Như ví dụ (16): M: Không lẽ chị không thấy chợ trưa lắm sao? (*Người mua trong (16) không chỉ đơn thuần miêu tả ý chợ trưa mà còn muốn thông qua việc miêu tả chợ trưa để diễn đạt ý nghĩa khác là vắng khách, mà đã vắng khách thì ít người mua, nếu người bán không bán rẻ thì hàng đem về cũng hư, ...*); B: Thì lỗ ít thôi chứ, chị bảo em bán rẻ thế nào nữa? (*Người bán đã hiểu chợ trưa theo một lớp nghĩa miêu tả khác “ vì chợ trưa nên tôi đã bán quá rẻ rồi”, nên đã trả lời có vẻ như không ăn khớp gì với PNH của người mua đưa ra, nhưng thực sự lại rất ăn khớp với lớp nghĩa thứ hai, thứ ba khác...*)

Một mặt, phát ngôn chứa HÐHGT giống phát ngôn chứa HÐHTT ở chỗ, thành phần nghĩa miêu tả là phần có quan hệ khăng khít với cấu trúc cú pháp của PN. Mặt khác, nó có điểm khác với PN chứa HÐHTT ở chỗ: trong HÐHTT thì thành phần nghĩa miêu tả là phần có quan hệ khăng khít với cấu trúc cú pháp của phát ngôn nhất; Còn trong HÐHGT thì thành phần nghĩa tình thái được đẩy lên vị trí hàng đầu, còn thành phần nghĩa miêu tả xếp vị trí thấp hơn, nhất là đối với những câu hỏi có chứa phương tiện hư từ và tổ hợp hư từ. Các vai nghĩa của thực thể tham gia vào sự việc tình trong phát ngôn, giúp ta xác định nghĩa của thành phần câu, còn cấu trúc cú pháp giúp cho việc diễn đạt cách nhìn sự việc của người nói, góp phần xác định các loại hình sự thể phản ánh nghĩa miêu tả của câu.

a. Sự thể của phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp

Phát ngôn chứa HÐHGT phải nói về một sự tình nào đó, đồng thời hướng người được hỏi rơi vào đúng một sự tình khác quan trọng hơn mà thực sự người hỏi muốn hướng tới, người hỏi và người trả lời không những có một sự tình mà có thể có nhiều sự tình, hướng về nhiều phân đoạn hiện thực khác nhau.

b. Nội dung mệnh đề hỏi của phát ngôn biểu hiện HÐHGT phải chứa cho được điểm chưa biết- cái cần phải làm sáng tỏ trong phát ngôn trả lời của người

được hỏi. Nội dung mệnh đề của phát ngôn chứa HĐHGT được thể hiện một cách gián tiếp. Điểm chưa biết không hiển hiện trên bề mặt phát ngôn mà chỉ được thể hiện gián tiếp thông qua nội dung mệnh đề hỏi. *Nó khác với điểm chưa biết, chưa rõ trong HĐHTT.* Cấu trúc nghĩa miêu tả của phát ngôn chứa HĐHGT là **cấu trúc vị từ- tham tố nghĩa**, gồm: **vị từ hỏi** và ý nghĩa của các tham tố đứng xung quanh vị từ hỏi: **tham tố chủ thể hỏi, tham tố đối tượng tiếp nhận hỏi, tham tố đối tượng được hỏi đến của PN chứa HĐHGT.**

c. Vị từ hỏi của phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp là các động từ và tính từ có ý nghĩa liên quan đến sự hỏi một cách gián tiếp trong phát ngôn, với ý nghĩa khái quát là, tuy không nói rõ điều mình muốn, nhưng lại muốn người khác đáp ứng hay trả lời cho mình một vấn đề đã được đề ra gián tiếp ở câu hỏi.

d. Tham tố chủ thể hỏi của phát ngôn chứa HĐHGT (Sp1)

Nghĩa của Sp1 như sau: thứ nhất là về *vai xã hội*: là vai người mua hay người bán; Thứ hai là về *tình thế*, khi thực hiện HĐHGT, Sp1 không mong muốn Sp2 trả lời và cung cấp thông tin mình đã biết (mặc dù Sp1 đã hỏi trên bề mặt PN, nhưng đó lại là thông tin Sp1 đã biết). Điều mà Sp1 mong muốn là Sp2 hãy làm theo hành động khác, hoặc theo thông tin mới của sự tình ngầm ẩn mà Sp1 đã hướng tới thông qua việc mượn hành động hỏi. Đồng thời, Sp1 tin Sp2 có khả năng suy luận và hiểu được điều mà mình không nói ra trên bề mặt PN. Sp1 tin rằng Sp2 sẽ trả lời và cung cấp thông tin mà mình cần biết một cách hàm ý đó.

e. Tham tố đối tượng tiếp nhận của phát ngôn chứa HĐHGT (Sp2)

Khi tiếp nhận HĐH, Sp2 tự nhiên bị ràng buộc và có trách nhiệm phải trả lời vì lịch sự... Và Sp2 sẽ tiến hành suy luận và sẽ hiểu ý thực sự của Sp1. Còn hiểu đến đâu và như thế nào thì tùy thói quen, tri thức nền, ngữ cảnh...

g. Tham tố đối tượng được hỏi đến của phát ngôn chứa HĐHGT là vấn đề mà Sp1 chân thành muốn Sp2 thực hiện, và HĐ trả lời đáp ứng với HĐ mà Sp1

đã hướng tới một cách không tường minh, nhất là HĐH trong MB có liên quan đến Sp1 và Sp2 cả về quyền lợi và nghĩa vụ. Đồng thời, có yếu tố không chân thành ở góc độ về thông tin mà Sp1 hỏi trên bề mặt PN, vì thực sự là Sp1 đã biết và không cần người nghe trả lời ở điểm hỏi đó mà là ở một điểm hỏi gián tiếp khác. HĐ mà Sp1 muốn Sp2 thực hiện chưa xảy ra khi Sp1 yêu cầu vì nó mới ở trong suy nghĩ của Sp1. Vì vậy, Sp1 muốn Sp2 thực hiện một điều khác thông qua tham tố đối tượng được hỏi đến. HĐ này có thể Sp2 thực hiện hay không thực hiện tùy thuộc vào sự tiếp nhận (giải mã) của Sp2.

2.3.2.2. Nghĩa tình thái nội dung mệnh đề của PN chứa HĐHGT

Đó là yếu tố tình thái, đánh giá biểu cảm ở **cấu trúc nghĩa hàm ngôn**.

1/ Ở cấp độ từ vựng, nó có liên quan đến ý nghĩa tình thái của thực từ và hư từ. Ý nghĩa tình thái của thực từ, đặc biệt là hư từ có liên quan đến thành phần ý nghĩa biểu thái trong vị từ, đại từ, phụ từ, kết từ, tiểu từ tình thái dùng để hỏi. *Phân loại nghĩa tình thái*: dựa vào mối quan hệ giữa sự tình với chủ thephát ngôn, ta có: *nghĩa tình thái khách quan*; ***nghĩa tình thái chủ quan*** (là thành phần nghĩa tình thái chủ yếu của HĐHGT); dựa vào *tính chất của ý nghĩa tình thái*, ta có: nghĩa tình thái biểu thị ý nghĩa *khẳng định, phủ định, ngạc nhiên, vỡ lẽ, yêu cầu, ...*

2/ Ở cấp độ ngữ pháp, ta chú ý đến hiệu lực đích thực của hư từ ở chức năng tạo nên ý nghĩa tình thái của phát ngôn. Đó là ý nghĩa tình thái hàm ngôn của phương tiện hỏi chuyên dùng biểu thị HĐHGT và nghĩa tình thái hàm ngôn của nội dung mệnh đề phát ngôn. Yếu tố hư từ tình thái ở vị trí ổn định kết hợp với ngữ điệu, ngữ cảnh đã tạo tiền giả định, nghĩa hàm ẩn trong cấu trúc nghĩa tình thái nội dung mệnh đề hỏi gián tiếp. Kết quả ta có câu hỏi nhưng không để hỏi mà dùng hành động hỏi vào đích khác nhau, tạo HĐHGT khác nhau.

Cũng ở cấp độ ngữ pháp, chúng tôi còn chú ý tìm hiểu cấu trúc khung tình thái hàm ngôn của mục đích câu hỏi của HĐHGT: **vị từ tình thái** và các tham tố

đứng xung quanh vị từ tình thái: *tham tố chủ thể tình thái, tham tố đối tượng tiếp nhận tình thái, tham tố tình thái đối tượng được hỏi đến.*

a. Vị từ tình thái của HÐHGT là thành phần ý nghĩa chỉ thái độ, đánh giá của người nói với nội dung phát ngôn và với người đối thoại. *Thứ nhất* là thái độ đánh giá của người nói với nội dung phát ngôn được thông báo, hỏi nhưng thực sự đã biết về sự tình hiển ngôn trên câu hỏi, mượn vị từ tình thái hỏi để hướng vào một tình thái khác không hiển ngôn. Đồng thời, với thái độ tin vào người nghe có thể cung cấp thông tin ngầm hoặc hướng người nghe đến hành động khác theo chủ ý của mình, nên đã bày tỏ bằng thái độ hỏi và thể hiện bằng vị từ tình thái hỏi ở trong cơ chế suy luận và lập mã hàm ngôn. Ngược lại, người nghe thể hiện bằng hành động hồi đáp lại HÐHGT, ở cơ chế suy luận và giải mã hàm ngôn bằng vị từ tình thái khác. Ví dụ (17): M: Hình như chị cân non thì phải? (*Vị từ tình thái là “cân” và “non”. Ý người mua hỏi người bán là cân non phải không nhưng thực sự là người mua muốn bảo người bán bớt tiền cho mình*); B: Trời, không bớt thêm nữa đâu! Chị cứ đưa đủ thì em mới bán! (*Người bán đã hiểu được ý người mua rằng không phải ở vấn đề hỏi rằng cân non hay không cân non. Ở đây, cái mà người mua muốn hướng tới thực sự là HÐ yêu cầu bớt giá và khẳng định hàng cân chưa đủ nên phải bớt giá. Người bán đã lí giải được cơ chế HÀM ẨN trên, nên đã hướng vào đúng điểm mà người bán muốn trả lời và người bán đã thay vị từ tình thái này (cân - non) bằng vị từ tình thái khác (bớt, đưa, đủ, mới).* Thứ hai là thái độ đánh giá của người nói với người nghe, chính là thái độ tác động đến đối tượng giao tiếp gắn với ý đồ và đích gián tiếp. Người hỏi thường thể hiện bằng cách sử dụng các yếu tố ngôn ngữ sao cho chỉ ra được sự mong muốn, yêu cầu cung cấp tin mới một cách *hàm ngôn*, hay là biểu thị thái độ kêu gọi hành động trả lời, hướng đối tượng theo ý đồ của mình, chứ không phải mục đích để được biết điều đang hỏi thể hiện hiển ngôn trên câu chữ.

b. Tham tố chủ thể tình thái của phát ngôn chứa HÐHGT

Người nói với vai trò là chủ thể tình thái. Tính tình thái được xác lập theo quan điểm và thái độ của người nói. Nó phản ánh vị trí của chủ thể hành động phát ngôn; thái độ, mục đích của người nói ngầm ẩn trong HÐHGT. Để thực hiện được điều này, người hỏi phải sử dụng tốt cơ chế tạo nghĩa hàm ẩn (cơ chế lập mã) kết hợp với các điều kiện cần và đủ như đã trình bày ở trên.

c. Tham tố đối tượng tiếp nhận của phát ngôn chứa HÐHGT là đối tượng người nghe, là sự tác động đáp lại hay đánh giá tình thái đối với tình thái mà chủ thể câu hỏi đưa ra. Sự trả lời chân thành hay không là tùy thuộc vào nhiều yếu tố nhưng chủ yếu vẫn là sự hồi đáp tương ứng. Họ phải sử dụng tốt thao tác suy ý trong cơ chế giải mã nghĩa hàm ẩn, để tiếp nhận, đánh giá tình thái tương ứng.

d. Tham tố tình thái đối tượng được hỏi đến của phát ngôn chứa HÐHGT là đối tượng đánh giá tình thái của người giao tiếp với sự tình được đề cập đến trong câu hỏi. Ví dụ (18): M: Có phải chuyển rồi em đã thanh toán hết toa hàng cũ rồi chị hén? (*người mua trong (18) nêu đối tượng hỏi nhưng không phải mục đích hỏi để giải đáp thông tin mới, vì đối với người hỏi thì đây là tin cũ. Người mua gián tiếp hướng người bán vào HĐ yêu cầu và gợi ý của mình cho mục đích mua chịu và kêu gọi, gợi ý người bán bán nợ cho mình một lần hàng nữa.*); B: Nhưng còn hai toa kế trước nữa đúng vậy không? (*Người được hỏi trong (18) lập tức hiểu và có thể lập tức giải mã, do đó đã tạo ngay một cơ chế lập mã mới, một sự tình mới thứ hai để bày tỏ thái độ không đồng tình đối với sự tình thứ nhất.*); M: Em đóng toa này nữa rồi gạch số luôn là được chứ gì? (*Người mua lại tiếp tục quay trở lại vai trò chủ thể tình thái, tạo ngay một cơ chế lập mã mới, sự tình mới thứ ba để bày tỏ thái độ không đồng tình và cố nài để phản đối sự tình thứ hai*); B: Không được, hàng dạo này căng quá, thông cảm đi! (*cơ chế lập mã thứ tư...*)

Cũng ở cấp độ ngữ pháp, chúng tôi còn đặc biệt chú ý thống kê một số *biểu thức tình thái* giới hạn *khung tình thái hàm ngôn* trong phát ngôn chứa HDHGT. Một số *biểu thức tình thái* sử dụng *hư từ* và *tổ hợp hư từ* tạo nghĩa hàm ẩn như: *chắc, có lẽ, hình như, không lẽ nào, không lí nào, hóa ra, té ra, thảo nào, hèn nào, hèn chi, dường như, chừng như, coi bộ, hẳn, đích thị, mà, mà lại, dễ, dễ thường...*[172]. Đó là các kiểu như: *Mà/mà lại.... không...à/ ư /sao?* (19): *Quần sida mà lại không rẻ à?; chẳng lẽ/ không lẽ...à/ sao / á/ ư / hử...?* (20): *Chẳng lẽ cháu đi bán đất cho bà sao?; chắc / quái / khi / cóc khô... đã ... gì?* (21): *Chắc hàng đằng ấy đã đẹp gì?; quái / khi / cóc khô.... thì ... gì?* (22): *Trả quái có 50 chưa đủ vốn thì làm cái gì?; quái / khi / cóc khô.... gì... mà ...?* (23): *Hàng này còn cóc khô gì nữa mà nói chảnh chệ?; thì ...đã...sao/ làm sao?* (24): *Tôi trả vậy thì đã sao mà chị bảo này bảo nọ?; thì ...có ...sao/ làm sao?* (25): *Tôi nói vậy thì có sao?; thì.... sao / làm sao.... nhỉ?* (26): *Cô nói vậy thì trả làm sao nhỉ?; biết ...được nhỉ?* (27): *Thế thì biết bao giờ mua được nhỉ?; biết.... thế nào.... nhỉ?* (28): *Cháu biết nói như thế nào để bác tin nhỉ?; như thế nào/ ai / cái gì/ sao/ ... chẳng / chả?* (29): *Cái gì mà mua lại chẳng trả giá?; thì.... . như thế nào/ ai / cái gì/ sao/ ... chẳng / chả?* (30): *Cứ ngồi bán thì thách như thế nào mà chả được?; dễ/ dễ thường...à / chắc/ hay sao... ?* (31): *Chị nghĩ dễ thường em không bán nữa hay sao mà chị bảo em lừa? hình như/ dường như/ có lẽ/ lẽ nào/ coi bộ/ có vẻ như/không lẽ/...à/ư/nhỉ/ thì phải?* (32): *Hình như chị không muốn bán thì phải?; làm sao/ thế nào/sao... nỡ/ được ?* (33): *Chị trả vậy làm sao em bán nỡ?; thì...có phải + là+ không?* (34): *Thì cứ mua đúng giá khỏi trả có phải là đỡ mất công không?; có+ai...mà /lại/ mà lại...thế à/ thế nhỉ/ vậy không?* (35): *Có ai mà nói kì cục thế nhỉ?; có + gì... mà / lại / mà lại...thế nhỉ/ vậy?* (36): *Có gì mà chị lại bảo vậy?; vả/ vả lại / với lại.... thì ...ai/ như thế nào/ sao/ làm sao?* (37) *Vả lại tôi có trả vậy thì đã làm sao?; vả/ vả lại / với lại.... mà?(38):Vớ lại trả vậy, chứ có mất đi đâu?...*

e/ Sự tương hợp giữa khung tình thái hàm ngôn của phát ngôn hỏi với nội dung mệnh đề phát ngôn trả lời của hành động hỏi gián tiếp

Bên cạnh việc đưa ra một số *biểu thức tình thái giới hạn khung tình thái hàm ngôn ở cấp độ câu*, ta chú ý hai vấn đề: *Sự tương hợp giữa khung tình thái hàm ngôn trong phát ngôn hỏi với ND mệnh đề của phát ngôn trả lời trong HĐHGT. Khác với sự tương hợp giữa khung tình thái hiển ngôn, ND mệnh đề hỏi với ND mệnh đề trả lời trong PN chứa HĐHTT, PN chứa HĐHGT cũng dựa trên cơ sở cấu trúc khung, nhưng sự tương hợp chặt chẽ chỉ ở trên một số thành tố cơ bản mà thôi.* Có nghĩa là chỉ có *sự tương hợp giữa khung tình thái hàm ngôn* chứa HĐHGT với *ND mệnh đề trả lời của PN trả lời đáp lại của HĐHGT*. Xét trong mối liên hệ với *sự tương hợp* ấy thì cả hai vai đều hướng về *một sự tình ngầm ẩn, một phân đoạn đồng nhất hàm ẩn, những quan hệ đồng nhất, với hệ quy chiếu không gian và thời gian tương ứng, sự tình được người nói quy định một tọa độ xác định ngầm và người trả lời cũng trả lời trong tọa độ xác định ngầm đó để tránh tình trạng “trống đánh xuôi, kèn thổi ngược”* (dĩ nhiên là trừ trường hợp người ta nói ra rồi chối đi, không chấp nhận ý đó vì chúng không thể hiện trên bề mặt PN, hoặc trong thuật ngữ biện), nhằm có sự bảo đảm những thông tin mà người nghe cung cấp, đúng là cái mà người hỏi đang cần một cách ngầm ẩn, cái tin mới được thay vào vị trí cái chưa biết một cách hàm ẩn. Ví dụ (39): M: *Mận bữa nay sao tai tái phải không? (hàm ý hạ giá)*; B: *Có em tai tái thì có ! Giá vẫn vậy chị ơi! (trả lời về giá)*. *Vấn đề sự tương hợp giữa khung tình thái hàm ngôn trong phát ngôn hỏi và nội dung mệnh đề phát ngôn trả lời của HĐHGT ở (39) thể hiện ở chỗ: chủ đích người mua được thể hiện gián tiếp, thực sự là người mua muốn bảo người bán hạ giá. Còn người bán đã trả lời một cách tương hợp đúng vào chỗ người mua muốn bảo hạ giá, đồng thời, người bán không đồng ý về giá nên đã trả lời “giá vẫn vậy chị ơi”. Sự tương hợp này còn thể hiện là nó làm rõ sự đối vai tương ứng với các thành tố. Khi người*

hỏi là chủ thể tình thái thì người nghe là đối tượng tiếp nhận, đánh giá tình thái; ngược lại, khi trả lời thì người nghe thành chủ thể tình thái, người hỏi biến thành đối tượng tiếp nhận và đánh giá tình thái.

Vấn đề **không tương hợp giữa khung tình thái hiển ngôn** của phát ngôn hỏi chứa HÐHGT *hiển ngôn trên phát ngôn* với **ND mệnh đề phát ngôn trả lời** cũng được *hiển ngôn trên PN*. Trở lại ví dụ (39): M:Mân bữa nay sao *tai tái* phải không; B: Có em *tai tái* thì có ! Giá vẫn vậy chị ơi! (*Vấn đề không tương hợp (39) thể hiện ở chỗ: vấn đề người mua hỏi hiển ngôn là của sự tình 1: về tai tái của mân; và vấn đề người bán trả lời lại là của sự tình 2: về tai tái của người.*)

2.3.3. Bình diện ngữ dụng của phát ngôn chứa HÐHGT

Bất cứ một HÐ nói gián tiếp nào cũng phải dựa trên HÐ nói trực tiếp. Vậy HÐ nói trực tiếp là điều kiện cần, còn yếu tố hàm ẩn bên trong mới là điều kiện đủ, là yếu tố không thể thiếu trong cấu trúc ý nghĩa của PN chứa HÐ nói gián tiếp.

2.3.3.1. Ngữ cảnh trong phát ngôn chứa HÐHGT

Nhân tố **ngữ cảnh** cũng được phân tích rất kĩ ở phần trước. Nó có vai trò lớn để người GT có thể lí giải và nhận diện ra các loại HÐHGT.

2.3.3.2. **Chiếu vật của phát ngôn chứa HÐHGT** là quan hệ giữa PNH với các bộ phận tạo nên ngữ cảnh của nó được gọi là sự chiếu vật. Chiếu vật có vai trò quan trọng trong HÐHGT, vì YNHÁ thường mơ hồ, không xác định rõ trên bề mặt PN như nghĩa hiển ngôn của HÐHTT. Chiếu vật có vai trò gắn NN với ngữ cảnh nhằm giúp người nhận có cơ sở để có thể hiểu và lí giải.

a. *Vai trò của người nói* là người thực hiện hành vi chiếu vật đầu tiên. Trong HÐHGT, người hỏi không hướng tới một sự tình ngoài hiện thực (như trong HÐHTT), mà còn hướng tới một hoặc nhiều sự tình ngoài hiện thực khác nữa. *Người hỏi đặt sự tình trong một hệ quy chiếu về không gian, thời gian nhất định... để tạo nên tính xác định, tính rõ ràng, tính tường minh trong nội dung mệnh đề trên bề mặt*

phát ngôn, nhưng đồng thời cũng để tạo nghĩa hàm ngôn, có thể xác định, có thể mơ hồ tùy theo cơ chế lập mã hay cơ chế giải mã cho HĐHGT. Sự quy chiếu ấy giúp người nghe có thể định vị và nhận diện các sự kiện liên quan đến các sự tình ngoài hiện thực mà người hỏi muốn đề cập. Người hỏi khi tạo câu hỏi, vừa tự xác định, tự định vị các vấn đề phụ (làm cơ sở, làm chỗ dựa cho cơ chế lí giải), vừa phải rõ ràng, tường minh, chủ yếu là đề cập đến vấn đề chính (ý đồ chính) không tường minh và là ngầm ẩn, vừa phải ẩn định luôn cho người được hỏi toàn bộ hệ tọa độ vừa xác định, lại vừa không xác định đó. Người nghe lập tức phải tự tiến hành thao tác quy chiếu sao cho thống nhất sự tình trên mà người hỏi đã ngầm xác định. Nên thành phần có tác dụng chỉ dẫn quy chiếu, xác định hệ định vị trong HĐHGT càng có vai trò hơn HĐHTT. Khi chỉ dẫn quy chiếu trong câu hỏi không rõ thì người nghe không trả lời được, bị chệch hướng, hoặc phải hiệu chỉnh lại PNH để xác định rõ hệ quy chiếu dù là tường minh hay hàm ẩn.

b. Vai trò của người trả lời trong việc xác định chiếu vật của HĐHGT, người nghe không vô can, thụ động trong sự chiếu vật mà người nghe mới chính là tác nhân quan trọng để tạo lập và lí giải nó. Người hỏi đáp vừa phải chấp nhận toàn bộ chiếu vật nổi rõ một cách hiển ngôn trên bề mặt phát ngôn, vừa phải chấp nhận chiếu vật ngầm ẩn để bảo đảm cho những thông tin (sự tình) tiếp theo mà anh ta cung cấp. Dù phản đối hay đồng ý thì dứt khoát anh ta phải hiểu và chấp nhận chiếu vật ngầm ẩn của người nói trước đã, sau đó, anh ta có quyền bày tỏ thái độ riêng của mình. **Tọa độ chiếu vật của sự tình nổi và cả sự tình ngầm ẩn phải trùng khớp cả hai vai.** Ví dụ (40): M: Hình như dưa này về từ hôm qua hở chị? (“Dưa hôm qua” là chiếu vật 1, kéo theo chiếu vật 2 là dưa phải bị cũ, bị héo, bị mềm... không đạt chất lượng); B: Cứng xanh thế này mà sao chị chê? (trước khi bày tỏ thái độ phản đối, người nghe buộc phải chấp nhận sự tình ngầm ẩn mà người mua dưa ra

“duta hôm qua” thì mềm và héo, từ sự quy chiếu ấy và lấy sự quy chiếu ấy làm cơ sở thì người nghe mới chuyển sang một chiếu vật **mới** được.)

c. Mục đích của sự chiếu vật của HÐHGT là để giúp người nghe nhận biết người hỏi đang nói đến sự vật nào, hỏi về cái gì, về nội dung thuộc về nó một cách hàm ẩn. Hỏi điều gì đó về nó tức là lập cho sự vật được quy chiếu một “thuyết” nào đó về nó. Hành động chiếu vật trong HÐHGT kết hợp suy ý để nhận biết ý định, mục đích, sự vật được quy chiếu qua biểu thức chiếu vật.

2.3.3.3. Tiền giả định (TGD) của phát ngôn chứa HÐHGT là thành phần ý nghĩa, nội dung không hiển ngôn. Nhưng không phải lúc nào cũng được người nói lẫn người nghe đều đã biết và mặc nhiên chấp nhận là đúng như trong HÐHTT, mà nhiều trường hợp của HÐHGT đôi bên cố tình vi phạm để tạo ra “tình huống có vấn đề” giúp cho người nghe nhận ra, và mới có thể lí giải được. Chẳng hạn (41): M: Bưởi này sao nham nhám và xù xì dữ? (người mua hỏi để chê, với mục đích mua rẻ, với TGD: *hễ bưởi nham nhám thì bưởi xấu*); B: Nhưng giá của nó chẳng nham nhám tí nào đâu! Chứ chị chưa ăn bưởi vỏ cám bao giờ sao? (hỏi để khen, mục đích không thể bán rẻ mà ngược lại còn phải bán đắt hơn nữa cho tương ứng với giá trị của nó, với TGD: *hễ bưởi nham nhám là bưởi cám, “thương hiệu” mới, loại đặc biệt, có chất lượng*). Vậy TGD trong PN chứa HÐHGT đối với cả hai không phải là *luôn luôn đúng về cái đã biết*- có tính chất *tiền đề của thông báo*. HÐHGT nhiều khi được xây dựng trên **TGD sai**, nhưng khác với cái sai một cách vô thức và không cố ý của HÐHTT, mà nó thường được xây dựng **TGD sai một cách cố ý**. Người hỏi một mặt mặc nhiên thừa nhận các TGD đúng về cái đã biết, mặt khác, còn đưa ra các giả thuyết sai về cái đã biết nữa, không phải đưa ra để hỏi cái chưa biết (nổi trên bề mặt PN), mục đích là mượn cái chưa biết đó (thực ra đã biết rồi, không cần phải biết và chỉ là tin cũ) để thực hiện gián tiếp mục đích khác. TGD trong PN chứa HÐHTT thể hiện sự *tin tưởng* của người hỏi với phân đoạn thực tại được phản ánh trong HÐH,

dựa trên một TGD được coi là đúng, là có thực và hợp lí vì nó là điều kiện cần thiết tạo nghĩa *tường minh, hiển ngôn*. Còn TGD trong PN chứa HĐHGT thì khác, vì hỏi *không chân thành*, không cần trả lời tin cũ đó nữa nên không phải để hoàn toàn tin tưởng nơi người trả lời, mà thể hiện một *hàm ý* khác trên cơ sở của *TGD không phải luôn luôn đúng*. Đây cũng là cơ sở tạo ý nghĩa hàm ẩn.

Người trả lời chỉ có thể trả lời cho HĐHGT với điều kiện: *Thứ nhất*, anh ta đã hoàn toàn chấp nhận các TGD xem như đã biết chứa trong HĐH, nên *không trả lời vào ngay điểm hỏi đã biết trên bề mặt PN*, mà *trả lời ngay vào cái không hề hỏi trên bề mặt PN*, *hồi đáp vào cái chưa biết ngầm ẩn của PNH xem như người đáp đã chấp nhận cả cái đúng và cả cái không xem là đúng của TGD*. *Thứ hai*, anh ta phải *xác định cái chưa biết* của người hỏi là cái gì, muốn vậy anh ta phải suy luận- giải mã. Nếu *cái chưa biết* chưa được biết, chưa được xác định mức độ cần thiết nào đó thì không hồi đáp hành động hỏi đó, hoặc trả lời lệch hướng.

Thứ ba, anh ta xác định rõ *cái đã biết* về cái chưa biết, để đáp ứng thông tin là đã hoàn thành trách nhiệm đối với người hỏi. Tuy nhiên, chưa chắc gì người hỏi chấp nhận cách trả lời đó nếu họ thấy bất lợi, hoặc họ có thể từ chối trách nhiệm vì *nó không hiển ngôn*. Điều này lại ít khi xảy ra trong HĐHTT. Trở lại ví dụ (3, tr.21), hoặc ví dụ (42) sau đây, sẽ thấy rõ điều này:

B: Trời ơi, sao điện quá mà mua thì...?

M: Bộ điện thì phải đưa cổ cho mấy bà cắt ngọt hả?;

B: Tui nói vậy hồi nào?

Tiền giả định trong HĐHGT vừa có sự tương hợp, thống nhất, vừa có sự không tương hợp, không thống nhất giữa người hỏi và người trả lời. Sự tương hợp thể hiện ở chỗ TGD của cái đã biết của người hỏi cũng chính là TGD của cái đã biết của người trả lời. Sự không tương hợp thể hiện ở chỗ TGD đúng với người này nhưng có thể không đúng với người kia và ngược lại. Vậy, TGD về cái đã biết

là vừa trùng khớp nhau, vừa không trùng khớp nhau của cả hai vai trong HĐHGT, là **tiêu chí quan trọng để nhận diện HĐHGT**.

2.3.3.4. Cấu trúc thông báo (CTTB) của phát ngôn chứa HĐHGT

a/ Cấu trúc thông báo là cấu trúc thông tin ở mặt nội dung của PN chứa HĐHGT là cách tổ chức, phân bố thông tin- tin cũ và tin mới- vừa thống nhất vừa không thống nhất trong phát ngôn hỏi và phát ngôn trả lời của quan hệ giữa ngôn ngữ và người sử dụng thuộc bình diện dụng học. Người hỏi thường nêu **một cách hàm ẩn phần thông tin thiếu hụt**, hoặc lí do mà người hỏi đưa ra, **chỉ là cái cớ vì đó đã là tin cũ, còn tin mới mà thực sự anh ta cần biết lại được phân bố kín đáo, không được nổi rõ trên bề mặt phát ngôn**. Hành động hỏi trực tiếp có tin cũ trùng với tiền giả định, còn hành động hỏi gián tiếp thì khác: **Tin cũ- ngoài phạm vi trùng với tiền giả định, nó còn không trùng với TGD ở chỗ là, nó chủ yếu trùng ở tin mới trên bề mặt PN (vì tin mới nhưng thực chất là tin cũ)**. Trong HĐHTT, tin cũ không có giá trị thông báo, nó chỉ là tiền đề của CTTB. **Còn tin cũ ở HĐHGT lại có giá trị thông báo ngay trên bề mặt PN**.

Tin mới trong HĐHGT cũng có giá trị chủ yếu về mặt thông báo nhưng **lại ở ngầm ẩn**. **Tin mới trong PN trả lời của HĐHGT, về cơ bản, vẫn là đáp ứng cho phần thông tin mới ngầm ẩn, chứ không phải là đáp ứng phần tin cũ đang nổi rõ trên bề mặt PN**. Ví dụ (43), M:Có vẻ như độc quyền quá hén? (tin mới: bán đất hàng lần đất giá tiền); B:Hàng thì độc nhưng giá thì không đó ghen! (trả lời bằng cách đáp ứng lại tin mới ngầm ẩn, chứ không đáp ứng lại phần tin cũ của người mua:có giá trị vừa khen ngược lại hàng; tính chất “hàng độc” có nghĩa kèm theo sẽ là: không đụng, không giống với các hàng khác, quý hiếm, kết hợp “giá thì không” với ngụ ý: hàng quý nhưng bán rẻ... nhằm đích thuyết phục.

(2) Cơ sở xác định cấu trúc thông báo của hành động hỏi gián tiếp

a/ *Cấu trúc nghĩa bề mặt của phát ngôn* chứa HÐHGT thường cho phép ta xác định tin cũ dễ dàng, còn tin mới thì không, vì nó thuộc cấu trúc YNHÃ.

b/ *Căn cứ phát ngôn trả lời: thứ nhất*, dựa vào mối quan hệ giữa phát ngôn hỏi và PN trả lời, chúng có mối quan hệ vừa thống nhất và chặt chẽ, vừa không thống nhất và rộng rãi (nhiều ngụ ý, muốn hiểu sao cũng được), khác hơn rất nhiều so với HÐHTT. Chúng cùng lúc làm sáng tỏ nhiều thông tin (kể cả tin cũ và tin mới). *Thứ hai*, yếu tố quyết định để một PN nào đó trở thành PN trả lời trong HÐHGT khác với HÐHTT ở chỗ PN trả lời có chứa phần thông tin đáp ứng cho tin mới thuộc về ngầm ẩn “cái chưa biết, cần biết” của HÐHGT đưa ra, chứ không phải là chỉ đáp ứng tin cũ ở nghĩa tường minh. *Thứ ba*, PN trả lời của HÐHGT không phụ thuộc nhiều câu hỏi, cả nội dung và hình thức. Nghĩa là, trong HÐHGT, hỏi và trả lời thể hiện sự không thống nhất về mặt chức năng, mục đích giao tiếp trong quá trình nhận thức khác với HÐHTT. *Thứ tư*, mục đích của hỏi trong HÐHGT không phải hoặc chưa chắc là để được trả lời, lấp đầy chỗ thông tin thiếu hụt trên bề mặt phát ngôn, mà hoặc là để lấp thông tin thiếu hụt ở chỗ khác, ở điểm nhấn khác; hoặc với ý đồ điều khiển, muốn người nghe thực hiện đích gián tiếp khác. *Thứ năm*, mục đích của trả lời không chỉ làm sáng tỏ tin chưa biết, mà chủ yếu là cung cấp một tin mới đáp ứng lại điểm nhấn hàm ý.

c/ *Ngôn cảnh: là một căn cứ chính và là điều kiện rất cần thiết để giúp người nghe giải mã.* Trong đa số HÐHGT, cấu trúc nghĩa bề mặt câu hỏi không cho phép ta xác định một cách chính xác tin cũ và tin mới, nếu không căn cứ vào ngôn cảnh giao tiếp cụ thể. Ví dụ (44): B: Bỏ định đóng thêm một toa nữa sao?; M: Thông cảm đi! (*Nếu không dựa vào ngôn cảnh, ta không thể biết câu hỏi (44) hỏi về các vấn đề gì trong thực tế khách quan; Nơi diễn ra cuộc thoại: chợ; đối tượng giao tiếp: người mua và bán; hình thức mua bán: bán sỉ, mua sỉ; người bán hỏi người mua là: muốn mua thêm một đợt hàng nữa thì phải thanh toán tiền cũ...; đóng thêm một toa*

nữa là **tin cũ** và *không muốn bán*, đòi tiền là **tin mới**).

(3) Yếu tố cấu trúc thông báo của hành động hỏi gián tiếp

a/ *Phần tin đã biết* : ta cần phân biệt, tin cũ của hành động hỏi trực tiếp chính là *tiền giả định của cái đã biết*, *điểm tựa* của trọng điểm hỏi, *cơ sở* để đặt câu hỏi, *tiền đề* cấu trúc thông báo. Ở hành động hỏi gián tiếp, **tin cũ không những có tiền giả định của cái đã biết, mà nó còn gồm cả những điều đang hỏi hiển ngôn trên bề mặt phát ngôn** (vì tin mới nhưng thực sự là tin cũ, hoặc không thực sự là tin mới, hoặc hỏi nhưng không có *điều kiện chân thành*, không cần người nghe phải trả lời “tin mới” đó, mà thực sự hỏi và cần đáp ứng ở tin khác).

Tin cũ của hành động hỏi trực tiếp là tiền đề của cấu trúc thông báo, nên nó được công nhận đương nhiên, không cần phải đưa thành thông báo mới nữa, nên *cách phân bố tin đã biết không cần nêu tường minh hay còn gọi là tin cũ- hoàn toàn trùng nhau ở cả hai vai hỏi và vai trả lời*. Còn tin cũ ở hành động hỏi gián tiếp, không chỉ là tiền đề của CTTB, mà nó còn là **thông tin có giá trị thông báo mới** cho người nghe, **nên tin cũ không còn trùng nhau hai vai như ở HĐHTT**. **Đối với người hỏi thì đó tin cũ, nhưng đối với người nghe thì nó biến thành tin mới**. Dựa vào tin mới đó, kết hợp với tiền giả định và cơ chế giải mã hàm ẩn, người nghe sẽ tạo thành tin mới khác, đáp ứng tin ngầm của hỏi.

b/ *Phần tin chưa biết*: Tin mới của HĐHTT là trọng điểm hỏi, hiển ngôn của cấu trúc thông báo, tức là hỏi về điều gì đó tường minh, người nghe không cần phải sử dụng đến cơ chế giải mã hàm ẩn, thì *tin mới của cấu trúc thông báo ở HĐHGT, tuy mới, nhưng ngầm ẩn, là trọng điểm hỏi, nhưng ở bề sâu cấu trúc thông báo, hỏi về điều không biết một cách không tường minh*. Vậy tin mới trong hành động hỏi trực tiếp không chứa tin cũ, vì tin cũ có tiền giả định của cái đã biết, là tiền đề cấu trúc thông báo. Còn tin mới HĐHGT, gồm cả tin cũ, tiền giả định của cái

đã biết, đồng thời là “hậu đề” của CTTB, nghĩa là tin mới được thông báo sau khi suy luận, vì buộc phải kết hợp với cơ chế giải mã hàm ẩn thì sau đó mới có được tin mới. Mặt khác, tin mới HĐHTT chính là yếu tố chính của CTTB, nên buộc phải đưa nó ra để hỏi và nó được thể hiện tường minh (nói rõ với người được hỏi là muốn cái gì); cách phân bố thông tin chưa biết phải được nêu một cách tường minh (trong trường hợp không rõ, thì buộc phải dựa vào ngôn cảnh). Còn HĐHGT, tin mới cũng là yếu tố chính của CTTB, nhưng chủ ý của người hỏi không phải đưa ra để hỏi, mà chủ yếu hỏi cái khác (không nói rõ với người được hỏi là muốn cái gì), nên tin chưa biết được bố trí ngầm.

2.3.3.5. Cấu trúc lựa chọn (CTLC) của phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp

a/ Khi HĐHGT diễn ra ít nhất phải có hai đối ngôn trở lên, là hành động xã hội bằng lời, phải có *ý định, niềm tin, kế hoạch*, phải tìm cách diễn đạt như thế nào để người nghe hiểu. Ngược lại, người nghe phải chọn cách hiểu như thế nào cho đúng.... Tất cả buộc cả hai vai sử dụng CTLC thì mới đạt được đích, làm cho ý định của mình biến thành hiện thực. *Đích giao tiếp* và *cấu trúc lựa chọn* luôn song hành. Đích là cái ở phía trước, được người ta vạch ra làm đích hướng tới, nhằm tới với ý thức cần đạt cho kì được. *Mục đích thực tiễn* là loại mục đích ở ngoài hoạt động lời nói. Hành động nói lúc này xuất hiện không phải như một mục đích mà như một phương tiện để đạt được mục đích thực tiễn nào đó. Nhưng để đạt đích ngoài ngôn ngữ, trước tiên người nói phải đặt cho mình *đích ngôn ngữ, để tạo lập phát ngôn và thực hiện hành động nói. Người nói phải tuân theo và tôn trọng thói quen* mà cộng đồng cho là *lợi nhất, chuẩn nhất* để hình thành phát ngôn *theo đích đã nêu*. Nói đến *lựa chọn* thì cái gì cũng phải lựa chọn và rất nhiều cái để lựa chọn, nếu không định hướng được theo một khuôn khổ nhất định thì sẽ biến thành sự lựa chọn trong một mớ hỗn tạp. Mà NN bao giờ cũng có quy luật và nguyên tắc của nó. Muốn **thực**

hiện hành động nói gián tiếp hàm ngôn, cả 2 vai phải dùng cấu trúc lựa chọn có các yếu tố, có quan hệ chặt chẽ và chế định lẫn nhau. Chẳng hạn như cùng một ý chê, để bảo đảm lịch sự, quyền lợi trong mua bán, người ta có nhiều cách chê hàm ẩn khác nhau: “Dao chặt bén quá vậy?”; “ Sao mà cửa ngọt dữ?”...CTLC trong HĐHGT là kiểu cấu trúc mang tính hàm ngôn cao, được hình thành từ chiến lược lịch sự nhằm bảo đảm quyền lợi giữa các đối tác trong mua bán, trên cơ sở của cấu trúc thông báo hiển ngôn, bao gồm các yếu tố phi ngôn ngữ và ngôn ngữ ở những cấp độ khác nhau, nhằm xác lập hiệu lực giao tiếp. CTLC có tính thường xuyên, quen thuộc và mỗi cá nhân, mỗi tầng lớp, mỗi giới người trong xã hội, khi thực hiện hành động nói gián tiếp sẽ vận dụng chúng theo cách riêng, tiến hành lựa chọn một cách chiến lược thông qua tư duy năng động của quá trình lập mã và giải mã thuộc quan hệ giữa ngôn ngữ và người sử dụng chúng ở bình diện dụng học.

Muốn vậy, ta cần phải nắm được vốn từ vựng, phương tiện ngữ pháp **chính xác, phong phú, đa dạng và đặc điểm, ý nghĩa, khả năng kết hợp** của từ ngữ, kiểu loại cấu trúc câu, các cách thức chứa thành phần câu... với **những khả năng kết hợp và biểu cảm khác nhau, sắc thái ý nghĩa khác nhau, màu sắc phong cách- vẻ riêng khác nhau, thói quen khác nhau, phạm vi sử dụng càng khác nhau**. Ngôn ngữ một mặt **cung cấp cho con người cái khả năng lựa chọn** trong số cái đa dạng, phong phú, mặt khác CTLC cũng yêu cầu con người **phải nắm vững** những đặc điểm, tính chất, quy luật hoạt động với các mối quan hệ tinh tế, phức tạp, đan chéo, kéo nhau, quy định lẫn nhau của ngôn ngữ. Như vậy, ngôn ngữ cung cấp tiền đề vật chất khách quan cho cấu trúc lựa chọn, ngược lại, con người hiểu và nắm chắc tiền đề vật chất khách quan đó thì mới thực hiện được CTLC.

b. Lí do tồn tại cấu trúc lựa chọn của phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp

Lí do thứ nhất, để đạt đích thực tiễn, người nói phải đặt ra đích ngôn ngữ,

phải *lựa chọn* và *kết hợp* ngôn từ để tạo phát ngôn có mục tiêu. Ví dụ: M:Hình như thịt tai tái hay sao đó phải không bác? (*Để đạt đích ngoài ngôn ngữ là muốn mua hàng rẻ, người mua đã tạo phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp*). Lí do thứ hai, ngoài việc truyền thông tin của CTTB, người nói luôn bị chế định bởi nhu cầu muốn đạt *đích thực tiễn* trên nguyên tắc lịch sự, quyền lợi... của mua bán. Lí do thứ ba, ta phải dùng CTLC để thể hiện *mối quan hệ khăng khít, quy định lẫn nhau, để tạo nên sự tương hợp giữa các từ ngữ hình thức, nội dung sao cho đạt hiệu quả cao nhất*. Lí do thứ tư, mỗi dân tộc đều có vốn từ ngữ vô cùng phong phú, đa dạng. Trong quá trình phát triển xã hội, con người ngày càng nhận thức tốt hơn về thế giới, nhiều sự vật hiện tượng mới nảy sinh, phát triển và ngôn ngữ cũng phát triển theo tỉ lệ thuận. Để làm tròn chức năng giao tiếp và tư duy, ngôn ngữ, nhất là bộ phận từ vựng-thường phát triển theo hai con đường. **Con đường thứ nhất là sáng tạo từ mới**, nghĩa là một từ không đơn giản chỉ biểu thị một sự vật, mà một sự vật còn có thể được nhận thức từ nhiều góc độ khác nhau, từ tất cả các mặt trong bản thân nó và sự liên hệ của nó với các sự vật khác. Hệ quả là *các khái niệm về một sự vật có thể có những cách biểu hiện bằng những tên gọi khác nhau, mức độ biểu nghĩa khác nhau, sắc thái đa dạng khác nhau*. Như vậy, mỗi sự vật có thể gợi cho người sử dụng những **khái niệm vừa quen thuộc, vừa cụ thể**, như bức tranh hiện nhanh ra trước mắt, giúp cho họ có sự **lựa chọn nhanh** từ hàng loạt thuộc tính khác nhau của cùng một sự vật. **Con đường thứ hai là tạo thêm nghĩa mới cho những từ có sẵn** để gọi tên những sự vật, hiện tượng mới. Đây còn được gọi là con đường chuyển nghĩa tạo nên các từ *đa nghĩa, từ đồng nghĩa*. Như vậy chúng ta sẽ thấy có hiện tượng một vỏ ngữ âm nhưng lại có thể biểu thị nhiều khái niệm của sự vật, hiện tượng khác nhau. Chúng thể hiện quy luật tiết kiệm vô cùng kì diệu của ngôn ngữ, góp phần giải quyết mâu thuẫn giữa cái vô hạn của sự vật với cái hữu hạn của ngôn ngữ. *Từ đa nghĩa* là từ có nhiều nghĩa và các ý nghĩa này có mối liên hệ với nhau.

Nhưng ta chú ý một điều là không phải cấu trúc nhiều nghĩa của từ đa nghĩa, từ đồng nghĩa được *thể hiện đồng thời cùng một lúc*, mà trong *mỗi ngữ cảnh nhất định, mỗi phát ngôn nhất định, mỗi nét nghĩa, mỗi nghĩa vị* trong cấu trúc đa nghĩa mới *hoạt động thực sự và trở thành hiện thực*. Nó thể hiện *mối quan hệ giữa từ đa nghĩa với những từ đứng xung quanh nó trong một phát ngôn*. Điều này buộc người sử dụng phải biết lựa chọn ngôn ngữ sao cho hợp lí để thể hiện mối quan hệ giữa các từ, ngữ trong ngữ cảnh, đồng thời, chứa được tư tưởng, tình cảm một cách chính xác hơn, giàu sức biểu cảm và đạt đích trong HÐHGT. Một điều hiển nhiên là bất cứ người Việt nào cũng có thể sử dụng được CTLC ở những mức độ cao thấp khác nhau để thể hiện HÐHGT. Đương nhiên họ sử dụng chúng như là một phản xạ có điều kiện, hay là theo thói quen sử dụng ngôn ngữ thường xuyên ở cộng đồng. Họ sử dụng chúng mà có thể không ý thức rằng mình đang sử dụng chúng. Nhiệm vụ của ta là phải tách ra, nghiên cứu, nhận thức hơn về CTLC.

c. Phân loại cấu trúc lựa chọn PN chứa hành động hỏi gián tiếp

- Theo sự đối lập ngôn ngữ và lời nói, ta có:

CTLC lời nói và CTLC ngôn ngữ.

- Theo tiêu chí nội dung và hình thức, ta có:

CTLC nội dung và CTLC hình thức

- Theo sự phân bậc nghĩa được tạo, ta có: CTLC nghĩa hiển ngôn (thứ yếu, tiền đề, cơ sở cho CTLC nghĩa hàm ngôn) và **CTLC nghĩa hàm ngôn** (chủ yếu)

- Kết hợp hai tiêu chí nội dung, hình thức và sự phân bậc nghĩa hiển ngôn, hàm ngôn, ta có: CTLC nội dung và hình thức tạo nghĩa hiển ngôn là cơ sở, tiền đề tạo nên CTLC nội dung và hình thức tạo nghĩa hàm ngôn trong phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp (là đối tượng chính).

d. CTLC nội dung- hình thức tạo nghĩa hàm ngôn ở HÐHGT

Bên cạnh các vấn đề CTLC đã nghiên cứu ở chương 1, chúng tôi còn tìm hiểu nó ở khía cạnh khác, thể hiện mối liên hệ chuyển hóa hai chiều, cơ động, có quan hệ chặt chẽ không tách rời nhau giữa hai mặt hình thức và nội dung của cấu trúc lập mã và giải mã, giữa người nói và người nghe.

f1. Cấu trúc lựa chọn lập mã về hình thức PN chứa HĐHGT được người nói vận dụng các yếu tố phi NN, yếu tố NN và NNXHH tiêu biểu trong CTLC để xây dựng trên thế đối lập ngay trong bản thân nó và đối lập với các yếu tố xung quanh. Nói đến cấu trúc lập mã về HT là nói đến tính hình tuyến của các yếu tố NN trong quá trình tạo lập. Nó không chỉ là dạng NN *khép kín* mà còn là dạng hoạt động *mở*; có khi là dạng *có sẵn ổn định*, có khi được xây dựng *tạm thời*, do sự tương tác các yếu tố HT, xây dựng đối lập trên hình tuyến của PN để tạo nên nhiều tầng nghĩa sâu xa. Nó còn được xây dựng trên nguyên tắc dựa theo yêu cầu định hình của ND, không đơn giản chỉ là dấu hiệu vật thể thuộc phạm trù hình thái mà sự lựa chọn đó bao gồm cả mặt trừu tượng thông qua sự phân bố, trình tự sắp xếp, trình tự logic, cách tổ chức, mối quan hệ kết hợp với những từ, ngữ, câu đứng trước và sau nó, ... giữa các yếu tố vật chất NN, **để đảm đương chức năng tạo nghĩa hàm ngôn**. Nó *phụ thuộc rất nhiều vào ý đồ và mục đích của người hỏi sao cho đạt được hiệu quả thực sự cao nhất*. Bởi vì khi nói đến ND ý nghĩa kèm theo mục đích thì phải nói đến HT câu chữ sao cho phù hợp, không có ý nghĩa nào ở “lửng lơ” ngoài câu chữ cụ thể và cũng không có HT nào không gắn kết với ND, hay đứng một mình mà phát triển được. Cấu trúc lập mã phải được người nhận hiểu và lí giải trong mối quan hệ giữa ND và HT theo các quy luật nhất định. Điều đó buộc người hỏi phải sử dụng các yếu tố của cấu trúc HT sao cho phù hợp nhất để diễn đạt ND, ý nghĩa với những dụng ý mang tính dụng học cao nhất. Tất cả điều này sẽ được chúng tôi trình bày rất kĩ trong việc lựa chọn các yếu tố HT phù hợp nhất ở ba chương sau. Có điều, cấu trúc lập mã về HT trong CTLC của PN chứa HĐHGT dùng để tạo nghĩa

hàm ngôn, nên nó thường có thể có cấu trúc HT không đơn giản. Cấu trúc lập mã mang nghĩa hàm ẩn, phải có sự *hỗ trợ trung gian của áp lực ngoài NN, yếu tố phi NN hay từ áp lực của những nhân tố NN ở sâu bên trong câu chữ*. Cấu trúc lập mã về HT thường phải dựa vào các cơ sở sau: dựa vào khả năng kết hợp giữa từ này với từ khác; dựa vào cách dùng từ ngữ; dựa vào cấu trúc cú pháp của PNH...

f2. Cấu trúc lựa chọn lập mã về nội dung PN chứa HÐHGT được người nói vận dụng các yếu tố NN có sẵn, theo nghĩa có sẵn để tạo nghĩa ND mới, và chúng không phải lắp ghép với nhau một cách cơ giới, mà nó phải dựa trên những quy tắc nhất định, những chủ đích nhất định. Cấu trúc lập mã về ND trong CTLC của PN chứa HÐHGT mang tính có định hướng, phụ thuộc vào ý đồ và đích của vai giao tiếp. Điều đó buộc người hỏi phải sử dụng các *yếu tố của cấu trúc nghĩa* sao cho phù hợp nhất để phục vụ việc diễn đạt ND mang tính dụng học cao nhất. Cấu trúc lập mã ND thuộc CTLC của HÐHTT dùng để diễn đạt cấu trúc nghĩa hàm ngôn nên nó thường có cấu trúc HT không đơn giản để phù hợp với cấu trúc đa nghĩa hàm ngôn. Nghĩa là, **cấu trúc HT không phải ở thế đối lập một đối một với cấu trúc ND, giữa cái biểu đạt và cái được biểu đạt**. Cấu trúc lập mã về ND thường dựa vào các cơ sở sau đây: dựa vào sắc thái ý nghĩa, sắc thái phong cách của từ ngữ; dựa vào tính phổ biến theo lãnh thổ; dựa vào phạm vi sử dụng (hạn chế hay không hạn chế; rộng hay hẹp...); dựa vào các từ được tu sức về mặt biểu cảm đối lập với các từ không được tu sức về mặt biểu cảm; dựa vào cách sử dụng; sự khác nhau về phương diện ý nghĩa...

f3. Cấu trúc lựa chọn giải mã về hình thức PN chứa HÐHGT là sự *hiểu* và sự *lí giải* về nghĩa (dựa trên HT của PN của người phát), có quy luật của người nghe, người giải mã, tức là làm sáng tỏ cấu trúc ngữ nghĩa thông qua cấu trúc HT, theo quan hệ hai chiều giữa hai yếu tố lập mã và giải mã trong CTLC. Để thực hiện được cấu trúc giải mã, người nghe cần nắm được mối liên hệ quy định lẫn nhau giữa

từ, ngữ, câu, ngữ cảnh...mà người nói đã lựa chọn; đến lượt mình, cũng phải thực hiện cơ chế lí giải ý nghĩa *hiểu như thế nào* dựa trên các dấu hiệu HT mà người phát đã lập. Cấu trúc giải mã HT là cơ sở quan trọng để nắm bắt cấu trúc ND và phải có sự kết hợp với các nhân tố áp lực ở ngoài NN. Nó được lí giải trong mối quan hệ của các tín hiệu NN trong cấu trúc PN. Mỗi PN chứa HĐ nói năng tự bản thân nó đã là một cấu trúc HT. Các thành tố HT NN diễn đạt chúng không những phụ thuộc lẫn nhau mà còn phụ thuộc vào hệ thống nói chung. Sự lựa chọn, cấu tạo, và tổ hợp các thành tố HT bị quy định bởi nhiều nhân tố khác nhau trong và ngoài hệ thống, mà yếu tố chi phối mạnh nhất vẫn là ý định chủ đích của người phát. Các yếu tố HT trong HĐH phải gắn bó qua lại, phù hợp, giải thích và hỗ trợ cho nhau để người nghe sẽ dựa vào đó mà lí giải. Nó được đặt trong mối liên hệ chặt chẽ với ND. Muốn giải mã chúng thì ta *không những chỉ đặt chúng trong tính chất riêng lẻ mà còn phải đặt chúng một cách có ý thức trong tính chất chung*, “*áp lực chiều sâu và tổng thể của cơ chế nghĩa*” càng bị chi phối mạnh hơn nữa. Cấu trúc giải mã luôn thông qua “*lăng kính chủ quan*” [100] của người nhận. Nên trong giao tiếp, không phải lúc nào sự giải mã cũng diễn ra dễ dàng: *người lập mã tạo nên cấu trúc mã bằng HT này nhưng người giải mã hiểu bằng một cơ chế HT khác*; hoặc người giải mã dựa trên cơ chế HT đó của người lập mã, nhưng *cái được thông báo luôn nhiều hơn HT của những gì được nói ra trên bề mặt PN* cho nên người giải mã lại *lựa chọn cách hiểu này mà không lựa chọn cách hiểu khác* để hồi đáp. Kết quả là các đối ngôn không trùng kênh về cách hiểu và hồi đáp thông tin. Cấu trúc giải mã về HT của HĐHGT lí giải theo hai chiều: diễn dịch, quy nạp và theo qui luật của quá trình nhận thức đi từ HT của cái cụ thể đến việc lí giải cái trừu tượng và ngược lại .

f4. Cấu trúc lựa chọn giải mã về nội dung PN chứa HĐHGT

Lời nói xuất phát từ ngôn ngữ không phải là một tín hiệu luôn ổn định và tương ứng với bản thân nó mà thực sự chúng luôn ở thế động, biến đổi theo ngữ

cảnh, nên trong giao tiếp, ta luôn sử dụng cấu trúc giải mã về HT lẫn ND, nhất là về mặt ND. Quá trình giải mã ở đây thực chất là quá trình dựng lại cấu trúc ND ngữ nghĩa thông qua lăng kính chủ quan của người tiếp nhận. Cấu trúc giải mã về ND dựa trên cơ sở của cấu trúc HT, nhưng phát triển rộng hơn cấu trúc HT, thông qua sự cảm nhận năng động của chủ thể tiếp nhận kết hợp với nhân tố áp lực ở ngoài NN. Lúc này, cấu trúc HT không đơn thuần vì bản thân NN, cấu trúc HT chỉ là một phương tiện gợi dẫn cho cấu trúc giải mã tạo nên cấu trúc ND mới. Nó có vai trò đến lượt mình cũng phải thực hiện thao tác chọn lựa các nét nghĩa, ND đúng nhất, hợp với ý đồ người nói nhất để tạo PN mới hồi đáp. Cấu trúc giải mã về ND trong CTLC của PN chứa HÐHGT không biểu lộ ngay trên cấu trúc bề mặt phát ngôn. Nó được lí giải trong mối quan hệ giữa cái riêng và cái chung, đặc biệt trong cấu trúc này ta chú ý *“tính tiềm năng và tính tự điều chỉnh tối đa”* [100] của các yếu tố riêng phục vụ cho cái chung, theo một cơ chế chung, trên một cái nền chung thì mới có thể giải mã được. Nó còn phải được đặt trong mối liên hệ chặt chẽ với HT. Muốn hiểu cơ chế giải mã hàm ẩn không phải dễ, người nghe phải biết kết hợp giữa cái riêng và cái chung, vì ngữ nghĩa thực sự chịu nhiều áp lực từ nhiều phía ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. Cấu trúc giải mã về ND càng chịu ảnh hưởng bởi tính chất chủ quan của người tiếp nhận. Vì vậy, có khi người lập mã nói theo đích này, người giải mã nghĩ một đằng khác, hoặc giải mã theo cơ chế hàm ẩn với rất nhiều chiều, đa dạng. Điều này thực sự khó đối với chúng tôi khi nghiên cứu và lí giải vấn đề như thế nào cho chính xác vì thực tế và bản thân cấu trúc nghĩa của chúng quá đa dạng và muôn màu muôn vẻ. Nó còn phải được lí giải từ góc độ quy nạp thông qua tính hệ thống của nhiều phạm vi NN. Tính hệ thống thực ra không phải là bản thân cấu trúc lập mã hay giải mã nhưng nó góp phần khống chế và điều chỉnh quá trình giải mã, làm cho cơ chế tạo nghĩa, nhất là nghĩa mới, lâm thời, của quá trình giải mã trở nên năng động hơn. Cấu trúc giải mã thông qua tính hệ thống tạo ra những tập hợp,

những *cấu trúc nghĩa mới* vô cùng đa dạng. Chúng còn phản ánh những *nhận thức mới* theo cơ chế lí giải, theo hai chiều, vừa diễn dịch, vừa quy nạp, và kéo theo sau là cấp độ về mặt nhận thức: từ cụ thể đi đến trừu tượng, từ cảm tính đến lí tính.

2.4. CÂU HỎI MỞ ĐẦU ĐOẠN THOẠI CỦA GIAO TIẾP MUA BÁN

Để có cái nhìn cụ thể hơn về hành động hỏi, chúng tôi nghiên cứu thêm 2 vấn đề: *phát ngôn hỏi mở đầu đoạn thoại* và *một số hành động hỏi gián tiếp hành động khác* cụ thể trong giao tiếp mua bán của người Việt .

2.4.1. Nguồn dữ liệu phân tích

Qua việc khảo sát 1000 cuộc thoại MB bằng Tiếng Việt, chúng tôi đã phát hiện có đến 6729 PN chứa HĐH /12540 tổng số các loại câu, chiếm tỉ lệ 53, 66%. Như vậy, qua kết quả thống kê, chúng tôi nhận thấy PNH chứa HĐH được sử dụng với tỉ lệ cao nhất. Trong số 6729 PN chứa HĐH, chúng tôi đã tìm thấy 2578 PN chứa HĐH ở trong đoạn mở thoại với chức năng dẫn nhập cuộc thoại và chức năng hỏi đáp sau các tham thoại mở đầu của cuộc thoại GTMB, chiếm tỉ lệ 38, 31%. Điều đó đã nói lên vai trò quan trọng của PN chứa HĐH có chức năng dẫn nhập cuộc thoại và chức năng hỏi đáp tham thoại mở đầu .

2.4.2. Vì sao PN hỏi mở đầu cuộc thoại mua bán được dùng nhiều?

Vì sao khi MB người ta lại hay sử dụng PNH? Nó có vai trò như thế nào? Tại sao hay dùng chúng để dẫn nhập đề tài diễn ngôn MB ? Khi đặt PN chứa HĐH cho đối tượng về một vấn đề nào đó, thường có hai lí do: người hỏi chưa hiểu biết về vấn đề cần biết; người hỏi có sự quan tâm tới” quyền lợi”, “lợi ích”, ”mục đích “mà mình muốn đạt tới. Người nghe trả lời vấn đề một cách trực tiếp hay trả lời gián tiếp bằng PNH; hay thăm dò để nắm đích, “quyền lợi” mà người hỏi muốn đạt tới. Vì vậy tham thoại hỏi đáp có thể ở những mức độ khác nhau tùy theo sự cộng tác hội thoại, thái độ, hứng thú đối với đề tài diễn ngôn. Hoạt động GTMB ở Việt Nam chủ yếu vẫn diễn ra ở chợ, hoạt động rất đa dạng, nổi bật nhất là GT bằng lời

“*tranh luận* “về giá cả, chất lượng. Đặc điểm phong cách và thói quen MB ở chợ là không qui định về giá chặt chẽ: người bán có quyền tự do “nói thách”, người mua có quyền “mặc cả”; người bán không” nói thách “thì người mua vẫn giữ thói quen “trả giá”.... Đoạn mở thoại đóng vai trò” *đưa đẩy*”, “*nghi thức hóa*”, “*xã giao*”. Người nói *đề xuất* đề tài, vừa đóng vai trò *thăm dò* hứng thú, thái độ, thông tin về hàng hóa, về giá cả, về sở thích, vừa có chiến lược *thăm dò* để thực hiện quá trình MB sao cho đạt mục đích. Tham thoại dẫn nhập còn có nhiệm vụ đóng vai trò *tạo lập quan hệ*, tiếp cận, tranh thủ cảm tình của đối phương, thăm dò về ND chủ đề như: mời, chào, giới thiệu, ... Với vai trò trên, PNH dùng dẫn nhập vào cuộc thoại GTMB một cách thuận lợi hơn.

2.4.3. Một số phương diện của PNH thuộc đoạn thoại mở đầu

2.4.3.1. Điều kiện sử dụng phát ngôn chứa HĐH trong đoạn mở thoại

a/ Điều kiện khách quan: khi gặp khách quen hoặc lạ đến gần hàng; hoặc người mua có thái độ, cử chỉ ...muốn mua; hoặc muốn chào hàng; ...

b/ Điều kiện chủ quan là điều kiện để biến một tham thoại hỏi có chức năng dẫn nhập mở đầu cuộc thoại thành một đề tài diễn ngôn và nâng thành một sự kiện MB. Điều kiện này còn tùy thuộc vào sự tiếp nhận, sự hứng thú và sự cộng tác bằng tín hiệu hồi đáp của người được hỏi. Ví dụ (45) sau:

M:Này, bún hôm nọ mày bán cho cô sao chán thế? (*Người mua hỏi để mắng vốn nhằm mua rẻ*); B:Làm sao mà chán hử cô? Vậy hôm nay cháu bù cho nhé? (*Còn người bán muốn giữ bạn hàng và bán hàng nên hỏi để thực hiện hành vi khuyến khích người mua. Giả sử như người bán ở (45) cứ lờ đi, không có tín hiệu hồi đáp thì không thể biến thành một đề tài diễn ngôn, và cuộc thoại MB sẽ không thể diễn ra được.*)

2.4.3.2. Cấu trúc xét về mặt nội dung của câu hỏi mở thoại

Chúng tôi xét thêm cấu trúc nội dung của câu hỏi mở đầu đoạn thoại, (vì

cấu trúc HT đã được xét kĩ ở mục 2.2.1 và 2.3.1), gồm: *Ai hỏi- hỏi ai-hỏi về gì- đích hỏi- cách thức hỏi*. Ví dụ (46): B:Bác mua trứng hở bác? Bác nhìn xem hôm nay trứng có tươi không?; M:Có tươi thật không? Hay là cô chỉ quảng cáo? Hôm trước tôi mua 10 quả hỏng gần một nửa đấy! *Ví dụ gồm một cặp thoại có hai lượt lời: lượt lời thứ nhất của người bán dẫn nhập cuộc thoại bao gồm 2 tham thoại hỏi có chức năng dẫn nhập đề tài: Người bán hỏi dẫn nhập (ai hỏi)- Hỏi đối tượng người mua hàng là một người lớn tuổi hơn mình; Người bán hỏi hai vấn đề: hỏi đối phương xem có mua hàng không; hỏi xem nhận xét của đối phương về mặt hàng mình đang có (hỏi vấn đề gì). (Tham thoại thứ nhất vừa thăm dò xem đối phương có muốn mua không, vừa thiết lập quan hệ hai bên MB, vừa giới thiệu mặt hàng...; tham thoại thứ hai hỏi để khen ngợi mặt hàng của mình, vừa để chào mời, vừa để đặt người mua vào trong tình thế buộc phải tìm hiểu mặt hàng của mình, vừa buộc người mua phải đưa ra ý kiến về chất lượng hàng của mình (tất nhiên là muốn người mua nhận xét tốt về chất lượng hàng hóa, nhưng thực tế thường là người mua thường tỏ thái độ chê bai để mua được hàng rẻ): (đích hỏi); (Cách thức hỏi):thái độ người hỏi, người bán hỏi bằng hành vi gián tiếp (khen để mời mua)*. Lượt lời thứ hai là của người mua trong (46) có chức năng hồi đáp bao gồm 3 tham thoại, trong đó có 2 tham thoại hỏi, cũng có cấu trúc ND tương tự.

2.4.3.3. Phân loại câu hỏi của đoạn mở thoại theo tiêu chí nội dung

a/ Phân loại PN chứa HĐH có chức năng **dẫn nhập**, theo 4 tiêu chí ND

(1) Xét theo tiêu chí “đối tượng nào hỏi”, chia thành 2 kiểu chính:

i/ PN chứa HĐH dẫn nhập của người bán:

Người bán hỏi trước để dẫn nhập, với 1000 cuộc thoại với 6729 PNH :

- PN chứa HĐH ở trong đoạn mở thoại cuộc thoại là 2578/ 6729, chiếm tỉ lệ 38, 31%. Trong đó PN chứa HĐH có chức năng dẫn nhập cuộc thoại MB là 1873/

2578, chiếm tỉ lệ 72, 65%. Còn PN chứa HĐH có chức năng hồi đáp tiếp theo tham thoại mở đầu cuộc thoại MB là 705/ 2578, chiếm tỉ lệ 27, 35%;

- PN chứa HĐH dẫn nhập của người bán là 1120 /1873, tỉ lệ 59, 80%

ii/ *PN chứa HĐH dẫn nhập của người mua:*

PN chứa HĐH dẫn nhập của người mua là 753/1873, chiếm tỉ lệ 40, 20%

(2) Xét theo tiêu chí “hỏi đối tượng nào”, chia thành 2 kiểu: *PNH của người bán hỏi người mua; PN hỏi của người mua hỏi người bán*

(3) Xét theo tiêu chí “hỏi về vấn đề gì”, chúng tôi chia thành các kiểu :

i/ Tiêu chí “mối quan hệ “hai bên, có PNH: quen biết nhau / xa lạ nhau .

ii/ Tiêu chí “về đề tài” hàng hóa, có PNH: “Chúng loại hàng hóa”; “Nguồn gốc hàng hóa”; “Chất lượng hàng hóa”; “Giá cả hàng hóa”;...

iii/ Tiêu chí “nghi thức hóa “, có PNH: mời, chào, gọi, xin lỗi, đưa đẩy...

(4) Tiêu chí “đích của hỏi”, 2 kiểu: *PNH chính danh; không chính danh.*

b/ *Phân loại PN chứa HĐH có chức năng **hồi đáp**, theo 4 tiêu chí ND*

(1) Tiêu chí “Đối tượng nào hỏi”, chia thành 2 kiểu chính:

i/ *PNH hồi đáp của người mua:* Người mua đáp bằng nhiều loại tham thoại khác nhau, trong đó tham thoại hồi đáp bằng PNH chiếm tỉ lệ không nhỏ. PNH hồi đáp theo hai hướng chính: hỏi lại bằng PNH trực tiếp; PNH gián tiếp .

Với 1000 cuộc thoại với 6729 PNH, thì PN chứa HĐH ở trong đoạn mở thoại là 2578/ 6729, chiếm tỉ lệ 38, 31%; PN chứa HĐH dẫn nhập là 1873/ 2578, tỉ lệ 72, 65%; còn PN chứa HĐH hồi đáp là 705/ 2578, tỉ lệ 27, 35%.

Còn PN chứa HĐH hồi đáp của người mua là 400/ 705, tỉ lệ 56, 74%; PN chứa HĐHGT: 236/400, tỉ lệ 59%; PN chứa HĐHTT là 164/400, tỉ lệ 41%.

ii/ *PNH hồi đáp của người bán:* người mua đưa ra tham thoại dẫn nhập là 753/1873, thì người bán đáp lại nhiều loại tham thoại khác: PN trần thuật, miêu tả, PNH... Tham thoại hồi đáp bằng PN chứa HĐHGT chiếm tỉ lệ khá cao, có 521/753

PN chứa HĐHGT hồi đáp của người bán chiếm tỉ lệ 69, 19%.

(2)Xét theo tiêu chí” Hỏi đối tượng nào”, chia 2 kiểu: PNH của người mua hồi đáp là 56,74 %; PNH của người bán hồi đáp là 27,35% (trong đó có một số PNH của người bán hỏi lại là do không nghe rõ hoặc cho chắc chắn)

(3)Tiêu chí “Hỏi về vấn đề gì”, chia 2 kiểu, theo nguyên tắc cộng tác hội thoại: PNH hồi đáp mang với chiều hướng”*đồng tình- không đồng tình*”.

(4)Tiêu chí “Đích của hỏi”, 2 kiểu: PNH chính danh/ không chính danh

2.4.3.4. Phân loại câu hỏi của đoạn mở thoại theo 8 tiêu chí hình thức

(1)Tiêu chí” *sự có mặt hay không có mặt các PTH*”, gồm 2 loại:

i/ PN chứa HĐH *có mặt* các PTH như:*ai, sao, đâu, cái gì, thế nào...* (phân biệt PNH có chứa PTH nhưng không PNH mà là các loại khác: cầu khiến,...)

ii/ PN chứa HĐH *không có mặt* các PTH: ngữ điệu kết hợp với ngữ cảnh.

(2)Tiêu chí “*loại của PTH*”, gồm 4 loại:

(a) PNH chứa các đại từ nghi vấn (PNH chuyên biệt): Hỏi về thực thể con người, sự vật : *ai, gì, nào...*; đặc điểm, tính chất, đặc trưng:*thế nào, làm sao, ra sao...*; số lượng, số thứ tự: *bao nhiêu, thứ mấy...*; thời gian:*bao giờ, bao lâu...*; nguyên nhân: *lí do, vì sao...*; kết quả: *ra sao, thế nào...*; phương hướng, địa điểm: *đâu...*

(b)PNH chứa phụ từ nghi vấn (*tổng quát*): *có...không, có phải, đã ...*

(c) PNH chứa các kết từ nghi vấn (PNH lựa chọn): *hay, hay là, hay lại...*

(d) PNH chứa các tiểu từ nghi vấn (PNH tình thái): *chẳng, à, ư, nhỉ,...*

(3)Tiêu chí”*phạm vi sử dụng*”, 2 loại: PNH phạm vi rộng /phạm vi hẹp

(4)Tiêu chí”*quan hệ cấu trúc thành phần nội bộ*”,PNH toàn bộ/ bộ phận.

(5)Tiêu chí”*số lượng nòng cốt*”,PNH một nòng cốt/ hai nòng cốt trở lên

(6)Tiêu chí”*có hay không có dự kiến chọn lựa để trả lời*”: PNH có dự kiến chọn lựa để trả lời: (đối nhau; có phụ từ nghi vấn: *có...không, đã ...chưa...*; lựa chọn A hay B: *hoặc...*);PNH không có dự kiến chọn lựa trả lời: *thế nào,...*

(7) Tiêu chí "Có nhiều hay ít khả năng trả lời tương ứng", ta có: PNH có nhiều khả năng trả lời tương ứng được đi kèm với các PTH không xác định (PNH mở) :*đâu, sao, gì ...* và PNH không có nhiều khả năng trả lời tương ứng: (PNH đóng :là PNH chỉ chọn một trong hai khả năng trả lời/ PNH *định hướng*: được định hướng theo một thái độ của người hỏi, với các tiểu từ tình thái ở cuối câu : *à, ư, nhỉ ...*)

(8) Tiêu chí "dựa vào kiểu cấu trúc cụ thể": Riêng về tiêu chí này, rất **khó định ra được số kiểu PNH**, bởi vì chúng được xác định theo từng PNH, ví dụ (45) *B: Liệu chị có thích mua cái áo này không, hay lại sợ em bán mắc?* PN hỏi (45) sẽ được qui ra kiểu cấu trúc: "có A không, hay B?"

2.5. MỘT SỐ HÀNH ĐỘNG HỎI GIÁN TIẾP HÀNH ĐỘNG KHÁC

Theo sự thống kê chưa đầy đủ, có khoảng 43 HÐHGTHĐK :

2.5.1. Hỏi để thuyết phục:

Thuyết phục là làm cho người ta thấy đúng, hay, mà tin theo, làm theo ý mình bằng chính lẽ phải. Người mua hay người bán có thể thuyết phục nhau tin vào điều nên mua hay bán bằng HÐHGT. Ví dụ (48) (xem phụ lục: cuộc thoại 110, tr76): *người bán ở (48) đã thuyết phục người mua bằng PNH mà người bán tin chắc rằng người mua sẽ không trả lời đúng. Vì vậy người mua không trả lời vào trọng tâm PNH "cái này thế nào?", mà trả lời bằng một PNH gián tiếp khác, để tỏ thái độ đồng tình của mình về chất lượng đẹp của chiếc áo mà người bán gián tiếp giới thiệu. Như thế người bán vờ như không biết để hỏi những điểm rõ ràng không đúng (theo người bán biết chắc) mà người mua đã đưa ra, khiến cho những PN trả lời trên dẫn đến kết luận đúng của người bán.*

2.5.2. Hỏi để phản bác:

Phản bác là gạt bỏ ý kiến, quan điểm của người khác và chứng minh bằng cách đặt một PNH ngược lại với điều phải chứng minh và vạch rõ rằng giả thiết này dẫn đến điều vô lí. Ví dụ (49) (xem phụ lục: số 111, tr.76)

(Người bán phản bác bằng PNH mà người bán tin chắc rằng” không cứ gì hàng rẻ thì nên mua”. Người bán phản bác lập luận là “hẽ hàng rẻ thì mua” bằng PNH theo lẽ thường “topos” là “tiền nào của ấy”, không nên ham rẻ mà mua hàng chất lượng kém. Kết quả là người bán đã làm cho người mua phải suy nghĩ lại vấn đề.)

2.5.3. Hỏi để bày tỏ

“Bày” là làm sao cho dễ thấy nhất bằng cách để hiện rõ ra ngoài. ”Bày tỏ” là nói ra cho người khác rõ tình cảm, ý kiến của mình hay một trạng thái tâm lí đối với sự tình nào đó. Trong GTMB, cả hai đều hay sử dụng HĐHGT để bày tỏ tình cảm, ý kiến, một trạng thái tâm lý nhằm mục đích thu phục tình cảm, khơi gợi sự thông cảm nơi người nghe.

Ví dụ (50), (51), (52), (53); (xem phụ lục: cuộc thoại 112, 113, 114, 115, tr.76, 77): [*Ở (50), cả hai đều dùng HĐHGT để bày tỏ thái độ, tình cảm, ý kiến nhằm mục đích đạt được hiệu quả GTMB. Người bán đã bán được hàng, nhưng còn muốn bày tỏ thêm sự việc mình phải bán món hàng đó ít lãi như thế nào để thu phục tình cảm của người mua nhằm lần sau vẫn tiếp tục đến hàng mình. Ở (51) thì người mua bày tỏ ý kiến thuyết phục và thu phục bằng tình cảm để mua rẻ hơn . . . , ở (52) bày tỏ sự gợi ý, nhắc nhở, hay dò xét, lôi kéo theo kiểu GTMB có mục đích. Còn ở (53), thoạt nhìn, ta tưởng đây là PNH chính danh, nhưng xét trong bối cảnh, thì đó lại là PNH gián tiếp, vì người bán thừa biết giá hàng rồi. Ở đây người bán mượn HĐH bày tỏ để lôi kéo người mua về phía mình.*

2.5.4. Hỏi để phủ định:

Phủ định là hành động phủ nhận đối phương. Ví dụ (54), xem phụ lục số 116, tr77: (*Người bán dùng PNH gián tiếp để phủ nhận thông tin người mua vừa nói, ngụ ý “lẽ thường” Mua lắm chứ không bán lắm”.*)

2.5.5. Hỏi để chứng minh điều mình nói là đúng:

“Chứng” là cái dựa vào để bảo đảm sự việc là có thật. “Chứng minh” là làm cho người nghe thấy rõ là có thật, là đúng bằng chính lý lẽ, bằng chính sự việc mà người nói đưa ra. Trong MB, người ta thường dùng HD này, xét ví dụ (55), xem phụ lục :số 117, tr77) : *(người mua trả giá bằng PNHTT, nhưng người bán trả lời bằng PNH gián tiếp về giá vải jean để bày tỏ thái độ không đồng tình đối với giá mà người mua đưa ra. Tiếp theo người bán mượn PNH gián tiếp để chứng minh cho người mua thấy rằng cái giá mà người mua đưa ra là hoàn toàn không hợp lý. Người bán chứng minh điều mình nói là đúng và thuyết phục người mua cái giá đưa ra là hợp lý.)*

2.5.6. Hỏi để khẳng định (ví dụ (56), xem phụ lục, cuộc thoại 118, tr.78)

2.5.7. Hỏi để hứa hẹn (ví dụ (57), xem phụ lục : cuộc thoại số 119, tr.78)

2.5.8. Hỏi để cầu khiến (ví dụ (58), (59) xem phụ lục:số 120, tr78; số 121, tr.79)

2.5.9. Hỏi để nghi ngờ (ví dụ (60), (61) xem phụ lục: số 122, tr79; số 123, tr.79)

(2.5.10. Hỏi để phán đoán); (2.5.11. Hỏi để khiêm tốn hoặc bày tỏ thái độ lịch sự); (2.5.12. Hỏi để vắn); (2.5.13. Hỏi để chê); (2.5.14. Hỏi để khen); (2.5.15. Hỏi để bắt nạt); (2.5.16. Hỏi để tỏ ý muốn khách hàng cho phép có cuộc tiếp xúc); (2.5.17. Hỏi để làm quen); (2.5.18. Hỏi để chào); (2.5.19. Hỏi để tạo một cơ hội mới tiềm tàng cho khách hàng); (2.5.20. Hỏi để thu thập thêm thông tin về nhu cầu của khách hàng); (2.5.21. Hỏi để giới thiệu mình với sản phẩm cần bán); (2.5.22. Hỏi để cung cấp cho khách hàng các thông tin cần thiết); (2.5.23. Hỏi để xin ý kiến khách hàng); (2.5.24. Hỏi để mời mọc); (2.5.25. Hỏi để đề nghị); (2.5.26. Hỏi để bày tỏ sự quan tâm, tình cảm chân thành với khách hàng); (2.5.27. Hỏi để gợi ý tưởng, kích thích sự suy nghĩ, tìm hiểu của khách hàng); (2.5.28. Hỏi nhằm duy trì quan hệ thực

hiện những cuộc mua bán tương lai); (2.5.29. Hỏi để trình bày vấn đề); (2.5.30. Hỏi để nghe điều mà khách hàng muốn nói); (2.5.31. Hỏi để khuyến khích lợi ích đã được thỏa thuận); (2.5.32. Hỏi để bảo đảm cho khách hàng biết điều gì chờ đợi nơi họ); (2.5.33. Hỏi để đối tác thoải mái nêu ý kiến); (2.5.34. Hỏi để thể hiện vai trò chủ động, để lắng nghe); (2.5.35. Hỏi để để tạo lòng nhiệt tình); (2.5.36. Hỏi để tìm kiếm ý tưởng từ phía khách hàng); (2.5.37. Hỏi để xây dựng lòng tự hào, niềm tin nơi khách hàng); (2.5.38. Hỏi để tiếp cận, khai thác những thông tin nơi khách hàng); (2.5.39. Hỏi để kiểm nghiệm lại sự hiểu biết); (2.5.40. Hỏi để nắm được mức độ quan tâm, thái độ có liên quan); (2.5.41. Hỏi để giảm căng thẳng); (2.5.42. Hỏi để đưa cuộc thoại quay về đích chính); (2.5.43. Hỏi để thăm dò sự ưng thuận...)

2.6. TIỂU KẾT

1. Để làm sáng tỏ bản chất hành động hỏi trong giao tiếp mua bán, luận án không thể không *xác định sự khác biệt giữa hành động hỏi và phát ngôn hỏi*, để từ đó, tiến tới phân biệt một cách có nguyên tắc, tạo cái nhìn tổng quan nhất về *các loại hành động hỏi*, giữa *hành động hỏi trực tiếp* và *hành động hỏi gián tiếp*, giữa *các loại hành động hỏi gián tiếp khác nhau* chứa trong phát ngôn tiếng Việt.

2. Trong khi xác lập bản chất của sự phân biệt trên, vấn đề cần được quan tâm hàng đầu là cách thể hiện *hiệu lực giao tiếp* từ những áp lực khác nhau có thể có của cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ngôn thuộc hành động hỏi gián tiếp.

3. Trên cơ sở đó, trong sự so sánh chung, có thể nói, PN chứa hành động hỏi gián tiếp mang tính hàm ngôn là một loại *cấu trúc* được hình thành với hàm lượng dụng học cao, mang tính trực tiếp liên thông mới rộng mở về tầm nhìn khoa học với cơ chế của tín hiệu học, ngôn ngữ xã hội học, tâm lí học...

4. Chúng tôi nghiên cứu thêm những vấn đề có tính chất minh họa cụ thể về hội thoại mua bán của người Việt là: *PN chứa HĐH trong đoạn thoại mở đầu và một số hành động hỏi gián tiếp cụ thể*.

CHƯƠNG 3:

NGHĨA HÀM ẨN VÀ CƠ CHẾ TẠO NGHĨA HÀM NGÔN CỦA PHÁT NGÔN CHỨA HÀNH ĐỘNG HỎI TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN

3.1. KHÁI QUÁT Ý NGHĨA HÀM ẨN

3.1.1. Vai trò của ý nghĩa hàm ẩn

Điều kì diệu của NN cho phép người GT thể hiện ý tưởng không chỉ bằng hiển ngôn mà còn bằng *hàm ẩn*. Chính cách nói hàm ẩn lấp lửng, vòng vèo, xa xôi ấy tạo nên tính chất hấp dẫn và độc đáo của NN. Trong GT, các PN miêu tả thông thường chiếm tỉ lệ rất thấp, ít khi người nói miêu tả chỉ để miêu tả, mà nhằm thông báo một cái gì đó, hay hướng người nghe tới một thông tin nào đó ở ngoài tín hiệu NN đang được miêu tả. Người ta không chỉ nói bằng hiển ngôn mà còn nói bằng hàm ngôn. Trong thực tế, YNHÃ có một vị trí rất quan trọng trong GT NN của tất cả các dân tộc trên thế giới nói chung, của người Việt nói riêng. Đặc biệt trong đề tài MB, quan hệ tạm thời giữa người mua và người bán tồn tại chính trên quyền lợi của nhau là môi trường thuận lợi cho sự phát triển YNHÃ. Kể cả GT thông thường, ý nghĩa hiển ngôn thường chỉ là *điều kiện “cần”*, còn YNHÃ mới thực sự là *điều kiện “đủ”* cho việc hiểu thông tin của một PN. YNHÃ có khi là một điều kiện *thuận lợi* cho cách GT tế nhị, “nói ít hiểu nhiều”, song có khi YNHÃ lại gây *khó khăn, trở ngại* lớn cho việc *hiểu nhau* trong GT NN.

Khi lấy đối tượng là HDH nghiên cứu, bên cạnh HDHTT mang tính hiển ngôn, chúng tôi đặc biệt chú ý đến HDHGT mang tính *hàm ẩn*. Trong môi trường GTMB, nếu như PN chứa HDH đóng vai trò quan trọng và mang tính đặc thù cao *thì PN chứa HDHGT dưới dạng thông báo hàm ẩn gắn chặt với CTLC càng thể hiện tính đặc thù cao nhất* (số liệu đã thống kê ở mục 2.4.1 tr.99). YNHÃ và cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn đã góp phần quan trọng cho việc *chứng minh, gợi mở nhận thức lí luận về đặc điểm hàm ẩn riêng biệt của chúng trong lí thuyết hội thoại*. Đó là một

dạng CTTB vừa hiển ngôn vừa hàm ngôn nhằm xác lập hiệu lực GT theo hướng hàm ngôn. Chính cơ chế hàm ẩn lấy cấu trúc hiển ngôn làm HT chứa đã giúp ta lí giải sự hình thành và hoạt động của CTLC. Chính cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn của chương này là chất liệu thuộc về yếu tố ngôn ngữ của CTLC tạo nghĩa hàm ẩn. Nó đã làm sáng tỏ sự liên hệ giữa lí thuyết dụng học, tín hiệu học, ngôn ngữ học tri nhận, NN xã hội học, NN văn hoá học; và xử lí mối quan hệ giữa phạm trù NN và phi NN; phạm trù NN và biểu thức quy chiếu.

3.1.2. Vì sao sử dụng nhiều ý nghĩa hàm ẩn trong giao tiếp mua bán ?

a/ *Nguyên nhân xã hội*: những *nguyên nhân xã hội* sau đây đã đưa đến việc người ta sử dụng nhiều YNHÂ: hiện tượng kiêng kị có tính truyền thống; hoặc do tránh một số hiện tượng liên quan đến các vấn đề như điều không may mắn, không tốt lành, tránh nói tục...; hoặc để tăng sức thuyết phục cho lời nói; hoặc muốn thể hiện sự khiêm tốn; hay sự châm biếm, mỉa mai; hoặc để giữ phép lịch sự trong GT với hai nguyên tắc chính (tránh áp đặt “cái tôi” cho người đối thoại); (giữ thể diện, không muốn trực tiếp làm mất thể diện người nghe); hoặc người đối thoại muốn bảo đảm sự an toàn, linh hoạt trong GT, hay không muốn chịu trách nhiệm trực tiếp điều mình nói ra. Trở lại ví dụ (3, tr.21) và (42, tr.87), ta có thể thấy rõ điều đó. *Nguyên nhân XH* còn thể hiện ở việc tìm sự tán đồng, tránh sự bất đồng; hay do màu sắc văn hóa, tính dân tộc trong từng NN... Những *nguyên nhân XH của vai trò YNHÂ* trên đây không chỉ có ảnh hưởng rất lớn đối với GT nói chung mà chúng còn thể hiện đặc biệt hơn trong môi trường GTMB. Ngoài ra, trong môi trường GTMB, vai trò của YNHÂ thì chúng còn bị chi phối bởi những nguyên nhân rất đặc thù của GTMB. Đó là:

1/ Xuất phát từ sự chi phối của *nguyên tắc quyền lợi* trong mua bán.

2/ Hoạt động GTMB ở Việt Nam chủ yếu diễn ra tại chợ với đặc điểm riêng biệt là người bán được quyền *nói thách*, người mua được quyền *mặc cả*. Kết quả

là, GT bằng lời ở nơi đây thường diễn ra sự tranh luận về giá cả và chất lượng.

3/ Xuất phát từ đặc trưng VHDT, nguyên tắc *trọng tình* đã chi phối rất mạnh đến GT nói chung và GTMB nói riêng. Nó làm cho người Việt ngại nói thẳng đến "quyền lợi", thích lối nói vòng vèo...

b/ Nguyên nhân tâm lí

Xuất phát từ tính đặc thù của GTMB, **yếu tố TGD và tiền ước ở sâu trong tâm lí GT** của người mua và người bán đã ảnh hưởng rất lớn đến thông báo hàm ẩn trong CTLC. Nói rõ hơn, *tâm lí GT* ở đây được thể hiện rõ nhất thông qua *sự hiểu rõ ý định của nhau*. Đồng thời, *sự hiểu rõ ý định* của nhau ở trong *quan hệ tương tác* thuộc *bối cảnh GT* vừa có chức năng là tiền đề, tạo áp lực cho yếu tố *tiền ước*, và yếu tố *TGD* rất đặc thù thuộc thông báo hàm ẩn của GTMB. **Tất cả các yếu tố này chồng lấp, lệ thuộc vào nhau, chi phối nhau và trên cơ sở đó đã cùng mở ra một tiềm năng rất rộng về tính hàm ngôn dụng học.**

Người hỏi trong GTMB bị chi phối về các nguyên tắc lịch sự, nguyên tắc quyền lợi... nên buộc họ phải có sự lựa chọn các yếu tố NN và phi NN sao cho cùng một lúc phải đạt nhiều mục đích mà nếu những PNH chỉ có thông tin hiển ngôn thôi thì chưa đủ. . *Những điều mà người nói muốn thông báo bao giờ và luôn luôn chiếm số lượng nhiều hơn những gì được nói ra bằng lời cả chiều rộng lẫn chiều sâu* . Vì vậy, trong lĩnh vực GTMB, người ta rất hay sử dụng các PNH chứa YNHÂ, chuyển tải ít nhất một thông tin hiển ngôn và nhiều thông tin ngầm ẩn.

3.1.3. Tình hình nghiên cứu ý nghĩa hàm ẩn

Câu hỏi "**làm thế nào**" đã được Orecchioni. K. C trả lời: "để nắm được YNHÂ cần phải có những tri năng lí giải". Các nhà nghiên cứu dụng học như Hoàng Phê, Đỗ Hữu Châu, Nguyễn Đức Dân, Cao Xuân Hạo... đã phân loại YNHÂ, chỉ ra sự vi phạm quy tắc hội thoại để tạo ra YNHÂ không tự nhiên, quan hệ giữa phương châm

cộng tác hội thoại của Grice... Các tác giả quan tâm đến cơ chế lí giải, nhưng họ chưa đưa ra cơ chế lí giải cụ thể, ở lĩnh vực cụ thể của thực tế GT.

Vận dụng lí thuyết YNHẢ vào những vấn đề cụ thể của tiếng Việt có công trình của Đặng Thị Hảo Tâm [153], trình bày cơ chế lí giải YNHẢ bằng tri năng bách khoa, tri năng NN, tri năng logic... của các HVNN gián tiếp. Các công trình của Lê Đông [63]; Nguyễn Thị Thìn [172]; Nguyễn Thị Lương; Lê Anh Xuân cũng nói một số khía cạnh liên quan, nhưng chưa có tác giả nào nghiên cứu nghĩa hàm ẩn và cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn trong HĐH thuộc GTMB.

Dựa vào những thành quả của những nhà nghiên cứu đi trước, chúng tôi đã vận dụng và nghiên cứu các vấn đề trên ở một lĩnh vực cụ thể, trong một HĐNN cụ thể, của một NN cụ thể nhằm đáp ứng, lí giải, trả lời và thử phác họa ra một mô hình cụ thể, một cơ chế cụ thể cho những vấn đề trên.

3.1.4. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu ý nghĩa hàm ẩn

-Chính bởi những nguyên nhân trên mà chúng tôi đi vào nghiên cứu YNHẢ nhằm khắc phục phần nào khó khăn của việc “**hiểu nhau**” trong GT.

-Phần nghĩa TGD của YNHẢ được các nhà nghiên cứu NN như: Đỗ Hữu Châu, Cao Xuân Hạo, Nguyễn Đức Dân, Lê Đông... đã nghiên cứu rất sâu, ở đây, chúng tôi xin được phép đi vào tìm hiểu *cơ chế tạo nên YNHẢ của HĐH trong GTMB*.

1/ Các cách thức trong cơ chế tạo ra YNHẢ dụng học của HĐH trong hội thoại GTMB ở bình diện nghĩa học thuộc cấp độ từ vựng ngữ nghĩa.

2/ Các cách thức trong cơ chế tạo ra YNHẢ dụng học của HĐH trong hội thoại GTMB ở bình diện ngữ nghĩa – ngữ dụng.

3/ Các cách thức trong cơ chế tạo ra YNHẢ dụng học được vận dụng từ lược đồ văn hóa dân tộc (cultural schemata) NN, tư duy NN của người Việt.

4/ Chúng tôi muốn đưa ra cấu trúc cơ chế vừa mang tính chất công thức chung khái quát, vừa được chứng minh thông qua các ví dụ cụ thể. Các cách thức, quy tắc sử dụng một số lượng đơn vị hữu hạn, có sẵn để tạo ra số lượng đơn vị PNH (chứa ý nghĩa hàm ẩn) vô hạn, nhằm đáp ứng nhu cầu GT đa dạng của chúng ta.

5/ Thông thường các nhà nghiên cứu khi nghiên cứu vấn đề YNHÁ chỉ hay chú ý đến vai nói mà ít chú ý đến vai nghe. Ở đây, chúng tôi muốn đưa ra một cơ chế chung cho cả hai vai: vai nói dựa vào đó để tạo ra YNHÁ (quá trình lập mã), và cả vai nghe cũng dựa vào đó để nhận biết, để suy ý (giải mã).

Từ mục đích trên, chúng tôi xác định **nhiệm vụ** trả lời các câu hỏi sau:

1/ **Bằng cách nào mà một lượng lớn những điều không được nói ra lại được người nghe lẫn người nghiên cứu nhận biết như là những điều được thông báo?**

2/ **Làm thế nào để suy ra được YNHÁ? Cái gì quyết định việc lựa chọn giữa cái được nói ra và cái không được nói ra? CTLC có tạo YNHÁ không?**

3/ **Nếu đa số người Việt đều có khả năng nhận biết YNHÁ trên cùng một HDNN một cách đại để tương đối gần giống nhau thì một hệ luận tất yếu phải được kết luận rằng : phải chăng đã có một cơ chế nhất định chứa những quy tắc nhất định được hình thành một cách xác định trong YNHÁ?**

4/ **Nghiên cứu YNHÁ có phải đã chứng minh được sức mạnh hàm súc diệu kì và sự tinh tế, ý nhị, hấp dẫn, độc đáo của tiếng Việt của CTLC trên bình diện ngữ nghĩa, ngữ dụng trong GT nói chung và GTMB nói riêng của người Việt?**

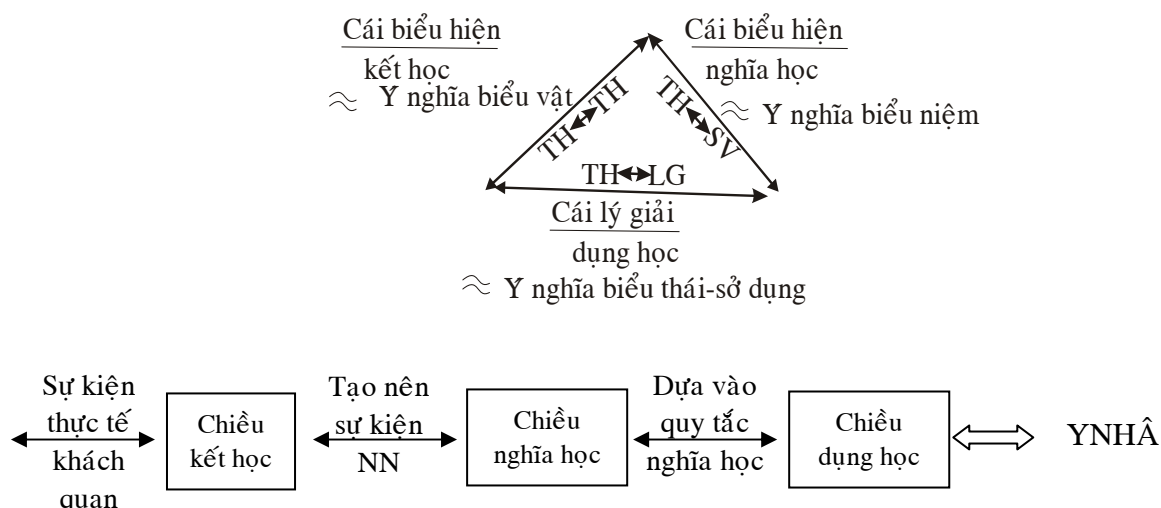
3.1.5. Các khái niệm cơ bản có liên quan

Mỗi PN của người nói đều có mục đích truyền đạt đến người nghe một ND thông báo nhất định, thường gồm hai phần:

1/ Phần ND ý nghĩa thứ nhất là ý nghĩa trực tiếp, vì người nói ra trực tiếp thông qua kết hợp các tín hiệu; người nghe cũng tiếp nhận trực tiếp nhờ nghĩa nguyên văn các yếu tố tín hiệu NN mà người nói sử dụng: **ngĩa hiển ngôn**.

2/ Phần ND ý nghĩa thứ hai là ý nghĩa gián tiếp, không ở trực tiếp trên câu chữ, mà muốn có được chúng thì buộc người nói phải sử dụng cơ chế tạo ra lớp nghĩa khác, ngấm ẩn ở ngoài câu chữ đó. Người nghe cũng tiếp nhận gián tiếp, buộc phải thông qua cơ chế và thực hiện thao tác suy ý, thực hiện quá trình giải mã, lí giải các lớp **YNHÃ** (bao gồm TGD và hàm ngôn). Hàm ngôn là tất cả những ND có thể suy ra từ ý nghĩa tường minh và TGD của ý nghĩa tường minh, hàm ẩn ở trong PN, lệ thuộc sâu sắc vào ngữ cảnh GT.

Tín hiệu theo Peirce là một thực thể có ba mặt, gồm: *cái chứa của tín hiệu* (quan hệ gọi tên : bằng âm thanh, chữ viết, là phần *tri nhận* được, quan hệ giữa tín hiệu và tín hiệu, tạo chiều kết học); *cái được chứa của tín hiệu* (quan hệ phản ánh, là phần *để hiểu*, là mối quan hệ giữa giữa tín hiệu và sự vật, ứng với cái được chứa tạo chiều nghĩa học); *cái lí giải thông qua tín hiệu* (quan hệ tri giác và giải thích, là phần *để hiểu, giải thích*, quan hệ giữa tín hiệu và người lí giải, ứng với cái lí giải tạo nên chiều dụng học). Khái niệm cái lí giải phải được hiểu theo nghĩa rộng, gắn với yếu tố như: ngữ cảnh,...



Sơ đồ 3. 1

3.1.6. Phân loại ý nghĩa hàm ẩn (dựa vào 3 tiêu chí phân loại)

1/ Dựa vào *bản chất* (ngữ nghĩa hay ngữ dụng) và *chức năng* trong diễn ngôn, ta phân loại YNHÂ thành : *YNHÂ ngữ nghĩa học* và *YNHÂ dụng học*.

2/ Dựa vào *điều kiện giả thiết* là đã có trước khi nói và *kết luận* được rút ra sau khi nói, ta phân loại YNHÂ thành: *TGD* và *hàm ngôn*.

3/ Dựa vào *chiến lược lập luận* của người lập mã và người giải mã trong bình diện dụng học, ta phân loại YNHÂ thành : *YNHÂ lí thuyết* và *ý YNHÂ thực tiễn*.

Tính hướng ngoại của YNHÂ thể hiện rõ nhất qua chiến lược lập luận. Bởi vì chiến lược lập luận nhằm thực hiện mục đích nói năng của người nói hướng người nghe đi đến một kết luận nào đó, đồng thời khi người nghe bị thuyết phục và đồng tình với kết luận đó thì xem như người nói đã đạt được hiệu quả GT.

YNHÂ lí thuyết chính là ý nghĩa được phát hiện khi nghiên cứu chúng trên phương diện lí thuyết bằng cách dựa vào *phương pháp suy luận HT nhất định*, theo những khuôn mẫu logic chặt chẽ, chính xác, có tính chất khái quát.

YNHÂ thực tiễn là ý nghĩa được nhận ra theo những cách lập luận theo lẽ thường với đích là tính hiệu quả, mục đích thay đổi, củng cố lòng tin, tình cảm, nhận thức ở người nghe với giá trị đúng sai có tính xác tín tương đối, dựa vào *phương pháp suy luận không HT*, không có tính nhất định, không theo khuôn mẫu nhất định, không chặt chẽ, có tính phỏng đoán, không hoàn toàn chính xác, có tính cá nhân, tính cụ thể trong những ngữ cảnh cụ thể, PN cụ thể. Loại lập luận này dựa vào tiềm năng ngữ nghĩa của NN ở người sử dụng, thói quen, ý thức chủ quan, tập tục, văn hóa ứng xử... để định hướng cho một kết luận ngữ nghĩa.

3.1.7. Phân loại các ý nghĩa tiền giả định và hàm ngôn (trên 2 tiêu chí)

1. Dựa vào tiêu chí *cái được chứa*, *ý nghĩa biểu niệm* theo chiều nghĩa học, ta phân loại chúng thành : *TGD ngữ nghĩa học* và *hàm ngôn ngữ nghĩa học*.

2. Dựa vào tiêu chí cái lí giải, ý nghĩa biểu thái và ý nghĩa sử dụng theo chiều dụng học, ta có: TGD dụng học và hàm ngôn dụng học. Ví dụ (62), sau:

M:Chị nghĩ tui ở nhà quê lên hay sao mà chị nói giá trời đất dữ vậy?

1/ Ý nghĩa tường minh của PN này là: (người mua hỏi người bán); (người mua tỏ ý nói người bán tưởng mình ở nhà quê xuống)

2/ Các YNHÃ của PN này là:

a/ TGD nghĩa học: (Có một cuộc MB đã diễn ra); (người bán đã thách với một cái giá mà người mua cho rằng quá cao); (người mua không đồng ý mua với cái giá mà người bán đưa ra).

b/ TGD dụng học: (Trong MB không nên thách quá cao); (cuộc thoại MB sẽ có kết quả tiêu cực nếu thách quá cao)

c/ Hàm ngôn nghĩa học: (người mua trách người bán “không biết người, biết ta”); (tưởng người mua không biết giá nhưng thực ra đã biết rồi)

d/ Hàm ngôn dụng học: (người mua đã đặt giả thiết rằng người bán cho mình là người nhà quê ở xa trung tâm nên không nắm kịp thông tin); (người bán nên nói lại giá đi), (người mua không mua nếu người bán không chỉnh giá)

3.2. CÁCH THỨC TRONG CƠ CHẾ TẠO NGHĨA HÀM NGÔN CỦA PHÁT NGÔN CHỨA HÀNH ĐỘNG HỎI KHI GIAO TIẾP MUA BÁN

3.2.1. Khái quát ý nghĩa hàm ẩn

Việc nghiên cứu YNHÃ liên quan đến việc ý nghĩa với tư cách là *cái được thông báo* của người nói/ viết; và là *cái được hiểu* do người nghe/ đọc/ nghiên cứu tiếp nhận. YNHÃ chủ yếu liên quan nhiều đến sự phân tích cái mà người ta muốn nói qua các PN hơn là với cái mà bản thân các từ, cụm từ trong các PN đó thể hiện. Nghiên cứu YNHÃ là nghiên cứu phân ý nghĩa thuộc về *cái được thông báo* của người nói và *cái được hiểu* bởi người nghe.

Việc nghiên cứu YNHÃ theo hướng trên đây buộc ta phải giải thích về **cái được thông báo** và **cái được hiểu** trong một ngữ cảnh cụ thể. Chính **ngữ cảnh** sẽ có tác dụng ngược trở lại với vai trò cao trong việc giúp người nói **lựa chọn cái gì được nói ra** và **cái gì không nên nói ra**. **Ngữ cảnh** yêu cầu người nói phải **xem xét, lựa chọn, tổ chức** như thế nào **điều định nói** cho **phù hợp** với các yếu tố **nói với, ở nơi, vào lúc**. **Ngữ cảnh** giúp người nghe phải **xem xét, lựa chọn cách hiểu, cách giải thích ý nghĩa** nào cho **phù hợp** với **cái được thông báo**, với điều mà người nói muốn thông báo. Như vậy, *nghiên cứu YNHÃ là nghiên cứu phần ý nghĩa thuộc về cái được thông báo của người nói và cái được hiểu bởi người nghe gắn chặt với một ngữ cảnh cụ thể.*

Việc nghiên cứu YNHÃ theo cách tiếp cận trên đây cũng sẽ mở cho ta một hướng đi là **khám phá** xem **bằng cách nào** người nói có thể **tạo lập được, tổ chức được cái được thông báo**, và **bằng cách nào** người nghe có thể **lí giải được cái được hiểu, cái ý nghĩa** mà người nói **chủ định truyền đạt**. Vậy, *nghiên cứu YNHÃ là khám phá bằng cách nào mà người nói có thể đưa ra một lượng lớn những điều không cần nói ra, hay không được nói ra, và một lượng lớn những điều không được nói ra ấy lại được người nghe nhận biết như là một phần của cái được thông báo; đó là sự nghiên cứu cách thức, quy luật, cơ chế phục vụ cho cái được thông báo và cái được hiểu nhiều hơn những gì được nói ra bằng lời.*

Việc nghiên cứu YNHÃ theo cách tiếp cận trên đây lại cũng sẽ mở cho ta hướng đi là **gắn chặt** mối liên hệ bình diện ngữ nghĩa, ngữ dụng. Không những **gắn kết** mối liên hệ giữa **hình thái NN** với **các thực thể** trong thế giới, bằng cách nào mà **các từ gắn kết đúng được** với **các sự vật** (có thực hay không có thực), mà còn **gắn kết** liên hệ giữa **hình thái NN** với **người sử dụng**.

Bên cạnh đó, ta rút nguyên tắc là : *hai người nói càng có nhiều cái chung thì càng ít ngôn từ họ cần dùng để nhận diện những điều quen thuộc*. Việc nghiên cứu YNHÂ cũng còn gợi vấn đề liên quan đến CTLC là **sự lựa chọn hình thái NN, chắc chắn có liên quan đến việc thông báo một điều gì khác và cũng nói lên cách nhìn về quan hệ của người nói với người nghe**.

Vậy, nghiên cứu YNHÂ là tìm hiểu ý nghĩa và cơ chế nghĩa thuộc về cái thông báo của người nói và cái được hiểu bởi người nghe gắn với CTLC, với ngữ cảnh cụ thể, trong sự lựa chọn giữa cái được nói ra- cái không được nói ra của người nói, giữa cái được hiểu này - cái được hiểu khác của người nghe.

3.2.2. Điều kiện để thực hiện cơ chế hàm ngôn dụng học

Muốn xác định được cơ chế hàm ngôn dụng học tất nhiên là phải dựa vào cả hai phần nghĩa khác rất quan trọng và luôn có mối liên quan và gắn bó chặt chẽ với YNHÂ, đó chính là **nghĩa hiển ngôn** và **nghĩa TGD**. Khi xét YNHÂ, chúng ta phải đặt chúng trong mối quan hệ biện chứng vừa đối lập, vừa thống nhất giữa nghĩa hiển ngôn và YNHÂ; giữa nghĩa TGD và YNHÂ.

Đồng thời, ta còn chú ý điều kiện: *tất cả các YNHÂ đều tồn tại và phát triển trên cơ sở của ý nghĩa hiển ngôn và nghĩa TGD*.

Ta cần xét YNHÂ trong ngữ cảnh hẹp và ngữ cảnh rộng như: *hoàn cảnh GT rộng* (chính trị, địa lí, kinh tế, văn hóa, lịch sử, dân tộc...); *hoàn cảnh GT hẹp* (không gian, thời gian) và *yếu tố phi NN* như: ngữ cảnh, thái độ, cử chỉ, điệu bộ, ... Tuy các hợp phần của hiện thực ngoài diễn ngôn ở ngoài phạm vi nghiên cứu của chúng tôi, nhưng ta cũng cần phải hiểu rằng trong quá trình suy ý, chúng lại có một vai trò rất quan trọng. Khi nghiên cứu YNHÂ dụng học ở trong PN đang sử dụng thì buộc phải mặc nhiên thừa nhận hàm ngôn nghĩa học đã ở ngay trong bản thân từ, câu. Nói cách khác, *bên trong PN đã chứa sẵn TGD và hàm ngôn nghĩa học*. Thực ra, tất cả mọi người sử dụng NN đều đã và đang thực hiện cơ chế này giống như

phản xạ có điều kiện, nhưng có điều họ không biết rằng mình đang thực hiện cơ chế đó. Khi thực hiện cơ chế tạo YNHÂ dụng học, chúng ta cần kết hợp thêm với sự nhạy cảm của người bản ngữ; thói quen, phong cách, văn hoá, phạm vi sử dụng riêng biệt của từng dân tộc; ý đồ và mục đích GT ...

3.2.3. Mối liên hệ giữa cách thức tạo nghĩa hàm ngôn với CTLC

YNHÂ không phải là một hệ thống cấu trúc ý nghĩa ổn định, bất biến, ở trạng thái tĩnh mà là hệ thống biến thiên và luôn luôn ở dạng động. YNHÂ được tạo nên ở trong chiến lược lập luận GT nói chung và GTMB nói riêng của người Việt. Muốn tạo được chiến lược lập luận tốt, người tạo lập mã và cả người giải mã lệ thuộc rất nhiều vào việc lựa chọn các yếu tố NN và phi NN. Vậy, **YNHÂ là kết quả, là sản phẩm của CTLC chứ không phải là nhân tố của CTLC**. Chẳng hạn như TXH, LĐVH...là nhân tố thuộc các cấp độ khác nhau NN cùng với CTLC góp phần tạo nên YNHÂ.

Thông qua việc nghiên cứu YNHÂ và cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn của HDH trong GTMB, ta nhận thấy, **người GT sử dụng CTLC thuộc bình diện dụng học để tạo nên YNHÂ. Ngược lại, chính YNHÂ cũng giúp cho người nói quyết định lựa chọn cái gì cho phù hợp với cái thông báo và giúp cho người nghe, người nghiên cứu quyết định lựa chọn cách hiểu nào cho phù hợp với cái được hiểu**. CTLC ở bình diện dụng học nhưng nó chi phối ở tất cả các cấp độ NN, ở các phương thức trong điều hành NN, ở các bình diện NN. Trong GTMB, việc lựa chọn các yếu tố NN và phi NN sao cho phù hợp với chiến lược lập luận là một nhân tố có tầm quan trọng vô cùng để tạo ra YNHÂ. Chẳng hạn (63):

B: Ôi trời, lâu quá mới gặp chị, Chị có khỏe không?

M: Bụng dạ dạo này chột lắm, chắc em không ăn được đồ chua!

B: Chị cứ xem đi, có thứ ngọt nè, không bắt chị mua đâu mà sợ!

Ở (63), người bán đã sử dụng PN chứa HĐHGT nhằm mục đích thiết lập quan hệ liên nhân thân thiết (có thể là mối quan hệ tạm thời, không bền vững) và đồng thời không phải chỉ có nghĩa tường minh là hỏi thăm sức khỏe và tỏ thái độ mừng rỡ vì lâu ngày mới gặp nhau, **đằng sau các ý nghĩa tường minh đó là YNHÃ. Đó mới chính là trung tâm thông báo gửi đến người mua: thái độ ngậm trách móc “sao lâu quá mà chị không mua hàng của tôi” và hề đã lâu không mua hàng thì “phải mua giùm tôi đó nhé”.** Đồng thời, người bán ngậm kêu gọi “hãy mua hàng đi”. Còn người mua ở (63) lại không đồng ý mua hàng, nhưng không tường minh trả lời thẳng vì phép lịch sự trong GT. Người mua muốn giữ thể diện, không muốn trực tiếp làm mất thể diện người bán, cho nên, **đã lựa chọn PN đáp lời với YNHÃ, bằng cách lựa chọn các yếu tố NN đi chệch điểm hỏi, sử dụng một HĐH thừa” Bung da dao này chột lăm, chắc em không ăn được đồ chua!”, cố ý vi phạm cả phương châm về lượng lẫn phương châm về chất** (theo lí thuyết nguyên tắc cộng tác (cooperative principle) của H.P.Grice) làm cho người bán không thể chỉ hiểu ý tường minh, mà buộc phải lí giải theo một hướng khác là YNHÃ; đằng sau HĐ tường thuật, miêu tả, người mua đã thực hiện HĐ từ chối không mua hàng. Một cách tương tự, người bán cũng trả lời bằng cách thức như trên để thể hiện hàm ý rằng mình thực sự hiểu ý người mua; đồng thời tiếp tục thực hiện thêm HĐ thuyết phục, vẫn cố nài người mua “hãy chọn hàng khác đi” (Đương nhiên đây là cách lí giải dưới góc độ người nghiên cứu NN, chứ người bán biết sử dụng nó như một thói quen mà không hề biết rằng họ đang sử dụng CTLC...).

Vậy, YNHÃ là kết quả, là sản phẩm của CTLC, vì lựa chọn các yếu tố NN và phi NN sao cho phù hợp với chiến lược lập luận, là để tạo ra YNHÃ.

Nói năng là để tác động lên người khác, người nói bao giờ cũng có ý thức làm sao cho người nghe phải hiểu và tiếp nhận tốt nhất, tâm đắc nhất lời của mình. Lời nói tuy là sản phẩm của cá nhân nhưng không bao giờ được phép tùy tiện mà luôn

luôn chịu sự kiểm soát nghiêm ngặt của các quy tắc ứng xử... Điều đó khiến cho cá nhân khi nói năng buộc phải tính toán đầy đủ mọi khía cạnh làm sao cho lời nói đạt được chuẩn mực ứng xử và đạt hiệu quả cao nhất; nhất là để cho lời nói ý nhị, lịch sự..., người GT buộc phải thể hiện bằng lối nói hàm ngôn thì lúc ấy lời nói càng chịu sự kiểm soát chặt chẽ hơn các quy tắc NN. *Trong hoạt động GT, NN không tồn tại các HDNN tự do, không tuân theo qui luật. Quá trình lập mã luôn luôn diễn ra theo CTLC, có ý thức, dưới sự chi phối, câu thúc của các quy tắc NN, quy tắc ngữ dụng, các nguyên tắc văn hóa- XH - tâm lí...* Chúng ta biết rằng PN là kết quả của việc sử dụng câu của một cá nhân cụ thể, trong một tình huống nói năng cụ thể. Còn diễn ngôn là một tập hợp có tổ chức bên trong của các PN, không phải là văn bản gồm các câu đúng ngữ pháp của NN, mà là sản phẩm tâm lí XH, là hoạt động nói năng của những cá nhân cụ thể, trong những tình huống cụ thể, theo thao tác lập ý, lập ngôn liên tục đáp đối lẫn nhau, tùy thuộc vào nhân tố, nguyên tắc khác nhau, mà người nói luôn sử dụng các thao tác lựa chọn thích hợp.

3.2.4. Cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn thuộc cấp độ từ vựng ngữ nghĩa

3.2.4.1. Cách thức 1: sử dụng linh hoạt các thành phần ý nghĩa cơ bản của thực từ tiếng Việt cho việc lựa chọn đề tài thể hiện nghĩa hàm ngôn

Người nói/ viết khi trình bày một ND miêu tả nào đó bao giờ cũng có dụng ý của mình. Tự bản thân chúng luôn chứa sẵn các thành phần ý nghĩa cơ bản ổn định trong hệ thống NN. Chúng được người nói lựa chọn và sử dụng sẽ có một hiệu lực lập luận nhất định, nhằm định hướng người nghe đến một kết luận nào đó. Cái điều kết luận đó được rút ra sau khi người nghe nhận PN từ phía người nói, chính là cái được thông báo của người nói và cái được hiểu của người nghe. Việc lựa chọn từ ngữ và đề tài, nhằm phục vụ cho một đề tài diễn ngôn nào đó để hướng người nói hay người nghe đi đến một kết luận tích cực, là rất quan trọng. Ví dụ (64), B: Ủa, sao đá mắt em dạo này xam quá vậy?

(Người bán trong (64) làm ra vẻ vô tình nhận xét một đề tài diễn ngôn là vấn đề da mặt khách hàng, nhưng thực ra người bán đã mượn HĐHGT để gia nhập đề tài diễn ngôn nhằm mục đích khơi gợi nhu cầu cần có nơi khách hàng. Khi đã đạt được mục đích khơi gợi nhu cầu như vậy thì có thể sẽ bán được hàng...); M: Em trị đủ thứ rồi mà có bột đâu! (người mua đã có ý định từ chối khéo và ngầm bảo với người bán là không có nhu cầu); B: Trời ơi, sao hồng nói? Chị mới về loại mỹ phẩm trị nám mới tốt nhất! Hiệu quả lắm nha! (người bán cho rằng mỹ phẩm của người khác thì trị không hết xạm da, nhưng nếu khách hàng sử dụng hàng của mình thì hết xạm da...); M: Bác sĩ còn chưa ăn thua, nữa là! ... (Người mua đã không còn từ chối khéo nữa mà đã từ chối thẳng hơn bởi một kết luận ngầm ẩn khác gần hơn kết luận từ chối ở PN bên trên. Để thực hiện được điều đó, người mua đã sử dụng cách thức lựa chọn một đề tài diễn ngôn khác để đưa ra kết luận mới, dĩ nhiên đề tài diễn ngôn ở đây cụ thể thể hiện bằng thực từ “bác sĩ” có nghĩa cơ bản là: “người thầy thuốc đã trải qua quá trình đào tạo, ít nhất cũng đã tốt nghiệp đại học y chuyên khoa và chức năng chính là chữa bệnh”. Kèm theo cách lựa chọn đề tài diễn ngôn bằng thực từ “bác sĩ” kết hợp với cách nói lửng (...), người mua đã tiến hành lập luận: bác sĩ mà còn không trị được thì không ai có thể trị được ...); B: Bảo đảm em không bột không lấy tiền! (Người bán hiểu rằng người mua đã từ chối, nhưng vẫn đưa ra một đề tài diễn ngôn khác bằng thực từ “bảo đảm” và hứa hẹn “không lấy tiền” để làm cho người mua tiến hành một lập luận khác: người bán chắc không gạt, vì người bán phải dựa vào một cơ sở nào đó mới dám nói “bán mà không lấy tiền” ...

Các mảng đề tài rất đa dạng và phong phú. Trong MB, khi diễn đạt đề tài cần chú ý quan hệ liên cá nhân với các yếu tố như: gia đình, dân tộc, giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, giáo dục, trạng thái thể chất, ... Ví dụ (65),

B: Ủa, lâu quá sao hồng thấy chị đi chợ vậy? ... Chắc độ rày bươn bả với sắp nhỏ nhiều chứ gì? Lâu không gặp thấy trẻ ra đó nghen!

M:Thiệt không đó bồ?Bán cho mình mấy cân gạo...

(Người bán đã lựa chọn đề tài với các từ:”bươn bả””sấp nhỏ”để tỏ ý thông cảm, quan tâm đến các yếu tố như gia đình của người mua;”thấy trẻ ra” để tỏ ý khen, quan tâm đến yếu tố bản thân của người mua. Những điều đó đã tạo nên phản ứng tích cực nơi người mua. Kết quả người mua đã đi thẳng vào tham thoại diễn ngôn đề tài mua hàng ngay). Ví dụ (66):

B:Hàng chính hãng dạo này khan lắm

M:Em mua hàng của chị hình như lâu lắm rồi thì phải?

B:Bởi! Mấy bữa lên in ít thì chị không nói nhưng ...

(Người bán ở (66) đã chọn đề tài với từ “khan” để diễn đạt ý hàm ngôn: hàng đang khan hiếm, dẫn đến kết luận (khó tìm, cần phải tăng giá). Còn người mua đã chọn đề tài về thời gian làm bạn hàng kéo dài đã lâu, với lập luận và lẽ thường của người Việt là: hễ ai là bạn hàng MB với thời gian đã lâu thì tình nghĩa được đặt lên hàng đầu, và khi hàng hóa lên xuống thất thường thì người bán phải chịu thiệt thòi một chút vì đã được hưởng lãi do chính người mua mang lại trước đó được xem là nhiều rồi...)

3.2.4.2. Cách thức 2: sử dụng linh hoạt ý nghĩa biểu thái của thực từ tiếng Việt cho việc lựa chọn đề tài thể hiện nghĩa hàm ngôn

Người nói có thể xây dựng ý YNHÃ và người nghe có thể giải YNHÃ theo phương pháp lựa chọn đề tài diễn ngôn bằng hệ thống thực từ. Trong thực tế, người GT không những sử dụng linh hoạt ý nghĩa cơ bản của thực từ mà còn sử dụng linh hoạt ý nghĩa biểu thái của thực từ để tạo ý YNHÃ. Ý nghĩa biểu thái là một trong những thành phần ý nghĩa của từ phản ánh quan hệ tình cảm, xúc cảm, thái độ của người sử dụng với từ được sử dụng. Ý nghĩa này tiềm ẩn trong cấu trúc ngữ nghĩa của từ. Nó chỉ bộc lộ thành nghĩa thực, nhờ vào “lựa chọn”, vào nghệ thuật dùng từ của người sử dụng vào ngữ cảnh thích hợp. Chúng tôi gọi đó là cách thức xây dựng

luận cứ lập luận bằng cách khai thác thành phần nghĩa sắc thái, biểu cảm của từ tiếng Việt, tức khai thác thành phần nghĩa sắc thái, biểu cảm của từ có tính chất ổn định, vốn có trong hệ thống vốn từ vựng tiếng Việt. *Từ trong một câu, một PN chịu ảnh hưởng ngữ cảnh chung quanh nó, ngược lại, nó cũng qui định lại nghĩa trong ngữ cảnh.* Cho nên cùng một từ được dùng vào câu này, chỗ này thì chính xác, nhưng dùng vào câu kia, chỗ kia thì không chính xác. Bởi vì, nghĩa cơ bản và nghĩa biểu thái, nghĩa sử dụng của hệ thống các từ rất phong phú và đa dạng, cụ thể.

Hệ thống thực từ tiếng Việt phân loại khác nhau, dựa theo tiêu chí khác nhau: (1) Dựa vào *hai loại quan hệ cơ bản trong NN*, ta có: thực từ thuộc trường nghĩa kết hợp ngang (tuyến tính), thực từ thuộc trường nghĩa liên trường dọc (liên tưởng): từ phản ứng, ..., thực từ thuộc cả trường nghĩa ngang kết hợp trường nghĩa dọc: từ đồng nghĩa, từ trái nghĩa, từ đồng âm; (2) Dựa vào *điểm tương đồng âm thanh*: từ đồng âm, từ khác âm; (3) Dựa vào *điểm tương đồng về nghĩa*: từ đồng nghĩa, từ khác nghĩa; (4) Dựa vào *điểm tương đồng về đặc điểm ngữ pháp*: danh từ, ... (5) Dựa vào *điểm tương đồng về kiểu cấu tạo*: từ láy, ... (6) Dựa vào *nguồn gốc*: từ thuần Việt, từ vay mượn; (7) Dựa vào *phạm vi sử dụng*: từ toàn dân, từ địa phương, thuật ngữ, từ nghề nghiệp; (8) Dựa vào *thời gian sử dụng*: từ cổ, từ mới; (9) Dựa vào *tính chất đơn vị sử dụng tương đương như từ*: từ, ngữ cố định (quán ngữ, thành ngữ); (10) Dựa vào *tính tượng hình, tính tượng thanh*...

Ở đây, chúng tôi xin nhắc lại một số tiêu chí phân loại để ta có cách nhìn tổng quan về chúng. Sau đó, chúng tôi chỉ chọn một số loại thực từ tiêu biểu phục vụ cho luận điểm của đề tài luận án.

a/ Từ đồng nghĩa: Trong tiếng Việt có rất nhiều nhóm từ đồng nghĩa nhưng khác nhau về sắc thái biểu cảm. Các từ trong nhóm từ đồng nghĩa có mức độ đồng nghĩa cao thấp khác nhau tùy thuộc vào số lượng nét nghĩa đồng nhất và tùy thuộc vào sự khác nhau của thành phần nghĩa biểu thái với phạm vi sử dụng. Khi biết cách

sử dụng tốt thành phần nghĩa trên, người nói sẽ thiết lập tốt các luận cứ, biểu thị một cách chính xác nhất, tinh tế nhất các khía cạnh khuất chiết nhất của thực tế khách quan phong phú, sinh động. So sánh ví dụ (67), B: "Cô ơi, **đừng** trả rẻ quá!"; và (66), B: "Cô ơi, **chớ** trả rẻ quá!"

Từ "đừng" và "chớ" đều mang ý nghĩa cơ bản giống nhau: ý phủ định, ngăn cấm, khuyên không nên làm một việc gì đó. Nhưng "chớ" mang ý phủ định lâu dài, cả hiện tại và tương lai, có ý ngăn cấm hẳn; còn "đừng" chỉ mang ý phủ định hiện tại, không làm điều gì đó chỉ ở lúc nói, còn về sau thì có thể.

b/ Từ trái nghĩa: Quan hệ trái nghĩa giúp ta hiểu sâu hơn, rõ nét hơn ý nghĩa của từ trong sự so sánh. Nói cách khác, các định hướng của kết luận được định vị rõ nét hơn, nghĩa của từ được biểu thị tinh tế hơn, hiện thực hóa hơn trong sự so sánh nghĩa biểu thái trong các quan hệ trái nghĩa. Ví dụ (68):

M: Sao đi **cân** hàng **non** quá vậy?

B: Thôi đi con, chỉ có **con non** còn **cân** của đi thì chỉ có **già!**

(Người bán trong (68) đã khai thác thành phần nghĩa cơ bản và có sự so sánh nghĩa biểu thái hai cặp kết hợp từ trái nghĩa : người non – người già; cân non – cân già, để từ đó tạo ra các cấu trúc nghĩa hàm ngôn trong PN.)

c/ Từ đồng âm: Khi xây dựng luận cứ lập luận, nếu người nói sử dụng tốt nghĩa biểu thái của từ đồng âm thì cũng có tác dụng tích cực cho hiệu lực lập luận. Ví dụ (69) sau đây: "Thịt (1) này đâu có ngon đâu mà sao đi thịt (2) ngọt dữ vậy?" (người mua đã chọn nghĩa biểu thái của cặp từ đồng âm: "thịt" (1) là danh từ có nghĩa là miếng thịt; thịt (2) là động từ được chuyển loại từ danh từ "thịt" và đồng nghĩa với từ "giết", "mổ", ví dụ: Thịt con gà này để đãi khách. Song ở đây, từ "thịt" (2) lại bị chuyển nghĩa một lần nữa. Trong ngữ cảnh này nó có nghĩa là (người bán) đưa ra giá quá cao (làm hại, gây bất lợi cho người mua). Đồng thời, từ "thịt" (2) lại kết hợp với từ "ngọt" cũng được dùng theo nghĩa chuyển, đồng nghĩa với sắc, bén- và

*kết hợp với cụm từ tình thái” dữ vậy”. Cả ngữ vị từ trên đã bày tỏ được thái độ nói mát, thái độ không đồng tình của người bán. **Tất cả sự lựa chọn từ ngữ nêu trên đã tạo ra được hệ thống ý nghĩa hàm ngôn trong PN (69).***

d/ Từ phản ứng thường gợi cho ta hàng loạt từ khác, hàng loạt YNHÃ cần hướng cho người nghe theo qui luật liên tưởng. Qui luật liên tưởng này dựa trên cơ sở về điều kiện lịch sử XH, thói quen, tập quán, nếp nghĩ, ngữ cảnh hẹp... và còn phụ thuộc vào cá nhân, trình độ, kinh nghiệm, ..., ví dụ (70):

M: Cá sao mềm sùu vậy?

B: Trời, cá tươi vậy, buồn nói sao đó chớ? Cá ươn mai lên lấy lại tiền!

(Người mua trong (70) đã lựa chọn và sử dụng rất đắt kết hợp từ phản ứng “mềm” và “sùu” có tác dụng kích thích, tạo sự liên tưởng theo hướng tiêu cực, gợi ý đi đến kết luận hàm ngôn là: chê cá xấu, kém chất lượng, nhằm mục đích mua giá rẻ. Tiếp theo đó, người bán cũng tỏ ra không thua kém, lập tức sử dụng cơ chế giải mã và lựa chọn ngay cách hiểu hàm ẩn đúng với ý đồ của người mua, như ta đã phân tích ở trên. Dĩ nhiên là muốn giải mã chính xác, người bán đã dựa vào các thành phần ý nghĩa của kết hợp từ phản ứng “mềm” “sùu” đem lại. Sau khi lựa chọn được cách hiểu cho là chính xác nhất, người bán đã tiếp tục lựa chọn HT PN khác để hồi đáp sao cho phù hợp nhất. Tiếp theo, người bán chỉ phản bác lại ý YNHÃ mà không phản bác ý nghĩa tường minh trong PN của người mua ở trên .)

e/ Nhóm vị từ sắc thái biểu cảm tuyệt đối và biểu thị mức độ cực cấp: Nghĩa của vị từ được tạo từ phương thức láy và phương thức ghép thường nhấn mạnh thành phần nghĩa biểu cảm bởi vì nó là sự sắc thái hóa và cụ thể hóa nghĩa của hình vị gốc theo hướng mở rộng, thu hẹp, tăng cường, giảm nhẹ. Trong đó, nghĩa được thu hẹp, cụ thể, rõ nét, có tính chất xác định hơn, gợi tả hơn, giá trị biểu cảm cao hơn, biểu thị được sự đa dạng, nhiều màu vẻ của cuộc sống là dạng phổ biến nhất. Phần này được nghiên cứu kĩ ở [mục 3.2.6.8, tr.145] của luận án.

g/ Thành ngữ cũng được xem là một đơn vị từ vựng được sử dụng tương đương như một từ trong quá trình tạo lập PN. Vì vậy, ta có thể sử dụng các thành phần ý nghĩa của thành ngữ để tạo ra ý YNHÃ trong PN. Nói đến thành ngữ là ta nhắc đến giá trị biểu thị thực tế khách quan, lí do là thành ngữ biểu thị các dạng thức, trạng thái khía cạnh khác nhau hơn, tinh tế hơn, sinh động hơn của cùng một sự vật. Chúng là những bức tranh phong phú, sinh động của phương thức chuyển nghĩa ẩn dụ, hoán dụ mang tính cô đọng, xúc cảm, hình tượng, là cơ sở tốt cho việc tạo nên YNHÃ. Ví dụ (71)

M: Cái áo này giá bao nhiêu đây chị?

B: Trời, của khéo tìm người ghê! Có 120 hà! (*khen bằng thành ngữ*)

M: Đâu có đẹp đâu mà đắt quá vậy? 50 được không?

B: Thôi em, hát dở mà còn chê rap chât, ...! (*Chê bằng thành ngữ*)

3.2.4.3. Sử dụng hư từ tạo nghĩa hàm ngôn

Hư từ có một vai trò rất quan trọng trong việc tạo YNHÃ vì nó có khả năng biến hóa linh hoạt và sẽ có một nghĩa vị được “hiện thực hóa”, biểu hiện phù hợp tùy theo sự kết hợp với các từ trong PN cụ thể, trong ngữ cảnh cụ thể. Hư từ tiếng Việt có chức năng rất chuyên biệt là *chuyên làm dấu hiệu cho một loại ý nghĩa và định hướng cho một kết luận hiển ngôn hay YNHÃ* nào đó. Theo sự thống kê không đầy đủ của chúng tôi, hư từ tiếng Việt có số lượng như sau: *Phụ từ và tổ hợp phụ từ* (373); *Trợ từ nhấn mạnh và tổ hợp trợ từ nhấn mạnh* (337); *Tiểu từ tình thái và tổ hợp tiểu từ tình thái* (333) *Cảm từ và tổ hợp cảm từ* (111); *Quan hệ từ và tổ hợp quan hệ từ* (174). Do đặc điểm đơn lập, phân tiết tính, tiếng Việt đã biểu thị ý nghĩa ngữ pháp, sắc thái biểu cảm... bằng con đường hư từ. Muốn tạo cơ chế YNHÃ chắc chắn cũng không ở ngoài quy luật đó. Những con số trên chỉ là những con số hữu hạn đếm được, trong thực tế thì nghĩa của chúng biến thiên muôn hình vạn trạng với

nhiều chức năng, cách sử dụng, và nhiều ý nghĩa vô cùng đa dạng, phong phú, tùy theo ngữ cảnh, cách kết hợp...khác nhau, ví dụ (72):

M:Cái mũ này giá bao nhiêu?

B:Có 10. 000 thôi! (*Trợ từ nhấn mạnh "thôi" = rẻ = nên mua*)

M: Đẹp đâu mà ! 10.000 lần hả? (*Tiểu từ tình thái cuối câu "mà" nhấn mạnh nghĩa vị "không đẹp" và "lần" = đắt= không mua*)

3.2.5. Cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn thuộc bình diện ngữ dụng

Nghiên cứu YNHÂ là nghiên cứu phần ý nghĩa thuộc về người nói và là phần ý nghĩa phụ thuộc vào nhân tố ngữ cảnh. Cũng chính là cùng một PN, nhưng khi nó xuất hiện trong ngữ cảnh này thì mang YNHÂ này nhưng nói trong ngữ cảnh khác thì mang YNHÂ khác. Đó là sự giải thích điều mà người ta muốn nói trong một ngữ cảnh cụ thể và ngữ cảnh ảnh hưởng trực tiếp đến điều được nói ra, thậm chí ý nghĩa trái ngược hoàn toàn với những điều thể hiện trên bề mặt PN. *Phân tích YNHÂ còn là vấn đề chúng ta phân tích cái mà người ta muốn nói qua các PN hơn là cái mà bản thân các từ trong các PN đó có thể nói lên.* Như vậy, điều đó yêu cầu người nói phải tổ chức NN như thế nào cho tốt. Ta biết rằng, chỉ có những YNHÂ nào ở trong ý định truyền báo của nhân vật GT, tức là loại YNHÂ không tự nhiên, thì người nói một mặt phải biết tôn trọng các quy tắc dụng học và cho rằng người nghe cũng biết, mặt khác lại cố ý vi phạm các nguyên tắc dụng học và giả định rằng người nghe lí giải được chỗ vi phạm đó của mình.

Cơ chế hàm ngôn ở bình diện ngữ dụng chính là các cách thức của sự vi phạm các nguyên tắc dụng học sau đây:

3.2.5.1. Cách thức 1: sự vi phạm nguyên tắc dụng học về phương thức chiếu vật

Sự mơ hồ về chiếu vật, có nghĩa là, ở nhiều trường hợp, nghĩa chiếu vật trong PN không được xác định ngay mà phải sử dụng thao tác loại suy, giải mã hàm

ẩn. Chúng ta biết rằng tự thân các từ không quy chiếu đến một cái gì cả, chỉ có yếu tố con người mới làm cái việc quy chiếu đó (mối quan hệ giữa yếu tố con người và NN). Vậy có thể xem quy chiếu (reference) như một HĐ trong đó người nói hay người viết sử dụng các *hình thái NN* làm cho một người nghe hay người đọc có thể *nhận diện cái gì đó*. Những *hình thái NN* như thế gọi là *biểu thức quy chiếu* (referring expressions). Có ba biểu thức quy chiếu chính: *Tên gọi và vật chiếu; biểu thức miêu tả; biểu thức chỉ xuất*. Trong cơ chế tạo YNHÂ, chúng tôi nghiên cứu các dạng *biểu thức* dùng để ***nhận diện cái gì đó***. Thường xảy ra hai trường hợp để *nhận diện cái gì đó*: thứ nhất, *nhận diện cái gì đó* được ***một cách tường minh, xác định, rõ ràng***, không có gì phải bàn cãi, ví dụ như các danh từ riêng (trừ trường hợp trùng tên riêng), danh từ xác định, đại từ xác định; thứ hai, *nhận diện cái gì đó* ***không rõ, không tường minh, không được xác định một cách rõ ràng, yếu tố nghĩa bị nhòe đi, bị mờ đi do sử dụng sự mơ hồ về chiếu vật***. Đây cũng là một cách tạo nên YNHÂ. Để làm được điều này, chúng ta buộc phải thừa nhận vai trò của ***suy luận*** (inference), bởi lẽ thực ra chẳng có một mối liên hệ trực tiếp nào giữa *thực thể sự vật, hiện tượng khách quan* với *từ gọi tên*, với *NN*; người nghe có nhiệm vụ là làm sao suy ra cho đúng được ***cái gì đó*** mà người nói *chủ định nhận diện*. Ví dụ (73), B: Cái áo này tốt mà chị, trả thêm được không?

M: Không, cao cấp quá tôi không đủ tiền, chị đưa ra cái khác đi!...

(Biểu thức *cao cấp* ở (73) có thể hiểu theo các lớp ý YNHÂ sau đây: thứ nhất, *đắt về giá cả*; thứ hai, *có thể là đắt vì chất lượng hàng cao cấp*; thứ ba, *có thể HÀM ẨN rằng người mua không thuộc dạng người ở đẳng cấp có nhiều tiền, giàu có để có thể mua nổi hàng cao cấp kia; ...)*

Chúng tôi tạm đưa ra ***một số quy tắc liên quan đến chiếu vật*** như sau:

a. Sự vi phạm nguyên tắc dụng học về biểu thức miêu tả chiếu vật

Người nói /viết trình bày một một ND miêu tả nào đó bao giờ cũng có

dụng ý của mình. Tự bản thân chúng luôn luôn có một hiệu lực lập luận nhất định và nhằm định hướng người nghe đến một kết luận nào đó. Trong thực tế GTMB, người ta không chỉ bó hẹp việc thương lượng một vấn đề mà còn mở rộng vấn đề bằng cách chọn đề tài. Chẳng hạn như trong một cuộc MB không nên chỉ trao đổi về giá mà nên mở rộng việc xây dựng các suy luận với các vấn đề khác nhằm tăng sức thuyết phục như: bảo hành không mất tiền, thời gian, chất lượng, cước vận chuyển... Trong thương lượng, hễ ai nắm nhiều thông tin của phía đối tác hơn thì chắc chắn người đó thu được kết quả tốt hơn. Đối tác thường giấu các ý đồ, mối quan tâm, nhu cầu, động cơ thật sự của họ. Vì vậy, khi xây dựng các luận cứ lập luận cần lựa chọn đến các mảng đề tài, ND về :*mục tiêu, dữ liệu, số liệu, giá cả, chất lượng, ưu thế, nhược điểm chính của đối tác...* và các quan hệ liên cá nhân: *gia đình, tính tình, sở thích...* nhằm xây dựng kế hoạch cho phù hợp. Điều này thể hiện rõ nhất ở các cặp chêm xen trong cuộc thoại MB, ví dụ (74),

B: Ủa, chị Hai đi chợ hả? Chu cha lâu quá à nghen!

M: Ờ, Đắt không? Có bán kem E xịn không?

B: Có chứ chị! Đạo này ảnh còn làm ủy ban không? Cháu Hùng chắc là đầu đai học rồi phải không? Hôm no nó chào em thiệt dễ thương ghê vậy đó!

M: Sao em biết? Đậu sư phạm đó nha! Vậy loại này bao nhiêu?...

Ta nhận thấy các *PNH mở rộng* dễ dàng thu được nhiều thông tin, ý đồ, mục đích, nhu cầu, thái độ cư xử, thăm dò sự ứng thuận, giảm bớt sự căng thẳng... của đối tác hơn là dạng *PNH thu hẹp, cụ thể*. Các *biểu thức miêu tả chiếu vật* được đưa ra cân nhắc, có tính toán, phục vụ mục tiêu, tạo thành chuỗi lí lẽ theo trật tự tuyến tính hợp lí, nhằm dẫn dắt người nghe đến một suy luận đúng với dụng ý của mình, giúp người GT suy ra được YNHÂ một cách dễ dàng nhất. Ví dụ (75):

B: Chú biết không, cái máy này cách đây chừng vài tháng tới 6 cây lặn, còn bây giờ tuy nó bị xì qua một chút nhưng chỉ có 3 cây hà? (*mới thì đắt, cũ thì rẻ,*

hướng chi theo lí lẽ của người bán thì hàng vẫn còn mới nhưng rẻ->nên mua) (Giả sử như người bán sắp xếp luận cứ ngược lại thì ta có suy luận khác: B:Cái máy này chỉ có 3 cây hà vì nó hơi cũ một chút, tiền nào của nấy mà chú! (*re nhưng cũ, nếu đã mua thì đừng trách sao không nói trước*); M:Sao đi không nói là nó đã quá “đắt” rồi? (*lí lẽ người mua:chê cũ*); B:Trời ơi, chỉ có đi “hết đất” thôi con, cái máy này người ta mới mua xài có mấy tháng hà, vì họ muốn đổi đời mới nên họ mới bán lỗ đó con! (*hàng còn mới, đưa ra lí lẽ vì sao hàng còn mới*) (Giả sử như người bán sắp xếp khác: vì người ta muốn đổi đời mới chờ họ mới xài mấy tháng thôi! (*người mua sẽ dễ dàng kết luận rằng máy cũ-không mua*))

M: Dì làm như con ở tỉnh mới lên vậy?Nhìn máy móc con biết mà, bộ đi không bớt cho con tiền “tuốt” lại hay sao? (*Đưa lí lẽ bớt giá*)...

Kiểu nói lửng, để lại” một khoảng trống” cũng có vấn đề về mặt dụng học. Nó được thể hiện về mặt HT âm thanh là một chỗ ngắt ngập ngừng, bỏ lửng; thể hiện về mặt HT chữ viết là dấu ba chấm (...). Chúng tôi xếp các dấu hiệu này vào biểu thức miêu tả chiếu vật. Đây là cách nói vi phạm biểu thức miêu tả chiếu vật kiểu mơ hồ, lấp lửng, để người nghe tự suy luận. Kiểu nói này cũng tạo ra YNHÃ tương đối phổ biến và có một hiệu quả khá tốt.

b. Sự vi phạm các nguyên tắc dụng học về chỉ xuất

Chỉ xuất (dexis) là cái mà ta làm khi tạo ra các PN, để “*chỉ ra*” sự vật hiện tượng tương quan với NN, của”*cái gì*”. Hình thái NN nào dùng để thực hiện sự“ *chỉ ra*” này, gọi là *biểu thức chỉ xuất* (deictic expression). Có ba phạm trù *biểu thức chỉ xuất*: **chỉ xuất nhân xưng; chỉ xuất không gian; chỉ xuất thời gian.**

b1/ Vi phạm các nguyên tắc dụng học về chỉ xuất nhân xưng

Nói tới biểu thức nhân xưng, nhìn bề ngoài, tưởng đơn giản, nhưng thực ra cách sử dụng nó rất phức tạp. Chỉ xuất nhân xưng hoạt động trên cơ sở sự phân chia ba ngôi vai GT. Nó được chi tiết hóa bằng những dấu hiệu về cương vị XH tương

đối. Những biểu thức chỉ ra cương vị cao hơn được miêu tả như là dấu hiệu tôn vinh (honorifics). Sự **lựa chọn** hình thái này hay hình thái khác để tạo nên hiệu quả GT, thể hiện những YNHÃ khác nhau được ta xem như những yếu tố **chỉ xuất XH**. Sự **lựa chọn một hình thái nào đó** chắc chắn sẽ **thông báo được một điều gì đó** không phải được nói thẳng ra về cách nhìn của người nói đối với mối quan hệ, cương vị XH, tình cảm...giữa người nói với người nghe. Hệ thống các TXH trong hội thoại tiếng Việt rất phức tạp, tế nhị. Mỗi cặp TXH đều TGD những kiểu quan hệ XH, vị thế hội thoại nhất định, góp phần tạo ra các YNHÃ nhất định, ảnh hưởng đến đích cuộc thoại. Ví dụ (76),

B: Thím ơi, trả thêm đi, mua giùm cháu mở hàng với nà! *(người bán đã dùng từ thân tộc “thím- cháu” để thiết lập mối quan hệ thân tình có dụng ý rất rõ và thể hiện YNHÃ theo nguyên tắc quyền lợi, nguyên tắc lịch sự chi phối);*

M:Ừ, 30 được không?

B:Không được mô!Trả chi mà kì rứa?!Quá là cho không!;

M:Thôi đi mợ! Rứa mợ tưởng có mình mợ bán chắc?

(Người mua đã cố tình thay đổi TXH nhằm ngầm bày tỏ thái độ không vừa lòng. Vậy người mua đã cố ý vi phạm quy tắc sử dụng TXH để tỏ rõ thái độ và sự thay đổi quan hệ giữa hai người mà không cần tuyên bố tường minh)

b2/ Sự vi phạm các nguyên tắc dụng học về chỉ xuất không gian

Đó là vấn đề gần, xa, rộng, hẹp của điểm gốc không gian và hướng nhìn khi chiếu vật để định vị không gian. Nguyên tắc vi phạm về chỉ xuất không gian dựa vào các yếu tố sau đây: khái niệm về khoảng cách được nhắc đến rõ ràng là thích hợp với yếu tố chỉ xuất không gian, nơi mà vị trí *tương đối* của người và vật được chỉ ra. Vị trí làm mốc tính từ chỗ nhìn của người nói, được xác định cả về phương diện vật lí lẫn phương diện tinh thần. Khi nói đến phương diện tinh thần, thì ta không thể không nhắc đến *yếu tố phụ thuộc vào cảm giác, mang tính tương đối áng*

chừng, chủ quan, mơ hồ rất dễ dàng làm nhòe nghĩa. Hiện tượng này gọi là sự xạ ảnh chỉ xuất. Một cơ sở dụng học nữa được nhắc đến là khoảng cách tâm lí (psychological distance). Ví dụ (77), B: Này, chị gì ơi, sao không mua giùm em cái gì đi? (Đại từ “này” theo [127, tr. 637], ”dùng để chỉ người, sự vật, địa điểm, thời điểm hoặc sự việc được xác định và ở ngay hoặc tựa như ở ngay trước mặt vào lúc đang nói”); M: Cái gì mà gọi này kia dữ vậy? Không mua đâu! (Kết hợp từ “này kia” kèm theo đó là sắc thái biểu cảm mang hàm ý tiêu cực, thế này thế kia mà không nói ra cụ thể, vì không muốn hoặc không tiện nói cụ thể); B: Có chắc là tôi mời chị đâu mà chị lên tiếng?... Ví dụ (77) giống như ví dụ (3, tr.21) (42, tr.87), *khoảng cách tâm lí* là cơ sở để tạo nên ý YNHẢ cho các PN này.

b3/ Sự vi phạm các nguyên tắc dụng học về chỉ xuất thời gian

Cơ sở tâm lí của sự chỉ xuất thời gian gần giống như chỉ xuất không gian. Định vị thời gian là lấy thời điểm nói năng làm điểm gốc. Tuy nhiên, độ rộng – hẹp của không gian hay thời gian chủ quan thường có tính co giãn, áng chừng, mờ lung. Kèm theo là dụng ý chủ quan của người tham gia GT. Ta thử xét ví dụ (78):
B: Lâu quá hén? (ý nhắc bạn hàng quen trả nợ cũ)

M: Làm gì dữ vậy? Mới có gởi đầu một chuyến mà ! (ý nhắc món nợ còn mới, chưa thể trả được)

3.2.5.2. Cách thức 2 : Sự vi phạm nguyên tắc dụng học về hành động ngôn ngữ

Ta có thể dùng phương pháp vi phạm điều kiện chuẩn bị (preparatory conditions) hay điều kiện chân thành (sincerity condition) để tạo thành HĐNN gián tiếp. Sử dụng các HĐNN gián tiếp là một biện pháp rất hữu hiệu để tạo nên các ý YNHẢ, vì HĐ chân thực sẽ thực hiện đúng các điều kiện sử dụng và đúng với đích ở lời. Ví dụ (79), M: Cái máy này bao nhiêu?; B: 2 triệu em à!; M: Có giá nào rẻ hơn nữa không?; B: Ở đây mà chị không mua được thì thôi chớ, chắc là khó mua quá?;

M:1 triệu rưỡi thì bán được không?B:Bây giờ là thời điểm nào rồi? Giá đó cách đây 4 năm đó nghe chi? (người bán ở (79) đã vi phạm điều kiện chuẩn bị và điều kiện chân thành của HĐH, vì anh ta biết rõ rằng đúng ra phải trả lời PNH chính danh mà người mua đã đặt ra ở lượt lời ngay trước đó, thì lại đi đặt một PNH gián tiếp phản bác lại cái giá mà người mua đã đặt ra.)

3.2.5.3. Cách thức 3: Sự vi phạm nguyên tắc dụng học về qui tắc hội thoại

Hội thoại diễn tiến theo những qui tắc nhất định, được tất cả mọi người tham gia GT tuân thủ như phản xạ, thuộc lòng trong tiềm thức của mỗi người. Dù không tự giác hoặc không ý thức một cách rõ nét, nhưng mọi người đều có khả năng nhận biết khi nào, ở chỗ nào, quy tắc nào bị vi phạm và một khi nó bị vi phạm một cách cố ý, có dụng ý thì sẽ tạo ra YNHẢ. Đó là quy tắc sau đây:

a/ Quy tắc điều hành luân phiên lượt lời

Sự vi phạm quy tắc điều hành luân phiên lượt lời là trong trường hợp người nói sau cố tình vi phạm bằng cách ngắt lời người đang nói, hay nói trước khi người đang nói kết thúc lượt lời. Điều này cũng là một cách tạo YNHẢ theo chiều hướng âm tính về lịch sự, âm tính về sự cộng tác hội thoại.

b/ Quy tắc vi phạm nguyên tắc cộng tác: nguyên tắc này bao gồm bốn phạm trù mà Grice gọi là phương châm về lượng, chất, quan hệ, cách thức. Hãy trở lại ví dụ (66), (tr.123) chúng ta sẽ thấy rõ vấn đề vi phạm *phương châm về lượng* bằng cách trả lời không khớp với ND PNH, hay bằng cách dùng câu miêu tả thay cho HĐ hồi đáp, hay bằng cách lặp thừa (B:..."dạo này khan lắm!"; M:...hình như lâu lắm rồi" Người bán nêu câu miêu tả nhằm mục đích lên giá bán. Người mua hồi đáp bằng một PNH gián tiếp ngầm không đồng tình sự lên giá....). Tầm quan trọng của phương châm chỉ chất (tin rằng chân thực), phương châm quan hệ (phải thích dụng, hợp lí), phương châm cách thức (phải rõ ràng) có hàm ý rằng những gì đang nói có thể không xác đáng và sử dụng cách rào đón .

c/ Quy tắc *chi phối quan hệ liên cá nhân – phép lịch sự*: lịch sự như là một nghi thức xã giao gắn liền với khái niệm thể diện (face), chứa cách cư xử tế nhị, rộng lượng hay khiêm tốn... Vậy nó là phương tiện dùng để chứng tỏ sự nhận thức được thể diện của người khác. Ví dụ (80): M: Màu sắc ngó bộ cũng được, sao chất liệu xấu quá? 70 thì mắc lắm!; B: Muốn bao nhiêu thì nói đại đi, dài dòng quá! (*người bán ở (80) đã cư xử không lịch sự bằng cách nói không nhẹ nhàng “nói đại đi” và xúc phạm người mua bằng từ “dài dòng” với thành phần ý nghĩa biểu cảm âm tính, ý nói người mua nói nhiều... Như vậy, người bán đã không giữ thể diện của người mua. Với YNHÁ như vậy, chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến kết quả MB*); M: Buôn bán mà nói năng vậy thì thôi! (*người mua bỏ đi*).

3.2.5.4. Cách thức 4: Sự vi phạm nguyên tắc dụng học về qui tắc lập luận

Trong một quan hệ lập luận, sự vi phạm *qui tắc lập luận* bằng cách không hoàn tất các bước lập luận cũng sẽ tạo ra nghĩa hàm ngôn. Chẳng hạn có trường hợp lập luận chỉ có mặt luận cứ còn thiếu vắng kết luận, người nghe phải tự suy ra kết luận... Ví dụ (81),

M: Cái áo này đẹp thật nhưng em đen quá! (*không mua*)

B: Vậy mà đen? em nói sao đó chứ? (*nên mua*)

3.2.6. Cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn được vận dụng từ lược đồ văn hóa (cultural schemata) dân tộc của NN và tư duy NN của người Việt

Cái khả năng đạt được một cách tự động về những lời giải thích, những suy ý của chúng ta đối với *những điều không được nói hay viết ra (YNHÁ)* hẳn là phải dựa trên **những cấu trúc kiến thức có trước** (preexisting knowledge structures). Những cấu trúc này thực hiện những chức năng như là những **khuôn hình quen thuộc từ kinh nghiệm đã có** mà chúng ta dùng để giải thích cho những kinh nghiệm mới. Những khuôn hình thuộc loại này gọi là lược đồ kiến thức nền. Lược đồ kiến thức nền là một cấu trúc kiến thức có trước trong trí nhớ [194]. Điều quan trọng nhất là

nó phải dựa trên một cơ sở quan trọng và có tính quyết định : *văn hóa dân tộc*. Các **lược đồ văn hóa trong cơ chế tạo ra YNHÃ được phát triển trong chính bối cảnh của những kinh nghiệm cơ bản của chúng ta.**

Ta có **các cách thức** hay còn gọi là **các lược đồ** (schemata) sau đây:

3.2.6.1. *LĐVH ý nghĩa biểu trưng của cặp đối lập lẽ thường tạo YNHÃ (topoi)*

Tập tục văn hóa của người Việt không thể không có các phạm trù đối lập về *lẽ thường*, thể hiện rõ nhất trong thành ngữ, tục ngữ. Người Việt rất thích sử dụng thành ngữ, tục ngữ để nói một cách hình ảnh hóa, cụ thể hóa, bình dân hóa, dễ dàng truyền đạt YNHÃ sâu xa và tạo lập mối quan hệ gần gũi giữa người mua và người bán. Để *tạo lập quan hệ MB*, họ không phải chỉ *thu hẹp đề tài* trong phạm vi MB, mà để đạt được mục đích có lợi nhất, họ có thể *mở rộng* các loại đề tài khác nhau: họ hàng, gia đình, ... và *dựa trên nền tảng cơ bản của lẽ thường* với quan hệ đối lập, hơn kém, ít nhiều... của các phạm trù: (*trọng đạo đức > sắc đẹp; phẩm chất > mã ngoài; ND > HT; tinh thần > vật chất; chất lượng > số lượng; tình nghĩa > tiền tài; việc làm > lời nói; sức khỏe > không sức khỏe; tốt > xấu; trí tuệ > không trí tuệ; khôn > dại; số lượng > không số lượng; nhiều > ít; mập > gầy; lớn > nhỏ; HT > không HT; đẹp > xấu; cao > thấp; danh tiếng > của cải; con người > của cải; họ hàng > không họ hàng; gần > xa; thứ bậc cao > thứ bậc thấp; địa vị > không địa vị; tuổi lớn > tuổi nhỏ; đầu > đuôi (địa vị); tri thức > của cải; của mình > của người; khoảng cách > thứ bậc ...* Ví dụ (82), M: Cái áo này bao nhiêu vậy chị?; B: 100 thôi chị à!; M: Gì mà 100 cơ á ?; B: Đầu nheo hơn phèo trâu phải không? Đây là hàng moden mới nhất, vừa chọn cũng mới luôn, đâu phải hàng sida đâu mà rẻ?... (*Cặp đối lập (nheo/ trâu) biểu trưng cho quan hệ đối lập (bé/lớn); còn cặp đối lập (đầu/ phèo) biểu trưng cho cặp đối lập (đứng đầu/ đứng cuối), vậy đầu nheo bé nhưng được xếp cao hơn, vì hàng mới theo một thì đương nhiên đắt hơn hàng đã lỗi thời, qua một*

(mặc dù nó vẫn còn đẹp). Người bán lập luận trên cơ sở lẽ thường :địa vị>khối lượng hay địa vị >phẩm chất).

3.2.6.2. LĐVH trường liên tưởng tạo YNHÃ theo qui luật nhận thức-chuyển nghĩa: qui luật nhận thức của con người đi từ nhận thức cảm tính cụ thể, trực quan đến trừu tượng, lí tính. Vì vậy, việc tạo YNHÃ cũng đi theo **qui luật từ cụ thể đến trừu tượng**. Khi lựa chọn các phương tiện NN, chúng ta cần chú ý tìm những từ ngữ thích hợp cho đề tài diễn ngôn. Đồng thời, muốn tạo YNHÃ thì ta phải chú ý tìm từ ngữ có mối quan hệ đến nghĩa chìm bằng phép liên tưởng, dựa trên cơ sở của **phương pháp quan sát trong ngữ cảnh**. Có ba phương pháp quan sát để tạo sự liên tưởng trong trường nghĩa với mối quan hệ dọc và ngang: phương pháp quan sát bằng **các giác quan**; phương pháp quan sát **theo không gian**; phương pháp quan sát **theo thời gian**. Phép sử dụng trường liên tưởng bao giờ cũng dựa trên 3 mối quan hệ chính giữa các đối tượng là: **sự giống nhau; sự tương phản; sự gần gũi** nhau giữa sự vật này với sự vật khác, ý này với ý khác. Đó chính là **quy luật chuyển nghĩa**, dựa vào hai quá trình chính và các phép liên tưởng: quá trình **mở rộng** hay **thu hẹp** ý nghĩa và quy luật **chuyển nghĩa** theo quá trình **ẩn dụ, hoán dụ, so sánh**; các phép liên tưởng theo **các mối quan hệ** như: *quan hệ bao hàm, giải thích, nhân quả, đồng loại, logic, định vị, định lượng, định chức, tương phản*. Quy luật chuyển nghĩa theo quá trình ẩn dụ, hoán dụ, so sánh phải dựa theo các phép liên tưởng, trên **tiêu chí so sánh giống nhau** (*HT, màu sắc, chức năng, vị trí, âm thanh, thuộc tính, tính chất*); **tiêu chí mối quan hệ gần nhau, bao hàm nhau** (*toàn thể-bộ phận; cái chứa chứa đựng- cái được chứa chứa đựng; nơi ở-người ở; chất liệu-sản phẩm, ...*); **tiêu chí về tính chuyển nghĩa ổn định hay lâm thời** trong văn cảnh. Phép liên tưởng của so sánh từ vựng, so sánh tu từ; ẩn dụ từ vựng, ẩn dụ tu từ, hoán dụ từ vựng và hoán dụ tu từ.

Các **thao tác** chính của phép liên tưởng (khác với sự tưởng tượng): *nghĩ đến; nhớ đến; suy ra...*những hình ảnh, sự vật, sự việc...khác, có liên quan. Thực tế cho thấy, ta không những sử dụng rất nhiều các phương tiện ẩn dụ tu từ, hoán dụ tu từ, so sánh tu từ (phép liên tưởng hình ảnh cụ thể), đối với **tín hiệu thẩm mỹ trong văn thơ**, mà còn sử dụng rất nhiều các phương tiện này **trong thực tế GT nói năng hằng ngày**. Đây là *cơ chế quan trọng để tạo nên YNHẢ một cách hiệu quả*. Ví dụ (83), B: Nghĩ sao mà trả bèo dũ vậy hở mợ?; M: Không bán chứ gì? Ngôi dai thì khoai nát (1), không bán cho em để lâu còn rơi (2) giá nữa đó ghen! (*Người mua đã sử dụng lối nói hình ảnh ẩn dụ tu từ, dùng hình ảnh (1) với nghĩa thực thứ nhất, nhưng thực chất là để biểu thị ý nghĩa thứ hai hay thứ ba tiếp theo –YNHẢ- hàng càng để lâu, càng lỗi thời, chất lượng càng xuống, kết quả là giá càng bị mất...; Hình ảnh (2) cũng vậy, người nói mượn nghĩa thực của “rơi” là “di chuyển từ cao xuống thấp, không còn giữ lại ở vị trí trên cao”, người mua không phải nói ý này mà (2) được dùng qua nghĩa chuyển khác “giá hàng hóa từ cao rớt xuống thấp...);*B:Cảm ơn vì bồ có lòng nghĩ giùm! (kèm theo cái nguýt dài) Hoặc ví dụ (84), B:Anh ơi, mua đào Bắc đi, ngon lắm! (*Quả đào có nguồn gốc từ xứ Lạng Sơn*); M:Anh chỉ có tiền mua đào tiên chứ còn đào Bắc thì không! (*Tạm thời trong PN của người mua ở (84) không sử dụng nghĩa gốc, mà chủ yếu dùng nghĩa chuyển, có YNHẢ là chỉ người đẹp*); B: Mắc lắm đó nha! Có tiền mua nổi không mà bày đặt? (*Người đẹp thì giá cao, hỏi để phủ định, mỉa mai*)

3.2.6.3. **Lược đồ văn hóa của sự chuyển nghĩa và nghĩa biểu trưng tạo ý nghĩa hàm ẩn**

YNHẢ cũng là kết quả phản ánh hiện thực, kinh nghiệm về lịch sử XH và ý thức con người, mà con người ở đây là đại diện của một cộng đồng văn hóa NN nhất định. Trong các NN khác nhau thường không có những từ đồng nhất hoàn toàn về đặc điểm ngữ nghĩa, đằng sau nó là những ẩn ý khác nhau, tồn tại những yếu tố

chỉ riêng một nền văn hóa nhất định. Một trong những yếu tố đặc thù, chỉ riêng quan trọng ấy ở trong YNHÂ là *sự chuyển nghĩa và nghĩa biểu trưng*. YNHÂ gắn bó khăng khít với sự chuyển nghĩa trong từ ngữ thuộc bình diện ngữ nghĩa- ngữ dụng. *Sự chuyển nghĩa thuộc về phạm vi rộng hay hẹp hơn nghĩa trực tiếp trên PN hay sự cải biến ngữ nghĩa, tức là sự chuyển từ cấu trúc ngữ nghĩa này sang cấu trúc ngữ nghĩa khác trên cơ sở liên tưởng mở rộng, thu hẹp tương đồng, tiếp cận theo quy luật logic HT của tư duy. Sự chuyển nghĩa không chỉ có tính chung, tính phổ biến, tính quốc tế mà còn bao hàm cả tính đơn nhất có tính đặc thù dân tộc*. Bởi vì sự liên tưởng trong chuyển nghĩa vốn bị quy định bởi điều kiện lịch sử, hoàn cảnh sống, thế giới gần gũi chung quanh, tâm lí cụ thể của một cộng đồng văn hóa, dẫn đến *nghĩa chuyển của các NN khác nhau có thể không như nhau*. Ví dụ (85), M: Sao tui dặn toa hàng rồi mà mãi không thấy đóng vào vậy ?; B: Ủa, sao chưa thấy giấy báo lĩnh tiền?; M: Bộ anh quên hôm bữa hứa cho tui gối đầu hai chuyến hả? (*Chúng tôi không tìm thấy cách dịch tương đương từ “gối” trong (85) ra tiếng Anh. Bởi vì nghĩa gốc của “gối” là [(d):đồ dùng để kê đầu khi ở]; [(đg):kê đầu một vật cho cao hơn; gác một đầu lên một vật khác; chống tiếp theo một việc khác, bắt đầu ngay khi việc đó hãy chưa kết thúc]; ngữ cảnh của (85) buộc ta phải hiểu qua nghĩa chuyển là người bán cho người mua nợ một lần mua hàng, hay nợ một đơn vị là một toa hàng và lần nợ đó được người bán giữ nguyên, người mua không phải trả tiền chuyển hàng đó, chỉ trả tiền chuyển tiếp theo cho đến khi kết thúc hợp đồng MB thì mới phải thanh toán hết.*)

Đặc trưng VHDT của sự chuyển nghĩa là nó *chỉ tồn tại trong NN này mà không tồn tại ở NN khác*. Ví dụ (86), M: Cá này bao nhiêu một kí vậy cô?; B: Có 20 ngàn hà, bác ơi! (*re, nên mua*); M: 20 ngàn lân à? (*đắt, không mua*)

Các tiểu từ tình thái ở (86) hiểu theo nghĩa gốc là hư từ nhưng khi bước vào

văn cảnh (86) chúng đã chuyển thành nghĩa của thực từ. Người nước ngoài khi nghe những PN này chắc chắn họ không thể nào hiểu hết tại sao cùng một ND thông báo như vậy mà đi kèm với : “ có ... hà” lại mang ý nghĩa là rẻ và họ cũng không thể nào hiểu hết YNHÃ của chúng như đã phân tích ở trên. Ta có thể so sánh PN trong (86) với (87) sau đây để thấy rõ sự khác nhau, B: ”20 ngàn, bác ơi!” (PN (87) chứa ND thông báo của PNH chính danh, không hàm chứa YNHÃ như (86).

Sự vật, hiện tượng trong thế giới khách quan có thuộc tính, đặc trưng *khác nhau*. Chúng chính là cơ sở của các *nghĩa chuyển*. Đặc trưng VHDT được thể hiện rõ ràng nhất ở quá trình tạo ra các nghĩa chuyển này. Việc *chọn đặc trưng của đối tượng làm cơ sở trong quá trình chuyển nghĩa* bị quy định bởi sự chú ý khác nhau của mỗi dân tộc . Ví dụ (87), M:Cái này bao nhiêu vậy em?; B: 2 vé thôi ông anh ạ?; M:Hình như em tưởng anh nại lắm nhỉ? Hôm nọ anh mua chỉ có một nửa giá em nói thôi nhá!. . . (Người Việt quan niệm hình ảnh con nai luôn có đặc tính ngơ ngác, ngây thơ, hiền lành, dễ bắt nạt. Đặc trưng này của nai “ được chuyển sang cho người, và từ đó lại chuyển nghĩa sang chỉ sự không biết gì, dễ bị bắt nạt trong việc mặc cả trong MB). Nghĩa biểu trưng có nguồn gốc từ thói quen hay dùng và hay nghĩ của một cộng đồng, một dân tộc. Chúng được giải thích dưới dạng nghĩa bóng, nghĩa chuyển mang rõ tính hình tượng theo xu hướng ước lệ hóa, khái quát hóa của mỗi dân tộc, hễ nói đến cái này người ta lập tức nghĩ đến cái kia, ví dụ hình ảnh “con nai” đối với người Việt trong (87), thường mang ý nghĩa biểu trưng thể hiện tính chất ngây thơ, chưa hiểu biết về một vấn đề nào đó. Ví dụ (88), M:Cái túi này giá bao nhiêu vậy?; B:Trời ơi, chị thiệt là có con mắt tinh ghê, chị biết không hàng hiệu à nha?; M:Bộ cái này giá cao lắm hả?; B:Thì tiền nào của nấy mà chị! Có 150 ngàn hà!; M: Bộ chị nhìn tui là dân có tiền dữ lắm hả? (Với cách nghĩ theo thói quen của người Việt thì “mắt tinh” khi chọn hàng trong (88) đồng nghĩa với cách nghĩ có tính tượng trưng là “chọn được hàng tốt”; một khi người bán tự khen hàng tốt thì đi theo

với chất lượng là giá cả hàng hóa tương đương; “hàng hiệu” đồng nghĩa với “hàng đặc biệt, không đụng, không trùng với bất cứ loại hàng tui nào khác đang có mặt trên thị trường, bảo đảm tính duy nhất của sản phẩm”, kèm theo tính độc quyền của món hàng sẽ là “tính bảo đảm của thương hiệu có nhãn mác đăng kí hẳn hoi” và dĩ nhiên là giá cả sẽ cao hơn những món hàng sản xuất hàng loạt. Với cách hiểu có tính chất tượng trưng như vậy, người mua ở (88) lập tức hiểu và thể hiện bằng một HĐHGT mà nhìn bề ngoài không có vẻ gì ăn khớp với PN của người bán vừa phát ra, nhưng rõ ràng người mua đã giải mã đúng hướng và lập mã mới tương đương để trả lời. Sau đó người bán trả lời giá, người mua cũng đáp lại bằng một HĐHGT, bao hàm YNHẢ phủ định, bác bỏ ý của người bán bằng cụm từ “dân có tiền” thường có nghĩa là dạng người (dễ làm ra tiền); (có nhiều tiền nên thường ít quý tiền); (hay xài tiền không dẫn đo suy tính kĩ)...

3.2.6.4. Lược đồ văn hóa về lựa chọn thuộc tính và đặc trưng của sự vật

Nói đến LĐVH này, cũng chính là ta nói đến *tính có lí do* trong định danh và chọn kí hiệu của PN tạo YNHẢ. Bất kì kí hiệu NN nào cũng biểu thị những thuộc tính đã được trừu tượng hóa, từ cơ sở nền là các sự vật cụ thể. Đặc trưng VHDT thể hiện rất rõ ở việc *lựa chọn thuộc tính, đặc trưng tiêu biểu*, thuộc bản chất của đối tượng và quy loại khái niệm của đối tượng để làm *cơ sở cho tên gọi* trong định danh và cả trong việc *chọn kí hiệu NN tạo YNHẢ* trong đơn vị lớn hơn từ là PN. Đó là *tính có lí do* giữa kí hiệu NN với YNHẢ. YNHẢ được bộc lộ rõ ràng nhất trong những trường hợp có **tính lí do** nhất định từ thực tiễn của một dân tộc, có nghĩa là dựa vào một cơ sở nhất định nào đó để tạo nên YNHẢ rất riêng của một cộng đồng sử dụng NN nhất định. Đặc trưng này giúp cho ta xác định YNHẢ, tuy phong phú đa dạng nhưng vẫn ở *khuôn khổ xác định*. Trong lịch sử NN, có lẽ không có NN nào lấy một số đơn vị vô nghĩa để nói lên YNHẢ mà phải là *chọn đặc trưng tính có lí do* để làm cơ sở cho vấn đề. Nó lại phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện thực

tế khách quan rộng như: quá trình lao động, truyền thống văn hóa, hoàn cảnh địa lí..., và điều kiện thực tiễn khách quan hẹp như bối cảnh GT, thái độ vai GT, mục đích GT... *Điều kiện thực tế tuy đa dạng, song mỗi dân tộc lại có thiên hướng chọn những đặc trưng theo chủ ý riêng để làm cơ sở cho YNHÁ.* Do đó giá trị biểu thị ngữ nghĩa trong từng NN của mỗi dân tộc cũng không như nhau, không trùng nhau hoàn toàn. Tùy theo việc chọn các tiêu chí khác nhau, chúng ta có thể chia tính có lí do thành :

Dựa vào tiêu chí khách quan - chủ quan: *lí do khách quan và lí do chủ quan*

Dựa vào tiêu chí rộng và hẹp: *lí do với nghĩa rộng và lí do với nghĩa hẹp*

Dựa vào tiêu chí bên ngoài và bên trong: *lí do bên ngoài và lí do bên trong*

Dựa vào tiêu chí HT và ND: *ta có lí do HT và lí do ND*

Dựa vào tiêu chí tính cố ý của chủ thể: *có lí do cố ý và lí do không cố ý...*

Trong số đó, chúng tôi nhấn mạnh **tính có lí do chủ quan**. Hầu hết YNHÁ đều có xuất phát điểm là tính có lí do chủ quan liên quan chặt chẽ đến cấu trúc lập mã và cấu trúc giải mã của chủ thể phát và nhận. Vì vậy, **tính có lí do chủ quan của mỗi vai GT trong NN nghệ thuật lẫn NN phi nghệ thuật là đặc điểm quan trọng nhất trong YNHÁ.** Lí do chủ quan không phải lúc nào cũng được nhận ra một cách dễ dàng. Chúng ta nhận thấy NN mang tính chất có lí do chủ quan chứ không phải hoàn toàn mang tính võ đoán như F. De Saussure đã nhận định. Ví dụ (89), M:Chợ dạo này không thích loại này lắm nhỉ? (Người mua chọn đề tài “chợ không thích” là hoàn toàn có tính lí do chủ quan của mình, tức là vì lí do “không thích” nên dẫn tới kết luận theo hướng tiêu cực, nhằm mục đích chê hàng không còn phù hợp thị hiếu khách hàng hoặc để mua rẻ; ...); B:Phải không vậy? Không có hàng mà bán đó chị! Chị không thấy em chỉ còn một ít thôi sao? (Người bán đã tỏ thái độ phản bác và phủ định với ý kiến trên của người mua, mặc dù đó là những ý nghĩa không hề ở trên bề mặt PN. Khi người bán chọn lựa đề tài “không có hàng mà bán”

là có lí do chủ quan của mình, nhằm mục đích phản bác và còn có ý khen hàng tốt, hàng rất phù hợp với thị hiếu khách hàng. Điều này còn có cơ sở để người bán không những không bán rẻ mà còn có thể bán giá cao hơn, vì lí do hàng bán chạy thì không lẽ nào lại đi bán rẻ...); M:Model qua rồi mà chị làm như tui ở trên xuống vậy? Chắc là hàng chỉ còn lại một ít phải không? (Người mua lại tiếp tục tranh luận và phản bác lại ý kiến hàm ngôn trên của người bán bằng đề tài “model đã qua rồi”, có nghĩa là hàng đã lỗi thời và còn có nghĩa là hàng cũ, hàng không mới, không phải là hàng khan hiếm mà là hàng tồn đọng lại..., có lí do chủ quan của mình nhằm mục đích chê hàng và để phủ định lại người bán là không thể bán mắc;... chọn tiếp đề tài diễn ngôn “làm như ở trên xuống vậy”, có nghĩa là người mua ngầm thông báo với người bán rằng mình không phải là người dễ bị qua mặt, bị gạt phỉnh. Xuất phát điểm của suy diễn này của người Việt hễ cứ “ở trên xuống” thì hoặc là ở trên núi, vùng sâu, vùng xa; hoặc là ở vùng nông thôn thiệt thà, chất phát, không lanh lợi đến; hoặc là người mơ hồ, ở cõi tiên xa tít của cổ tích xa xưa, không bắt kịp thông tin, nhịp sống hiện đại của người thành phố... kèm theo là nghĩa biểu thái âm tính...).

YNHÃ có xuất phát điểm là tính có lí do chủ quan của cá nhân, mở rộng dần thành ý nghĩ có tính thói quen, tính qui ước của một cộng đồng dân tộc.

3.2.6.5. Lược đồ văn hóa về cách quan sát và chọn kí hiệu ngôn ngữ tạo ý nghĩa hàm ẩn

Tư duy liên tưởng của mỗi dân tộc một khác, bởi vì mỗi dân tộc có sự lựa chọn các đặc trưng bản chất của sự vật theo mỗi góc quan sát khác nhau, đồng thời, đối tượng sẽ được định danh khác nhau và việc chọn kí hiệu cho các PN diễn đạt các YNHÃ cũng khác nhau. Lí do chọn đặc trưng này chứ không phải đặc trưng khác phụ thuộc vào thiên hướng quan sát khác nhau của chủ thể định danh. Tùy theo những phạm vi thực tế; quan điểm, khái niệm, cách nhìn khác nhau, phản ánh những khía cạnh, những mặt khác nhau đối với cùng một sự vật, hiện tượng; phong cách

sắc thái, tình cảm, mức độ biểu cảm; sự kiêng kỵ XH; nhu cầu GT thông tin; hiện tượng vay mượn, thâm nhập các NN; thói quen sử dụng thích hợp theo thời gian; những khía cạnh khác nhau như: HT, màu sắc, vị trí, chức năng, tính chất, địa phương, nghề nghiệp... mà ta giải mã YNHÃ khác nhau.

3.2.6.6. *Lược đồ văn hóa của tính đa nghĩa của từ tạo YNHÃ*

Hệ thống từ đa nghĩa tiếng Việt phản ánh nhận thức chung và sự liên tưởng chung của dân tộc Việt. Nghĩa gốc của từ đa nghĩa chủ yếu chứa thành phần nghĩa sở chỉ, ý nghĩa này chỉ ở trong ngữ cảnh, khi từ hoạt động trong câu/ PN) thường có ý nghĩa cụ thể, xuất phát từ các sự vật, hiện tượng, HĐ, tính chất... tồn tại thực tế mà người Việt có thể cảm nhận được bằng năm giác quan trực tiếp. Nghĩa phái sinh chứa nghĩa biểu niệm mang ý nghĩa trừu tượng do tư duy liên tưởng mang lại thường chứa YNHÃ. Ví dụ (87, tr.139), việc nhận xét hình ảnh “con nai” bằng giác quan cụ thể, chuyển sang nghĩa trừu tượng chỉ tư duy của con người. Từ nghĩa gốc (có thể là nghĩa đen hay nghĩa chính) đến nghĩa chuyển (có thể là nghĩa bóng hay ẩn dụ- tên gọi/ hoán dụ- tên gọi) được người Việt quan sát, nhận thức theo các quy tắc: Từ trước đến sau; từ gần đến xa; từ riêng đến chung; từ hẹp đến rộng; từ trung tâm con người đến thế giới xung quanh; từ cụ thể đến trừu tượng; từ nhận thức cảm tính đến nhận thức lí tính; từ trực quan đến trừu tượng; từ nghĩa đen đến nghĩa bóng; từ nghĩa trực tiếp đến nghĩa ẩn dụ; từ nghĩa tự do đến nghĩa phụ thuộc; từ nghĩa có thể đứng độc lập đến nghĩa buộc phải kết hợp với những từ khác. Ví dụ (88, tr.139) cũng minh họa rất rõ cho vấn đề này, từ việc khen người mua có “mắt tinh” (rất gần), đến mục đích đề cập đến nghĩa chuyển “hàng tốt”, thứ đến nữa là nghĩa chuyển “giá cả tương ứng”, tiếp theo là nghĩa bóng “khen” nhằm mục đích “thuyết phục” người mua một cách gián tiếp, thứ nữa là nghĩa bóng “thể hiện ý muốn bán được hàng nhiều một cách khéo léo”...

Các quy tắc của tư duy liên tưởng: sự giống nhau (tương đồng), sự khác nhau

(tương phản), sự gần gũi nhau (mối quan hệ thống nhất) của các sự vật, hiện tượng về các đặc trưng sau đây: HT (hình dạng, kích thước, màu sắc, âm thanh, vị trí); ND (đặc điểm, chức năng, thuộc tính, tính chất...). Ví dụ (85, tr.138) có sự giống nhau về “HT” giữa”gối làm cho đầu được kê cao hơn” với “toa hàng chửa được thanh toán tiền chất cao lên, dày lên, nhiều hơn”; và sự giống nhau về “ND” giữa đặc điểm”kê đầu cho một vật cao hơn, gác đầu phải dựa lên một vật khác, chông nối tiếp theo” với”toa hàng nợ này chửa thanh toán hết đã phải gác chông lên một toa hàng nợ khác, nợ này nối tiếp nợ khác”

Quy tắc dựa vào các mối quan hệ chủ yếu giữa các sự vật: *quan hệ gần nhau trong không gian- thời gian, về tổng thể và bộ phận, về cấu tạo...*

Vì vậy, nghĩa gốc và nghĩa phái sinh trong cấu trúc từ đa nghĩa tiếng Việt được phân biệt nhờ các tính chất sau đây: *Tính chất cụ thể –trừu tượng; tính chất độc lập-không độc lập; tự do-phụ thuộc; tính chất gần-xa; hẹp-rộng; đen - bóng; chính-phụ; ...trong các phạm vi sự vật khác nhau, phạm vi thực tế khác nhau, phạm vi khái niệm khác nhau.* Ví dụ (89), B:Chị có biết em mới mở hàng buổi chiều không? Trả thêm một tiếng nữa đi! (*Mở hàng là một từ ghép đa nghĩa vì nó chứa những nghĩa khái niệm khác nhau: (1) Ở phạm vi thực tế về tính chất, hoạt động chứa khái niệm” làm cho nơi bán hàng ở trạng thái không còn bị đóng kín mà trong ngoài được thông nhau”; (2) Ở phạm vi thực tế nói về thời gian chứa khái niệm” thời gian MB vào đầu buổi một cách rất tương đối của người Việt”: “mở hàng buổi chiều” ...; (3) Ở phạm vi thực tế về tính chất “đầu tiên” chứa “ là người mua hay người bán hay món hàng vừa được tiến hành có tính chất lần đầu trong ngày hay buổi”; (4) Ở phạm vi thực tế nói về tính chất may rủi chứa khái niệm”theo quan niệm cũ của người Việt coi việc MB mở đầu trong buổi là dấu hiệu may mắn hoặc rủi ro trong phạm vi trong một ngày hay trong phạm vi cả lô hàng; (5) Ở một phạm vi thực tế khác, ”mở hàng” lại chuyển nghĩa một lần nữa, có sự liên quan với các nét nghĩa*

trên, chứa khái niệm” cho tiền, quà mừng tuổi trẻ em vào ngày tết” ”bà mở hàng cho cháu mấy đồng bạc mới”)

3.2.6.7. Lược đồ văn hóa từ đồng nghĩa - từ gần nghĩa tạo YNHÃ

*Từ đồng nghĩa, từ gần nghĩa có vai trò quan trọng trong bất kì một NN nào. Từ đồng nghĩa tiếng Việt vô cùng phong phú, đa dạng, giúp người bản ngữ diễn đạt một cách chính xác và tinh tế ND tư tưởng trong GT và tư duy. Người Việt có sự *mẫn cảm, nhạy bén* đối với việc sử dụng từ đồng nghĩa; nhất là *khả năng lựa chọn, phân biệt sự khác nhau tinh tế về sắc thái ngữ nghĩa giữa các từ* thuộc nhóm đồng nghĩa trong ngữ cảnh phù hợp nhất, tạo được cái”thần” trong YNHÃ.*

Sự khác nhau YNHÃ với những sắc thái khác nhau, là do chính sự khác nhau về sắc thái của các thành tố: ý nghĩa về sự vật-khái niệm; thành tố tu từ –chức năng dựa trên phạm vi sử dụng và thói quen sử dụng; thành tố biểu cảm-hình tượng; những cách nhìn khác nhau: các thuộc tính, đặc trưng khác nhau của cùng một đối tượng, sự vật như: hình dáng, vị trí, màu sắc, chức năng...Ví dụ (91): như để gọi tên”HĐ đối vật (hàng hóa) để lấy tiền, người Việt khi thì dựa vào chức năng của nó mà gọi là”bán”, khi thì dựa vào HT bán số lượng lớn vì phải kèm theo người bốc vác lượng hàng đó bằng phương tiện chuyên chở mà gọi là”bốc”, dựa vào vị trí ổn định, tính chất có giá trị đắt tiền của vật mua mà gọi là “tậu”...

3.2.6.8. LDVH của hệ thống nhóm vị từ mang sắc thái biểu cảm tuyệt đối và biểu thị mức độ cực cấp tạo ý nghĩa hàm ẩn

Chúng tôi không xét ngữ vị từ ở bình diện ngữ nghĩa- ngữ pháp mà ở bình diện ngữ nghĩa- ngữ dụng. Giá trị ngữ dụng của lớp từ này thường gắn với giá trị ngữ nghĩa, gắn với sắc thái biểu cảm mang tính chất chủ quan tạo YNHÃ. Ta cần nhấn mạnh tính chất chủ quan của người PN tạo YNHÃ, được dùng rất phổ biến. Ví dụ (92): tính chất, mức độ cực cấp “sì” “lét” trong các từ/ ngữ như: “thâm sì””xanh lét” “thơm phức”, “ngọt lịm”, “đắt đui”, “đắt cầy”... đã thông qua lăng kính chủ quan

của người sử dụng mà tạo nên YNHÃ có giá trị biểu lộ tình cảm, sự cảm thụ của người nói. Nó còn tác động ngược trở lại và gây ra một phản ứng nhất định nơi người nói/ nghe. Nó có thể đáp ứng yêu cầu thể hiện các mức độ sắc thái tình cảm khác nhau một cách rõ nét, tinh tế, thuyết phục nhất của các thành tố tạo YNHÃ. Mặt khác, do *tính đặc thù cao trong GTMB của người Việt*, các nhân vật GT luôn tiến hành thao tác tranh luận MB bằng lời. Chính hoạt động mặc cả buộc họ phải tiến hành lập luận nghịch hướng *khen - chê*, vì đích MB trái ngược nhau (một bên thích mua hàng vừa tốt, vừa rẻ và ngược lại). Tham gia vào việc tạo nên chiến lược lập luận điển hình nhất là hai nhóm vị từ chứa sắc thái biểu cảm “*khen*” và “*chê*” ở mức độ cực cấp nhằm mục đích chính là tăng sức “*thuyết phục*” đối phương.

Ở góc độ ngữ nghĩa- ngữ dụng, *thành tố thứ hai của vị từ* thực sự đóng vai trò rất quan trọng trong việc thể hiện *tính biểu trưng cao*, biểu thị *sắc thái biểu cảm* mức độ *cao hơn hay thấp hơn, cụ thể hơn* mức độ vốn có của bản thân thành tố chính mang lại, *tạo YNHÃ rất phổ biến*. Vì trong cấu tạo vị từ, nó thường *không mang nghĩa từ vựng, hoặc thể hiện một cách mơ hồ; hoặc biểu đạt ý nghĩa sắc thái, thái độ đánh giá về đặc điểm, tính chất, hoạt động được miêu tả; hoặc có tác dụng biểu thị sự đánh giá chủ quan, gợi tả một sắc thái riêng, cường độ, mức độ tuyệt đối và đem lại một ấn tượng mạnh* khi tiến hành chiến lược GT. Nó thể hiện đậm nét lối tư duy cụ thể, cảm tính, phong phú của người Việt. Ở phạm vi *sắc thái hóa các đặc trưng của sự vật, người Việt thể hiện lối tư duy cụ thể-cảm tính- đa dạng-“chia cắt” khúc đoạn của hiện thực khách quan* chi tiết hơn, so với tiếng Anh chẳng hạn. Đồng thời, tính chất “*biểu trưng*” của nhóm vị từ thể hiện bản sắc độc đáo, *khu biệt nghĩa* về mặt ND trong vốn từ ngữ Việt. Đó chính là bản sắc rất độc đáo, riêng biệt của YNHÃ trong tiếng Việt so với các NN khác.

3.2.6.9. *Lược đồ văn hóa của thành ngữ- tục ngữ tiếng Việt tạo YNHÃ*

Thành ngữ tiếng Việt vừa là một đơn vị NN vừa là một thực thể văn hóa có

đặc điểm riêng về cấu tạo, ngữ nghĩa, phong cách, vì ý nghĩa của nó có chứa yếu tố bản sắc đặc thù VHDT, được dùng rất phổ biến và không thể thiếu trong lời ăn tiếng nói hằng ngày. *Thứ nhất*, về ngữ nghĩa, một khối lượng lớn các thành ngữ có yếu tố cấu tạo là từ cổ, từ địa phương, nếu không tìm hiểu cặn kẽ các yếu tố phong tục, tập quán, cách nghĩ... của ông cha ta, thì ta cũng khó lí giải nghĩa thực sự hay không thể hiểu đúng và đầy đủ nghĩa của chúng. *Thứ hai*, có không ít số lượng các thành ngữ mà ta đã nắm bắt được tất cả nghĩa của các yếu tố tạo nên chúng, song vẫn không thể hiểu đúng ý nghĩa chung của toàn bộ thành ngữ. *Thứ ba*, một số lớn các thành ngữ có ND các điển tích, điển cố, truyền thuyết. *Thứ tư*, mỗi thành ngữ là một bức tranh sinh động, giàu tính hình tượng, hấp dẫn, tinh tế, ý nhị về YNHÃ, liên quan chặt chẽ đến ngữ nghĩa- ngữ dụng. *Thứ năm*, chúng ta có thể tìm thấy trong thành ngữ quan điểm về “cái đẹp”, ”cái thiện”... gắn liền với tư duy, lối sống, tính cách của dân tộc. Vì vậy, dân tộc nào cũng coi *thành ngữ là tấm gương phản ánh đặc trưng văn hóa dân tộc*. Ta có thể trở lại ví dụ (71, tr.126); (82,tr.135); (83,tr.137) để thấy rõ điều đó.

Nghĩa biểu trưng và các lẽ thường của thành ngữ, tục ngữ tạo nên YNHÃ của PN chứa HDHMB, được *thống kê* như sau: (1) Thể hiện YNHÃ chỉ sự đồng nhất, giống nhau: *Chanh khế một lòng, bưởi bòng một dạ; Lòng bầu cũng như ruột bí; Một trăm con lợn cũng chung một lòng; Lòng vả cũng như lòng sung; Tiền nào của nấy...*; (2) Thể hiện YNHÃ chỉ sự khác biệt, riêng biệt: *Chim có cánh, cá có vây; Sang mỗi người một thích, lịch mỗi người một mùi; Người năm bảy đấng, của ba bảy loài; Bống có gan bống, bớp có gan bớp; ...*; (3) Thể hiện YNHÃ chỉ sự không thể làm vừa ý với tất cả mọi người trong cộng đồng XH: *Ở sao cho vừa lòng người, ở rộng người cười ở hẹp người chê; Ai biết uốn câu cho vừa miệng cá...*; (4) Thể hiện YNHÃ chỉ tính chất vẻ bề ngoài thể hiện ND bên trong của sự vật, hiện tượng: *Khôn đồn ra mặt, què quặt hiện ra chân tay; Chữ tốt xem tay, ngựa hay xem xoáy;*

Trông mặt mà bắt hình dong, con lợn có béo thì lòng mới ngon... (5) Thể hiện YNHÃ chỉ tính chất ND sẽ quyết định giá trị cao thấp và chi phối vẻ bề ngoài của sự vật, hiện tượng: *Một quan mua người, mười quan mua nét; Dù đẹp tám vạn nghìn tư, mà chẳng có nét cũng hư một đời...*; (6) Thể hiện YNHÃ chỉ tính chất vẻ bề ngoài cũng góp phần quyết định giá trị ND bên trong của sự vật, hiện tượng: *Người đẹp vì lụa, lúa tốt vì phân; Chim đẹp nhờ lông nhờ lông, người đẹp nhờ áo; Con gà tốt mã về lông, răng đen về thuốc, rượu nồng về men...*; (7) Thể hiện YNHÃ chỉ tính chất vẻ HT bề ngoài không phải bao giờ cũng quyết định giá trị ND bên trong: *Đừng thấy đỏ mà ngỡ là chín; Xấu đánh trấu ra vàng...*; (8) Thể hiện YNHÃ chỉ chất lượng tốt thì hơn là số lượng nhiều mà không tốt, không đạt chất lượng; cái tốt nhiều phải hơn cái tốt ít; cái trọn vẹn phải hơn cái không trọn vẹn; cái chính phải hơn cái phụ: *Vẩy cá còn hơn lá rau; Cáo bầy không bằng một cọp; Thà rằng ăn nửa quả hồng, còn hơn ăn cả chùm sung chát lè, Trăm đom đóm chẳng bằng một bó đuốc; Thà rằng ăn cả chùm sung, còn hơn ăn nửa quả hồng dở dang; Khôn lời sao bằng giỏi đàn; Áo dài chẳng ngại quần thưa; Con trâu còn mua được nữa là cái chạc mũi; Cái áo còn sắm được nữa là cái dải...*; (9) Thể hiện YNHÃ chỉ sự lựa chọn là chẳng thà chọn hạng dưới mà tốt còn hơn hạng trên mà xấu; số lượng cũng ảnh hưởng tới chất lượng; không có cái tốt, cái chính thì đành phải chọn cái kém hơn: *Rượu ngon bất luận be sành, áo rách khéo vá hơn làng vụng may; Dốt đặc còn hơn hay chữ lỏng; Cọp lẻ không cự nổi cáo bầy; Chẳng có cá lấy rau má làm trọng...*; (10) Thể hiện YNHÃ chỉ sự chỉ sự tương đối, không thể yêu cầu sự hoàn mỹ tuyệt đối; được mặt này thì mất mặt kia; cái gì cũng có giới hạn, quá mức giới hạn thì cũng không tốt; cái gì cũng đều ít nhiều có giá trị: *Ngựa hay lắm tật; Ngọc lành hay có vết; Nhân vô thập toàn; Được người mua thua người bán; Mất của ta ra của người; Chẳng ngon cũng thể sốt, chẳng tốt cũng thể mới; Xay thóc thì khỏi giũ em; Được buổi cày, bay buổi giỗ; Nhiều thóc thì nhọc cối xay; Ai cũng mặc áo đến vai,*

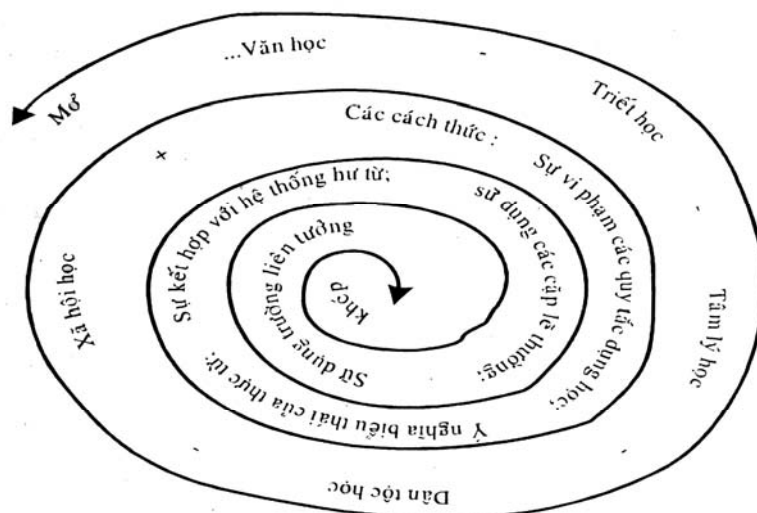
chẳng ai mặc áo qua đầu; Già néo đứt dây; Chắc quá hóa lép; An lắm trả nhiều; Dày che mưa, thưa che nắng; Rượu chua bán cho người nhớ...; (11) Thể hiện YNHÂ chỉ sự tốt, hiếm, đầu tư nhiều công sức, sự cần thiết, sự thiết yếu thì sẽ trở nên có giá trị của sự vật, hiện tượng trong thế giới khách quan và ngược lại kém phẩm chất, không hiếm, thừa thãi thì không có giá trị: Ngọc lành chẳng phải bán rong; Nhiều tiền thì của tốt; Cửa rẻ là của ôi, vợ rẻ vợ lộn, của đã đầy nổi là của không ngon; Cửa ngon ai để chợ trưa; To như chuối hột nào ai bày cỡ; ... (12) Thể hiện YNHÂ chỉ quan điểm: gần hơn xa; thân hơn sơ; gần đâu nhiều thì quen đấy nhiều và ngược lại là gần nhau, thân nhau không phải bao giờ cũng tốt: Nước xa khôn cứu lửa gần; Cầm dù thì cán mát; Bán bà con xa mua láng giềng gần; Non nhà hơn già đồng; Gần sông quen cá, gần núi không lạ tiếng chim; Bụt chùa nhà không thiêng; Gà béo bà bán bên Ngô, gà khô bà bán bên hông xóm giềng; Gần chùa gọi Bụt bằng anh; Quen mặt cắt đau; Quen mặt đất hàng; Càng quen càng lèn cho đau...; (13) Thể hiện YNHÂ chỉ quan điểm: Sớm thì tốt, nhanh nhẹn thì lợi, chậm chạp thì thiệt, thời cơ đến thì phải biết nhanh tay nắm bắt và ngược lại tồn tại trong thời gian lâu và kĩ càng cũng được lợi: Tế sớm khỏi ruồi; Ăn sau là đầu quét dọn; Ngồi dai khoai nát; Mù trời mới bắt được kết; Cơm có bữa, chợ có chiều; Gió muôn càng nhiều hạt chắc; Trước lạ sau quen; Sống lâu lên lão làng... (14) Thể hiện YNHÂ chỉ: cuộc sống thuận theo quy luật tự nhiên là luôn vận động, thay đổi, phát triển tự nhiên, không có cái gì là bất biến, sự thay đổi ấy luôn kéo cái này theo cái kia tương ứng: Không mợ thì chợ vẫn đông; Con chị đi, con dì lớn; Cầu gãy còn đò, giếng cạn còn sông; Tiền của như nước thủy triều; Bắc đến đâu, dầu đến đấy; Có sông có nước thì có cá; Cá treo thì mèo nhịn đói; (15) Thể hiện YNHÂ chỉ: cái gì cũng có nguyên nhân, sai lầm nhỏ cũng sẽ có thể gây ra hậu quả lớn và một khi đã gây ra lỗi lầm thì phải chịu hậu quả: Chua ngọt tại cây; Cơm khô tại lửa; Lộn con toán, bán con trâu; Sai một li đi một dặm; Có gan ăn cắp, có gan chịu đòn; Bán không nên, phải

đền đạn; Bút sa gà chết...; (16) Thể hiện YNHÂ chỉ: thật thà hơn gian dối, ranh ma; ai cũng muốn lợi; có còn hơn không: Đi buôn nói ngay bằng đi cày nói dối; Không có ghẻ chẳng phải né ruồi; Đồng tiền lặn, nhân nghĩa kiệt; Ai ưa dưa khú bù già; Nhà hàng nói thách, làm khách trả rẻ; Ai trông bán đất mà ngồi chợ trư; Năm thằng có tóc, ai nắm thằng trọc đầu; Lúa thóc tới đâu, bồ câu tới đó; Cửa ngon đến miệng ai từ; Bán lỗ còn hơn xách rổ về không; Bán rẻ còn hơn ngồi không, ... (17)

Thể hiện YNHÂ chỉ tâm lí trong MB thiết thời thì hay kêu ca, hay xem là lớn, chê trách thói tham lam: *Cá sẩy là cá lớn; Có cá mòi, đòi cá chiên; Tiền có ít thịt muốn nhiều; Cá chết về mòi; Rọc lá chừa bèo... (18) Thể hiện YNHÂ chỉ tâm lí trong MB, như: Hàng thịt nguyệt hàng cá, Bán hàng nói thách, làm khách trả rẻ; Có đất hàng tôi mới trôi hàng bà; Bán rẻ về tất, bán đất về trư; Rẻ thì mua chơi, đắt thì nghỉ ngơi đồng tiền; Đắt ra quế, ế ra củi; Vàng bạc có giá, tôm cá theo buổi chợ; Trâu trao chạc, bạc trao tay; Chê cam sành gập phải quýt hôi...*

3.2.6.10. Lược đồ văn hóa từ xưng hô tạo ý nghĩa hàm ẩn

TXH chịu sự chế định nghiêm ngặt của nguyên tắc lựa chọn, nguyên tắc thói quen, qui tắc XH, qui tắc sử dụng NN, nghi thức GT của đặc trưng tâm lí, văn hóa dân tộc qui định để tạo YNHÂ (trở lại ví dụ (76, tr 131), chương 4) cùng một cơ chế, có thể tạo nhiều YNHÂ khác nhau. Người nghe tùy theo các điều kiện đi kèm mà có thể nhận biết đầy đủ hoặc quá sai lệch ý đồ của người nói (ý đồ thì ít mà suy ý thì nhiều hoặc ngược lại). Sự hiểu ý nhau ít/nhiều làm cho cơ chế mở/ đóng từ hai phía tương tác nhau. Quá trình lập mã- giải mã trùng nhau, mở rộng, hay thu hẹp. Cơ chế YNHÂ mở thường ở ý nghĩa thẩm mĩ trong văn thơ. Cơ chế YNHÂ đóng thường ở hội thoại GT. Cơ chế mở/đóng tạo YNHÂ phải dựa vào CTLC. Quá trình tạo YNHÂ làm cho CTLC càng hoàn thiện hơn, chuẩn hơn, quen hơn, tạo hiệu lực hơn, phong cách đa dạng hơn.



Cơ chế mở của nghĩa hàm ngôn

3.3. TIỂU KẾT

1. Khi nghiên cứu hành động hỏi, chúng tôi đặc biệt lí giải *cấu trúc lựa chọn tạo nghĩa hàm ngôn*, là sản phẩm tất yếu của hoạt động ngôn ngữ trong GT mua bán.

2. *Cơ chế tạo nghĩa hàm ẩn* này chính là *sự lựa chọn chất liệu ngôn ngữ* thuộc về *yếu tố ngôn ngữ* ở các cấp độ, các bình diện khác nhau theo *hướng động* của CTLC tạo nghĩa hàm ẩn với sự tận dụng tối đa *yếu tố phi ngôn ngữ*, kết hợp với sự chế biến lại ngôn ngữ trong *tư duy của người lập mã* và *giải mã* là *yếu tố thứ ba*, biến CTLC thành *cấu trúc ngôn ngữ siêu đoạn tính*, thành biến thể siêu ngôn ngữ (ẩn dụ phức hợp) *tạo nên hệ thống đơn vị nghĩa mang tính chỉnh thể*.

3. Vấn đề tri nhận thông tin gắn với hành động NN, thông qua YNHÂ của CTLC trong GTMB không đơn giản chỉ là vấn đề nhận dạng nghĩa khái niệm sẵn có của ngôn từ, mà là *nhận dạng nghĩa mới theo hướng động, hướng ngữ dụng* và *tạo hiệu lực GT*, qua môi trường cụ thể với điều kiện tâm lí XH xác định.

4. Quá trình thực hiện nguyên lí cộng tác (để bảo đảm quyền lợi thiết thân) trong GTMB đã làm cho các đối tác thực hiện nguyên lí lịch sự, tạo lập quan hệ, tình cảm một cách rộng mở trên nhiều bình diện thông qua CTLC. Điều này đã chi phối đặc điểm hàm ngôn mang tính ngữ dụng cao trong thực tiễn GT.

CHƯƠNG 4: TỪ XUNG HÔ VÀ CÁCH XUNG HÔ CỦA PHÁT NGÔN CHỨA HÀNH ĐỘNG HỎI TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN

4.1. KHÁI QUÁT TỪ XUNG HÔ VÀ CÁCH XUNG HÔ

4.1.1. Vai trò của từ xưng hô (TXH) và nhiệm vụ nghiên cứu

Xưng hô là một hoạt động và là HĐNN có vai trò quan trọng, không thể thiếu trong quá trình lập luận, tạo ra PN để thực hiện hoạt động GT nói chung và GTMB nói riêng. TXH được xem như một phương tiện để bộc lộ tương tác XH, để thực hiện chức năng giao tiếp và chịu sự chế định của nguyên tắc lựa chọn, nguyên tắc thói quen của các qui tắc XH, của nghi thức GT, của qui tắc sử dụng NN, của đặc trưng tâm lí, văn hóa dân tộc qui định. TXH là cấu trúc động, linh hoạt, biến thiên phong phú và đa dạng trong hành chức NN. Nó luôn có sự điều chỉnh sao cho phù hợp với ngữ cảnh nói năng nhằm đạt được hiệu quả GT cao nhất nhằm *"thu hẹp khoảng cách"* với đối tượng GT. HĐNN xưng hô phải được cộng đồng chấp nhận, có qui ước phù hợp với hoàn cảnh GT, mối quan hệ cá nhân, truyền thống văn hóa... Vì vậy, TXH có cách lựa chọn các yếu tố NN tương đối riêng biệt. Tính chất *riêng biệt* được nhấn mạnh trong luận án này chính bởi cách sử dụng và tần số sử dụng chúng trong mua bán,

Khi nghiên cứu vấn đề này, chúng tôi sẽ lần lượt trả lời các câu hỏi với *"ai"*: Ai có mối quan hệ với ai?; *"cái gì"*: Ai xưng cái gì với ai? Ai hô cái gì với ai?; *"như thế nào"*: xưng hô như thế nào là hiệu quả ?; *"khi nào"*? Khi nào thì dùng TXH này?...; *"ở đâu"*? Dùng TXH này ở đâu?; *"tại sao"*? Tại sao dùng TXH này mà không thể dùng TXH khác?; *"bằng cách gì?"* Xưng hô bằng gì cho phù hợp?...

4.1.2. Tình hình nghiên cứu từ xưng hô và cách xưng hô

Từ trước đến nay đã có nhiều công trình nghiên cứu về TXH và CXH, nhưng việc nghiên cứu chúng trong phạm vi MB thì chưa có công trình nào đề cập đến một cách đầy đủ và hệ thống. Vấn đề TXH tiếng Việt, có 2 giai đoạn:

4.1.2.1. Từ xưng hô tiền dụng học

Đó là công trình từ rất sớm của Alexandre de Rhodes, từ năm 1651 trong cuốn “*Từ điển Bồ Đào Nha-Latinh*” đã dành một số trang miêu tả TXH tiếng Việt. Tiếp theo, Trương Vĩnh Kí đã cung cấp bảng đại từ nhân xưng vào năm 1884. Sau đó là cách gọi “*đại danh từ*” của Trần Trọng Kim trong cuốn “*Việt Nam văn phạm*”, Hà Nội, 1940. Năm 1951, M. B Emeneau trong công trình “*Studies in Vietnamese grammar*” đã dành hơn ba mươi trang viết về đại từ. Năm 1965 tác giả Thompson L. C cũng chú ý đến các mức độ (levels) biểu cảm của TXH.

Các nhà Việt ngữ cũng đã có những công trình bàn đến TXH. Có thể kể đến Nguyễn Tài Cẩn, Đinh Văn Đức, tuy không phải là công trình chuyên khảo về TXH nhưng cũng đề cập đến TXH tiếng Việt tương đối có hệ thống trong các công trình nghiên cứu từ loại nói chung. Lương Văn Hy trong cuốn “*Thực dụng diễn từ và ý nghĩa ngữ học-hệ thống quy chiếu về người trong tiếng Việt*” (1990) nghiên cứu từ thân tộc, từ chỉ chức nghiệp, đại từ nhân xưng. Nguyễn Phú Phong (1960) “*Đại danh từ nhân xưng tiếng Việt*”, xét TXH dưới góc nhìn ngữ pháp học.

4.1.2.2. Từ xưng hô trong dụng học của ngôn ngữ giao tiếp

Cho đến các công trình của Nguyễn Văn Chiến, Như Ý, Bùi Minh Yến, Nguyễn Minh Thuyết, Hoàng Thị Châu, Bùi Khánh Thế, Bùi Mạnh Hùng, Mai Xuân Huy, Phạm Ngọc Thương, Nguyễn Văn Quang, Phạm Ngọc Hàm, Trương Thị Diễm, Hoàng Anh Thi, Lê Thanh Kim... thì việc nghiên cứu TXH đã thực sự tiếp cận theo hướng hoạt động hành chức GT, với sắc thái biểu cảm xưng hô, cấu trúc xưng hô, chiến lược xưng hô, tình huống xưng hô, phạm vi xưng hô... Những kết quả

nghiên cứu về TXH của các tác giả đi trước đã đặt nền móng và tiền đề quan trọng giúp chúng tôi nghiên cứu vấn đề này.

4.1.3. Khái quát mối quan hệ giữa từ xưng hô với cấu trúc lựa chọn

TXH là một trong những nhân tố quan trọng trong CTLC của PN chứa HĐH trong sự kiện lời nói MB. Nó là một yếu tố NN được tạo lập, lựa chọn sao cho phù hợp với hoàn cảnh GT, chiến lược GT, mục đích GT, nên buộc phải dựa vào CTLC. Ngược lại, khi CTLC được sử dụng, TXH/CXH làm cho CTLC càng được hoàn thiện hơn, trở thành khuôn mẫu hay hơn, tinh tế hơn, quen thuộc hơn.

TXH / CXH có mối quan hệ chặt chẽ với CTLC ở các nhân tố sau: thứ nhất, **việc lựa chọn vai GT trong quan hệ cá nhân và quan hệ XH.** Bởi con người là sự tổng hoà các mối quan hệ XH, nên mỗi cá nhân có thể có nhiều vai GT rất đa dạng. Chúng tôi tạm gọi là một bộ vai, bao gồm các tư cách vai khác nhau. Chẳng hạn như: cha, thủ trưởng, người mua... Thứ hai, **việc lựa chọn vai GT sao cho phù hợp theo mỗi quan hệ với người đối thoại.** Thứ ba, **việc lựa chọn vai GT sao cho phù hợp với ngữ cảnh GT.** Đó là những nhân tố XH- NN gắn liền với CTLC, có ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn và sử dụng các phương tiện NN như: trình độ, kinh nghiệm, phạm vi, đề tài, HT GT.... Thứ tư, **lựa chọn vai GT sao cho phù hợp với hàng loạt nhân tố khác gắn với ngữ cảnh,** đó là các nhân tố : thứ bậc, tuổi tác, địa vị, động cơ, nhân cách, lối sống, nghề nghiệp, tính chất, chức năng, ...

Thứ năm, **lựa chọn theo quan hệ tôn ti trong gia tộc,** dựa trên các quan hệ máu mủ: có/ không; lớp thế hệ trước/ sau; giới tính; trên dưới; lớn bé; nội ngoại... Thứ sáu, **lựa chọn theo quan hệ quyền uy hay vị thế** tạo ra khoảng cách trong quan hệ ứng xử XH, dựa trên các yếu tố địa vị XH, giới tính, tuổi tác... Thứ bảy, **lựa chọn và xác định vai theo quan hệ kết liên** hay kết hợp nhiều quan hệ theo một tọa độ xác định hai chiều do trục vị thế và trục thân cận. Ví dụ (93): B:Chú ơi, chú mua gì giùm cháu đi!;

M: Bộ anh già lắm sao?; B: Thì..., anh mua gì thì chọn đi?...

Ở (93), người bán sử dụng TXH với một kiểu thiết lập quan hệ liên nhân thân thiết, đương nhiên là mối quan hệ tạm thời, không bền vững. Xưng hô kiểu quan hệ gia đình “anh”, một cách kính trọng đối với người mua nhằm mục đích bán cho được hàng. Nhưng người mua đã không đồng tình với TXH “anh”, đã thể hiện YNHÁ khác bằng một HĐH thừa, cố ý vi phạm phương châm về lượng.

4.2. PHÂN LOẠI TỪ XUNG HÔ

4.2.1. Phân loại hai nhóm khái quát của hệ thống từ xưng hô trong tiếng Việt

Chúng ta biết rằng trong nhiều ngoại ngữ, ví dụ như tiếng Anh chẳng hạn, chỉ có vài TXH, còn trong tiếng Việt số lượng TXH, kể cả loại đại từ nhân xưng và phi đại từ nhân xưng, hơn gấp nhiều lần. Tuy rằng hệ thống TXH trong tiếng Việt rất phong phú và đa dạng, nhưng tựu trung lại chúng chỉ gồm hai nhóm lớn :

- **Đại từ nhân xưng**, đây là nhóm đại từ nhân xưng chuyên dùng của tiếng Việt: *tôi, tao, tớ, ta, người ta, mày, bay, mi, mình, nó, hắn, gã, thị, ả, chúng, họ, chúng tôi, chúng ta, chúng nó, người, chàng, thiếp...*

- **Phi đại từ nhân xưng**, hầu hết TXH của nhóm phi đại từ nhân xưng có nguồn gốc từ loại **đanh từ**, bao gồm các nhóm : thứ nhất là các danh từ chỉ quan hệ thân tộc: ông, mẹ, ...; thứ hai là các danh từ chỉ chức vụ XH: chủ tịch, sếp...; thứ ba là các danh từ chỉ nghề nghiệp: cô giáo, cán bộ...; thứ tư là các danh từ chỉ tên riêng : Hồng, Lan...; thứ năm là các danh từ chỉ cách gọi thay vai: ba xấp nhỏ...

Các tiêu chí để phân biệt hai nhóm chính

1/ Các tiêu chí chính này là: *tính chuyên dùng; tính lâm thời; tính sử dụng hay không sử dụng ở một ngôi xác định; tính mang vai thực thụ; tính lịch sử lâu đời, tính nguồn gốc rõ ràng hơn; tính rộng hẹp của phạm vi sử dụng.*

2/ Bên cạnh đó chúng còn được phân biệt bởi ba tiêu chí khác:

- Tiêu chí *ý nghĩa*: đại từ nhân xưng là những từ thường mang ý nghĩa chiếu vật, còn nhóm phi đại từ nhân xưng mang ý nghĩa của danh từ chỉ sự vật.

-Tiêu chí *chức năng-vai trò sử dụng*: đại từ nhân xưng thường chỉ sử dụng ở một ngôi xác định, dùng để “xưng” hoặc “hô” còn nhóm phi đại từ nhân xưng thường được sử dụng để “xưng” lẫn để “hô”

-Tiêu chí về *khả năng kết hợp*: đại từ nhân xưng thường không có khả năng kết hợp trực tiếp với đại từ chỉ định hoặc định ngữ ở sau nó, còn nhóm phi đại từ nhân xưng thì lại có khả năng kết hợp như của danh từ.

Những điều nêu trên được trình bày một cách vắn tắt theo bảng sau đây:

STT	CÁC TIÊU CHÍ PHÂN BIỆT HAI NHÓM LỚN	ĐẠI TỪ NHÂN XƯNG	PHI ĐẠI TỪ NHÂN XƯNG
1	<i>-tính chuyên dùng</i>	(+) nhiều	(-) ít
2	<i>-tính lâm thời</i>	(-) ít	(+) nhiều
3	<i>-tính chất sử dụng hay không sử dụng ở một ngôi xác định</i>	(+) nhiều	(-) ít
4	<i>-tính mang vai thực thụ</i>	(+) nhiều	(-) ít
5	<i>-tính lịch sử lâu đời,</i>	(+) nhiều	(-) ít
6	<i>-tính chất nguồn gốc rõ ràng hơn</i>	(+) nhiều	(-) ít
7	<i>- tính rộng hẹp của phạm vi sử dụng</i>	(+) rộng	(-) hẹp
8	<i>-ý nghĩa</i>	Chiếu vật	Danh từ
9	<i>-chức năng - vai trò sử dụng</i>	Một ngôi	Hai ngôi
10	<i>-về khả năng kết hợp</i>	(-) ít	(+) nhiều

Sơ đồ 4.1

4.2.2. Các tiêu chí phân loại TXH một cách vừa khái quát, vừa cụ thể

STT	CƠ SỞ-TIÊU CHÍ	PHÂN LOẠI TXH	TXH CỤ THỂ
1	<i>Xét theo tiêu chí sử dụng TXH cố định hay lâm thời trong ngữ cảnh</i>	-TXH thực sự cố định:có đặc điểm là mang ý nghĩa chiếu vật và có những từ chuyên biệt để chỉ các ngôi 1, 2, 3	-tôi, tao, mình, chúng mình... -mày, chúng mày, -nó, hắn, ả, y, cụ, thị...
		- TXH lâm thời: lâm thời dùng trong ngữ cảnh với chức năng tương đương như đại từ và phân bố sử dụng được ở cả 3 ngôi: DT chỉ quan hệ thân tộc, DT chức vụ, nghề nghiệp, nơi chốn, quan hệ XH, tên riêng...	-ông, bà, anh, chị, cô, bác... -tổng thống, bộ trưởng, ... -đây, đấy, đó, đằng ấy... -bạn, đồng chí, ... -Nguyễn Văn A
2	<i>Xét theo tiêu chí vị trí người nói/ nghe trong cuộc thoại</i>	- TXH trực diện, trực tiếp -TXH không trực diện, gián tiếp	-tao, mày, anh, bác, mình, ... -nó, hắn, ả, cô ta, bà, ông...
3	<i>Xét theo tiêu chí tính chất nghi thức của cuộc thoại</i>	-TXH nghi thức -TXH không nghi thức	-Tên, chức vụ... -tao, mày ...
4	<i>Xét theo tiêu chí mức độ thân sơ, mức độ tình cảm của</i>	-TXH có tính chất thân mật	-mày, tao, tớ, bồ, cậu, cô, chú, bác, bố, dì...
		-TXH có tính chất ghét nhau.	-hắn, cụ, bà, cô ta, mày, tao...

	<i>người nói/nghe trong cuộc thoại</i>	-TXH có tính chất xã giao bình thường	-tôi, anh, cô, chú, bác, dì...
		-TXH có tính chất thông báo khách quan	-tôi, đồng chí, giám đốc...
5	<i>Xét theo tiêu chí phân cấp các bậc</i>	-TXH bậc trên	-ông, bà, bác, cô, dượng...
		-TXH ngang vai, cùng lứa	-tôi, mình, tớ, mày, tao, bạn...
		-TXH bậc dưới	-con, cháu, mày, em...
6	<i>Xét theo tiêu chí quan hệ hôn nhân</i>	-TXH thuộc họ nội	-bác, cô, chú...
		-TXH thuộc họ ngoại	-cậu, mợ, dì, ..
7	<i>Xét theo tiêu chí tuổi tác</i>	-TXH dành cho người cách xa mình khoảng 2 thế hệ (có tuổi)	-ông, bà...
		-TXH dành cho người cách xa mình khoảng 1 thế hệ (có tuổi)	-cô, chú, bác, ...
		-TXH dành cho người khoảng cùng thế hệ, cùng tuổi với mình hay nhỏ tuổi hơn mình (thanh niên hay thiếu niên)	-anh, chị, mình, bồ...
8	<i>Xét theo tiêu chí giới tính</i>	-TXH dành cho phái nam	-bác, chú, cậu, dượng...
		-TXH dành cho phái nữ	-chị, thím, mợ, cô...

		-TXH dùng chung cho cả 2 phái	-bác, bạn, đồng chí, bồ...
9	<i>Xét theo tiêu chí có quan hệ huyết thống</i>	-TXH thân tộc có quan hệ trực hệ...	-cô, bác, dì, anh, em...
		-TXH thân tộc có quan hệ khác dòng	-dượng, mợ, thím...
10	<i>Xét theo tiêu chí phương ngữ, địa phương</i>	-TXH thuộc phương ngữ Bắc Bộ	-bá, bố...
		-TXH thuộc phương ngữ Trung	-mệ, mẹ...
		-TXH thuộc phương ngữ Nam Bộ	-tía, má...
		-TXH cho cả 3 vùng	-ông, bà, dì...
11	Tiêu chí nghề nghiệp	-Tùy theo nghề nghiệp	-cô giáo, thầy thuốc, bác sĩ...
12	<i>Tiêu chí đề tài</i>	-Tùy theo đề tài (bình thường, nhạy cảm...)	-cô, chú, mày, tao...
13	<i>Tiêu chí chức vụ</i>	-Tùy theo chức vụ	-giáo sư, chủ tịch...
14	Tiêu chí gọi tên định danh	-Tùy theo tên riêng, bí danh	-Nguyễn Thị B...
15	<i>Tiêu chí thói quen, phong cách, văn hóa, trình độ, ứng xử</i>	-Tùy theo thói quen, phong cách của từng vùng, gia đình, cá nhân	-tía, u, bầm, o, ung...

Sơ đồ 4.2

Hệ thống TXH tiếng Việt không phải là một hệ thống tĩnh tại, bất biến mà là hệ thống mở và động. Từ một vài đại từ nhân xưng gốc, có tính mang vai thực thụ ban đầu, hệ thống TXH tiếng Việt đã dần dần bổ sung thêm một số lượng lớn các TXH khác. *Người sử dụng các TXH dựa trên các tiêu chí này, đồng thời lựa chọn và kết hợp các tiêu chí này với nhau sao cho phù hợp với hoàn cảnh GT, thái độ, tình cảm, mối quan hệ liên cá nhân, mục đích GT, truyền thống văn hóa, cách ứng xử cá nhân, tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, trình độ, trạng thái thể chất, trạng thái tâm lí, tính tình.*

4.3. CÁC KHUÔN MẪU XƯNG HÔ TRONG GIAO TIẾP THÔNG THƯỜNG VÀ GIAO TIẾP MUA BÁN

Cách xưng hô trong tiếng Việt cũng rất phong phú và đa dạng. Tính khuôn mẫu của xưng hô dựa theo các tiêu chí sau đây: *ngghi thức/ không ngghi thức; chủ quan/ khách quan; hiển ngôn/ hàm ngôn; quy phạm/ không quy phạm; chuẩn mực/ không chuẩn mực; ...*

4.3.1. Xưng hô bằng đại từ nhân xưng

Đây là lớp TXH chuyên dụng, có từ lâu đời, khác với lớp từ phi đại từ nhân xưng được chuyển hóa chỉ thuần túy được sử dụng vào xưng hô có tính lâm thời. Đó là các từ: *tôi, tao, ta, mình, tớ, người ta, mày, ấy, ngài, thị, hấn, nó, y, lão, mụ.*

4.3.2. Xưng hô bằng họ và tên

Đây cũng là một CXH mang tính biểu cảm khá cao và cũng có phạm vi sử dụng tương đối rộng. Cách vận dụng phương thức xưng hô này như thế nào là tùy quan hệ giữa các nhân vật. Mối quan hệ đó có thể ở các mức độ khác nhau, thân mật hay không thân mật, quyền uy hay không quyền uy, mức độ vị trí cao thấp khác nhau, mức độ tuổi tác khác nhau... Nhưng có một điều kiện nổi bật của cách thức xưng hô này là sự quen biết nhau của đôi bên GT hoặc ít nhất một bên. Xưng hô bằng họ và tên, gồm các cách thức sau:

(1) Xưng hô bằng tên : ví dụ như Tám, Hương...; (2) Xưng hô bằng tên kết hợp với danh từ thân tộc được chuyển thành danh từ chỉ đơn vị: ví dụ như bác Lam, chú Hoài... (3) Xưng hô bằng tên đệm cộng tên : ví dụ như Văn Dũng...; (4) Xưng hô bằng họ : ví dụ như :Trần, Nguyễn...; (5) Xưng hô bằng họ kết hợp với từ thân tộc : ví dụ như bác Trần, chú Nguyễn...; (6) Xưng hô bằng đầy đủ họ và tên : ví dụ như Bùi Thị An...; (7) Xưng hô bằng đầy đủ họ và tên kết hợp với từ thân tộc: ví dụ như anh Phạm Ba; (8) Xưng hô bằng tên kết hợp danh từ thân tộc và danh từ chức vụ: ví dụ, bác Giám đốc Chi, ...; (10) Xưng hô đầy đủ họ tên kết hợp với danh từ thân tộc và danh từ chức vụ : ví dụ chú Tổng giám đốc Nguyễn Nam; (11) Xưng hô bằng danh từ chức vụ và tên : ví dụ, giám đốc Bình...; (12) Xưng hô bằng họ cộng danh từ chức vụ: ví dụ, hiệu trưởng Trần, ...; (13) Xưng hô bằng từ chức vụ kết hợp họ tên : ví dụ, bí thư Trần Thị B...

4.3.3. Xưng hô bằng danh từ chỉ thân tộc- chức vụ- nghề nghiệp - số từ- vị từ được chuyển loại

(1) Danh từ XH thân tộc, ví dụ: cô, dì, chú bác, anh, chị, em, ... (94):”Cô ơi, mua gì vậy cô?”; (2) Xưng hô bằng số thứ tự, ví dụ: Hai, Ba, Tư, Năm... (95)” Hai à, mua gì giùm cô đó?”; (3) Xưng hô bằng chức danh, ví dụ: Giám đốc, Chủ tịch, ... (96):”Giám đốc thích chọn gì?”; (4) Xưng hô bằng từ chỉ định nơi chốn; ví dụ: này, kia, đây, đó... (97):” Không bán thì đây đi chỗ khác!”; (5) Xưng hô bằng từ chỉ quan hệ XH, ví dụ: bạn, đồng chí, bồ... (98):” bồ có gạo ngon không? Cân cho mấy kí!”; (6) Xưng hô bằng từ nghề nghiệp, ví dụ: Xe thô, xích lô, . . (99)“ Chị bán cá ơi, lại đây!”; (7) Xưng hô bằng vị từ chuyển hóa, ví dụ : cứng, bé, út,...

4.3.4. Xưng hô bằng cách thay vai hay tên của người thân

(1) Xưng hô bằng tên của những người thân thuộc như chồng, vợ con... Ví dụ (100):” Mua gì vậy chị Quý?” (Quý là tên gọi chồng chị ta); (2) Xưng hô bằng cách

thay vai người thân thuộc như chồng, vợ con... Ví dụ (101):” Sao bún chua quá vậy hở má thằng Tí?”

4.3.5. Xưng hô bằng sự kết hợp: 1) DT thân tộc kết hợp với DT chỉ nghề nghiệp; (2) DT thân tộc kết hợp với DT chỉ chức danh; (3) DT chức danh kết hợp DT chỉ nghề nghiệp; (4) DT thân tộc kết hợp với danh từ chỉ tên họ với danh từ chỉ nghề nghiệp (5) DT thân tộc kết hợp với DT chỉ tên họ và DT chỉ chức danh.

<i>Các CXH trong GT thông thường</i>	<i>Phân loại cụ thể các CXH</i>	<i>Các cách dùng với người quen GTMB</i>			<i>Các cách dùng với người lạ GTMB</i>		
		(+)	(ít)	(0)	(+)	(ít)	(0)
<i>Xưng hô bằng họ và tên</i>	-Xưng hô bằng tên	+					+
	-Xưng hô bằng tên đệm cộng tên		+				+
	-Xưng hô bằng họ			+			+
	-Xưng hô đầy đủ họ và tên. v. v.			+			+
<i>Xưng hô bằng TXH</i>	-Đại từ nhân xưng	+			+		
	- Danh TXH thân tộc	+			+		
	-Xưng hô bằng số thứ tự	+			+		
<i>Xưng hô bằng các danh từ</i>	-Xưng hô bằng danh từ chỉ chức danh		+				+
	-Xưng hô bằng danh từ chỉ nơi chốn		+			+	
	-Xưng hô bằng danh từ chỉ quan hệ XH		+			+	
	-Xưng hô bằng danh từ nghề nghiệp		+				+
<i>Xưng hô bằng cách thay vai của những người thân thuộc</i>	-Thay vai hay tên của: chồng, vợ, con	+					+
<i>Xưng hô bằng sự kết hợp</i>	-Từ thân tộc kết hợp với từ nghề nghiệp	+			+		
	- Từ thân tộc kết hợp với từ chức danh		+				+
	-Từ thân tộc kết hợp với số thứ tự trong gia đình, người thân.	+			+		
	-Từ thân tộc kết hợp với tên	+				+	

Sơ đồ 4.3

4.4. TỪ XƯƠNG HỘ THÂN TỘC TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN

4.4.1. Khái quát từ xương hộ thân tộc

Ngoài lớp TXH thực sự cố định ví dụ như: tôi, tao, ta, mày, bay, hắn..., chúng tôi đặc biệt chú ý tới lớp TXH lâm thời: danh từ chỉ quan hệ thân tộc; chỉ chức vụ; chỉ nghề nghiệp, nơi chốn, quan hệ XH ...trong đó, chúng tôi nhận thấy tần số sử dụng danh từ chỉ quan hệ thân tộc chiếm tỉ lệ cao nhất, nhất là trong các PNH thuộc GTMB. Xu hướng xương hộ bằng danh từ chỉ quan hệ thân tộc, "gia đình hóa" của người Việt rất phổ biến, tức dùng TXH chỉ quan hệ thân tộc đối với những người không có quan hệ họ hàng. Điều này có thể lí giải được, bởi vì hệ thống TXH thân tộc tiếng Việt có khả năng thực hiện được nhiều chức năng đồng thời với các HDNN khác. Đó là các **chức năng**: *Chức năng quy chiếu* các nhân vật GT nhằm mục đích giải đáp các PNH "ai nói"; "nói với ai"; "nói tới ai"; *Chức năng định vị XH* của người tham gia GT: *về vị thế XH, định vị về tuổi tác, chức vụ, nghề nghiệp, năng lực, trình độ, tình trạng sang hèn, địa bàn cư trú thành thị hay thôn quê, phương ngữ nơi này nơi khác...*; *Chức năng tạo lập quan hệ GT*, xác định mức độ thân – sơ... Tất cả các chức năng trên đều bị chi phối bởi các **nguyên tắc** cơ bản sau đây: (1) nguyên tắc *trọng tình truyền thống*; (2) nguyên tắc *lịch sự*; (3) nguyên tắc *quyền lợi*; (4) nguyên tắc *bảo đảm tính khiêm tốn* "xương khiêm – hộ tôn"; (5) nguyên tắc *tạo lập quan hệ*; (6) nguyên tắc *lấy mình làm trung tâm để quy ra các quan hệ xương hộ; hoặc lấy người khác làm trung tâm để quy ra các quan hệ xương quanh*; (7) nguyên tắc "gia đình hóa"; (8) nguyên tắc *tình cảm* "điều hòa độ thân mật, không điều hòa độ thân mật"; nguyên tắc *thân sơ dựa trên quan hệ cá nhân*; (9) nguyên tắc *tôn ti trên dưới* (coi trọng vị thế); (10) nguyên tắc *đồng nhất* (tình cảm, xem nhẹ sự khác biệt).

Thành phần ý nghĩa biểu cảm trong TXH gồm: thành tố cảm xúc- cảm tính chỉ mối quan hệ giữa ý nghĩa của từ với phạm vi tri giác tình cảm- cảm xúc tương liên

với cái chỉ xuất vốn có của từ và *thành tố bình giá - lí tính* chỉ mối quan hệ giữa ý nghĩa của từ với phạm vi tri giác đánh giá kiểu “đúng -sai; tán thành - không tán thành” tương liên với cái chỉ xuất vốn có của từ. Thành phần *ý nghĩa sử dụng*, trong TXH gồm: thành tố chỉ *mối quan hệ giữa người sử dụng và phạm vi sử dụng* của từ tương liên với cái chỉ xuất vốn có của từ; và thành tố chỉ *mối quan hệ của người sử dụng với thói quen sử dụng* được mọi người trong XH cho là chuẩn, đúng, mẫu mực, bảo đảm tính thống nhất và tính ổn định của văn hóa dân tộc. Đối với các *đại từ nhân xưng thực thụ* của tiếng Việt nói chung, các *thành tố trong ý nghĩa hàm chỉ* của chúng thường mang *sắc thái biểu cảm hoặc trung hòa hoặc âm tính- không lịch sự*. Còn nhóm *phi đại từ nhân xưng*, mà chủ yếu là nhóm *danh từ chỉ quan hệ thân tộc* hoàn toàn có thể đáp ứng yêu cầu thể hiện các mức độ biểu cảm khác nhau của các thành tố trong ý nghĩa hàm chỉ. Thường có bốn *mức độ biểu cảm* tiêu biểu sau đây: *trang trọng- trung hòa- thân mật- coi thường*. Đồng thời nhóm *danh từ chỉ quan hệ thân tộc* còn thể hiện các thế đối lập rõ nét (được trình bày trong các sơ đồ 4.2; sơ đồ 4.3; sơ đồ 4.4), khi xưng hô ở cả các vai GT mà nhóm *đại từ nhân xưng* không thể đáp ứng một cách đầy đủ, thể hiện rõ nét các nguyên tắc GT của người Việt.

4.4.2. Nguồn dữ liệu phân tích

Để có một cách nhìn khách quan hơn về TXH được dùng trong GTMB, chúng tôi đã xem xét 1000 cuộc thoại thu âm được tại Hà Nội, Nha Trang, Thành phố Hồ Chí Minh trong phạm vi các nơi mua bán. Chúng tôi đã liệt kê và phân loại các PN chứa HÐH trong các cuộc thoại đó. Kết quả khảo sát cho thấy 80% các PNHMB sử dụng các *danh từ chỉ quan hệ thân tộc* để làm từ ngữ xưng hô.

4.4.3. Phân tích kết quả từ xưng hô thân tộc trong giao tiếp mua bán

Thực ra, kết quả thống kê về việc sử dụng TXH chỉ quan hệ thân tộc cũng chỉ tương đối. Bởi vì trong một cuộc thoại MB, TXH được sử dụng nhiều lần, thậm chí trong một cuộc thoại người mua và người bán cũng nhiều lần thay đổi TXH tùy theo

chiến lược GT. Tuy nhiên, chúng tôi cố gắng đưa ra một tỉ lệ tương đối như sau: **ông** (20/500, tỉ lệ 4%); **ngoại, nội** (10/500, tỉ lệ 2%), **bà** (50/500, tỉ lệ 10%); **anh, bác, chú** (36/500, tỉ lệ 7, 2%); **chị, cô, o, dì** (202/500, tỉ lệ 40, 4%); **em, con, cháu** trong **cách hô** là (70/500, tỉ lệ 14%); ngược lại, **em, con, cháu** trong **cách xưng**, tỉ lệ rất cao (430/500, tỉ lệ 86%) ;**bố, ba, cha, thầy, tía, bọ** (12/500, tỉ lệ 2, 4%); **mẹ, bu, má, u, bầm, mạ, mẹ, mợ** (20/500, tỉ lệ 4%); **cậu** (15/500, tỉ lệ 3%); **dượng** (3/500, tỉ lệ 0, 06%); **bác (bác gái, 30/500, tỉ lệ 6%); thím** (23/500, tỉ lệ 4, 6%); **mợ** (9/500, tỉ lệ 1,8%).

4.4.4. Khảo sát từ xưng hô thân tộc trong giao tiếp mua bán

4.4.4.1. Xét các từ "dượng" - "mợ"

Các từ "dượng" "mợ" có chung một nét nghĩa lớn là "không có quan hệ huyết thống" và đối lập nhau ở nét nghĩa "giới tính".

a/ Phân biệt: "dượng 1": là chồng của cô hay dì

"dượng 2": là anh hay em rể của chồng hoặc của vợ

"dượng 3": là chồng sau của mẹ (dượng ghẻ)

Nét nghĩa "không có quan hệ huyết thống", vừa chỉ người *dưng*, vừa chỉ "rể là khách" trong gia đình. Điều này thể hiện quan niệm của người Việt: *trọng "dâu"* (vợ con trai) *hơn là "rể"* (chồng con gái). Nét nghĩa này *kết hợp với các thế đối lập: nam/ nữ; nội/ ngoại;* và nét nghĩa này *kết hợp với quan điểm so sánh hơn của người Việt: nam > nữ, nội > ngoại.* Tất cả các yếu tố trên đã làm cho vị thế của "dượng" càng bị đẩy ra xa. Kết quả là vị thế của "dượng" không cao. Nên TXH "dượng" không đáp ứng các yêu cầu ý nghĩa hàm chỉ *dương tính theo nguyên tắc lịch sự và quyền lợi trong MB.*

b/ Phân biệt:

"mợ 1" : là vợ của cậu (anh trai và em trai của mẹ) (mợ/ cháu, con)

"mợ 2" : là vai gọi vợ của em trai mẹ (+), không gọi vợ của anh trai mẹ (-)

“mợ 3”: là chị, em dâu của phía chồng hoặc phía vợ (vợ của em trai, anh trai của vợ), (mợ/ anh, chị, em)

“ mợ 4”: là vợ sau của cha (mợ ghẻ) (tùy theo nơi)

“mợ 5”: là cách gọi vai xưng hô vợ chồng trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng, thành thị hóa (*câu – mợ*)

“mợ 6”: là cách gọi vai của con cái với cha mẹ trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng và một số gia đình hiếm con.

c/ Nhận xét: Nét nghĩa “*không có quan hệ huyết thống*” và *kết hợp với thế đối lập*: nam/ nữ; nội / ngoại. Kết hợp với *quan điểm so sánh hơn* của người Việt: *nam > nữ, nội > ngoại*. Tất cả các yếu tố trên đã làm cho vị thế của “mợ” càng bị đẩy ra xa. Kết quả là vị thế của “mợ” không cao. Nên TXH “mợ” không đáp ứng các yêu cầu ý nghĩa hàm chỉ dương tính theo nguyên tắc lịch sự và nguyên tắc quyền lợi trong MB. [ví dụ (76), tr. 132] Tuy nhiên, khi xưng hô MB, người Việt vẫn sử dụng từ thân tộc “mợ”, vì quan niệm “*cháu dưng nội, tội dưng ngoại*”, hoặc vì phía ngoại bị thiệt thòi hơn nên đáng được quan tâm hơn, xét thấy có thể nên nâng vị thế lên. Bên cạnh đó, có một thời người Việt dùng “mợ” để chỉ *mẹ ruột, vợ* nên có khi TXH “mợ” được xét để *nâng vị thế cao hơn*. Mặt khác, trong quan hệ MB, từ chỉ thân tộc “*dưng*” ít được sử dụng hơn “mợ” vì trong phạm vi GT này, vị thế của *nữ thường cao hơn nam* vì tần số xuất hiện nhiều.

4.4.4.2. Xét các từ “thím” - “mợ”

Các từ “thím” “mợ” có chung hai nét nghĩa lớn là “*không có quan hệ huyết thống*” và *cùng “giới tính”* nhưng đối lập nhau ở nét nghĩa “*nội > ngoại*”.

a/ Phân biệt:

“thím 1” : là vợ của chú (em trai của cha) (thím/ cháu, con)

“thím 2” : là vai gọi vợ của em mình hoặc em chồng (em dâu) - (chị em bạn dâu), (thím/ chị, thím/ anh)

b/ Phân biệt các nghĩa vị của “mợ” (đã được xét ở mục b, 4.4.4.1)

c/ Nhận xét: nét nghĩa “*không có quan hệ huyết thống*” cũng đẩy vị thế của “*thím*” và “*mợ*” ra xa. Nhưng so sánh giữa “*mợ*” và “*thím*” thì “*thím*” mang sắc thái thân mật hơn rất nhiều, (nhất là vùng Trung và Nam). Có lẽ do quan niệm “*xây cha còn chú*” và “*chú được thiện cảm hơn “bác” (hình ảnh người anh tham lam và người em hiền lành, chịu thiệt thòi trong motif truyện cổ tích), (vì thím là vợ của chú)*. Riêng trong GTMB của người Việt, hai từ chỉ quan hệ thân tộc này vẫn được sử dụng nhưng ở *tần số thấp*. Vị thế của hai từ này rất khó so sánh, tùy theo phương ngữ, quan niệm, thói quen ở mỗi vùng mà từ này được dùng nhiều hơn từ kia và ngược lại. Như trong GTMB của phương ngữ Trung bộ, người vùng này sử dụng từ “*thím*” để gọi người phụ nữ đã có chồng một cách thân mật. Còn trong những tình huống mang sắc thái âm tính, tiêu cực (không hài lòng) thì phương ngữ Trung bộ lại dùng từ “*mợ*” (ví dụ 76, tr131). Ngược lại ở phương ngữ Bắc, từ thân tộc “*mợ*” lại kèm với sắc thái kính trọng, sang trọng, có sự phân biệt cao thấp rõ hơn từ thân tộc “*thím*”. Có lẽ xuất phát từ hai nét nghĩa: “*mợ 5*”: là cách gọi vai xưng hô vợ chồng trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng, thành thị hóa (*cậu – mợ*); “*mợ 6*”: là cách gọi vai của con cái với cha mẹ trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng và các gia đình hiếm con.

Trong các lĩnh vực GT khác nhau ngoài XH, nhất là ở phạm vi GT có tính chất nghi thức thì các từ chỉ quan hệ thân tộc “*dượng*” “*thím*” “*mợ*” rất hiếm hoặc không dùng để xưng hô, mà chỉ còn thực hiện chức năng định danh. Còn ở phạm vi GTMB của người Việt thì “*dượng*”, “*thím*”, “*mợ*” vẫn phát huy vai trò. Đó cũng là một điểm khác biệt của TXH chỉ quan hệ thân tộc trong phạm vi MB với các phạm vi GT khác. Song có điều cần lưu ý là tùy theo điều kiện của tính chất *lớn – bé, rộng-hẹp, nghi thức- không nghi thức, phong cách hành chính nhà nước trang trọng – phong cách bình dân* của cuộc thoại MB mà tần số sử dụng và ý nghĩa hàm chỉ sẽ ở

các mức độ khác nhau.

4.4.4.3. Xét các từ "cậu" - "đì"

Các từ "cậu" "đì" có chung một nét nghĩa lớn là "có quan hệ huyết thống đằng ngoài"; "không trực hệ" và đối lập nhau ở nét nghĩa "giới tính".

a/ Phân biệt:

"đì 1": là em gái hoặc chị gái của mẹ (đì/ cháu, con)

"đì 2": là từ để người phụ nữ cùng với chồng của mình gọi chị hoặc em gái của mình, (đì/ anh, chị)

"đì 3": là từ để xưng hay gọi người phụ nữ có tuổi và tương ứng khoảng vai với cha mẹ của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (đì/ cháu, con)

"đì 4": là từ để một người phụ nữ lớn tuổi hơn gọi một người phụ nữ khác một cách thân mật;

"đì 5": là từ gọi thay vai của con

"đì 6": từ dùng để gọi mẹ kế (vợ kế của cha)

Trong việc xưng hô thuộc phạm vi MB, từ chỉ quan hệ thân tộc "đì" được sử dụng ở một tần số khá cao, nhất là trong phương ngữ Trung bộ và Nam bộ. Xuất phát từ nét nghĩa "có quan hệ huyết thống" kèm theo quan điểm "xảy mẹ bú đì", người sử dụng đã nâng vị thế của "đì" lên một vị thế rất gần gũi, thân mật, có thể thực hiện chức năng *lich sự và gần bó quyền lợi* một cách thật hữu hiệu. Ví dụ (102), B: Sao lâu quá mà đì không ra nhà con chơi? Trời ơi, xấp nhỏ cứ nhắc đì hoài à? Bộ đì hồng nháy mũi sao? (*cố gắng tạo lập quan hệ thân mật*); M: Chèng đét ơi! Dạo này đì bệnh quá con à, hồng có tiền đi! (*Than vãn thân mật, hàm ý từ chối mua hàng một cách dễ chấp nhận*). Đương nhiên trong phạm vi GTMB, nét nghĩa thứ 6 là "từ dùng để gọi mẹ kế (vợ kế của cha)" không được tính đến. Vì đó là nét nghĩa mang sắc thái âm tính về lịch sự và quyền lợi". Mặc dù giữa từ "mẹ" và "đì" có chung ba nét nghĩa (*giới tính- thế hệ- quan hệ hôn nhân*) nhưng ở phạm vi MB, các

nét nghĩa đó lại bị nghĩa vị 6 làm cho phản tác dụng, làm cho nét nghĩa “*dì ghẻ*” bị đẩy ra xa, không được tính đến, bởi vì bị ảnh hưởng sâu sắc đến *nguyên tắc quyền lợi* của nhau cả nghĩa đen lẫn nghĩa bóng.

b/ Phân biệt:

“cậu 1”: là em trai hoặc anh trai của mẹ (cậu/ cháu, con)

“cậu 2”: là từ để người anh hoặc em cùng với vợ của mình gọi anh hoặc em vợ (cậu/ anh, cậu/ chị)

“cậu 3”: là từ để gọi người đàn ông có tuổi và tương ứng khoảng vai với mẹ của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (cậu/ cháu, cậu/ con)

“cậu 4”: là từ để một người đàn ông lớn tuổi hơn gọi một người đàn ông khác một cách thân mật (cậu/ tôi).

“cậu 5”: là từ để gọi bạn bè nhau một cách thân mật (cậu/ tớ).

“cậu 6”: là cách gọi vai xưng hô vợ chồng trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng, thành thị hóa (cậu – vợ)

“cậu 7”: là cách gọi vai của con cái với cha mẹ trong các gia đình cho rằng quyền quý, sang trọng và một số gia đình hiếm con (cậu/ con).

c/ Nhận xét: nét nghĩa “*có quan hệ huyết thống*” cũng đẩy vị thế của “*cậu*” và “*dì*” lên rất cao trong GTMB. Đương nhiên trong phạm vi GTMB, nghĩa vị thứ 8 của từ “*cậu*” là “từ dùng để xưng hoặc gọi ông chủ (quan hệ chủ- tớ)” không được tính đến. Vì nghĩa vị này mang sắc thái âm tính về lịch sự và quyền lợi. Trong các phạm vi GT XH thì từ thân tộc “*cậu*” - “*dì*” đóng vai trò quan trọng ngang nhau, bởi vì xuất phát điểm là đồng nhất nhau ở tất cả các nét nghĩa, chỉ đối lập nhau ở nét nghĩa “*giới tính*” mà thôi. Nhưng trong các lĩnh vực GT khác nhau thì từ “*cậu*” có vị thế cao hơn, tần số sử dụng nhiều hơn với sự biến tấu về ngữ nghĩa một cách phong phú hơn “*dì*”. Tuy nhiên trong lĩnh vực thực hiện HD MB thì ngược lại, từ “*dì*” xuất

hiện với tần số cao gấp nhiều lần so với từ “*cậu*”, vì tần số xuất hiện trong hội thoại MB của nữ lớn hơn nam.

4.4.4.4. Xét các từ “*chú*”- “*bác*”- “*cô*”

Các từ “*chú*” “*bác*” “*cô*” có chung ba nét nghĩa lớn là “*có quan hệ huyết thống*”, “*không trực hệ*”, “*đồng nội*” và đối lập nhau ở nét nghĩa “*giới tính*”.

a/ Phân biệt:

“*chú 1*”: là em trai của cha (*chú/ cháu, con*).

“*chú 2*”: là từ để người cùng với chồng của mình gọi em trai của chồng (*chú/ anh, chị*).

“*chú 3*”: là từ mà người đàn ông dùng để xưng với người đáng tuổi con mình và cũng được những người đáng tuổi con gọi ngược lại (*chú/ cháu, con*)

“*chú 4*”: là từ để xưng hay gọi người đàn ông có tuổi và tương ứng khoảng vai với cha, chú của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (*chú/ cháu, con*)

“*chú 5*”: là từ để một người đàn ông lớn tuổi hơn gọi một người đàn ông khác nhỏ hơn mình một cách thân mật (*chú/ tôi, anh*)

b/ Phân biệt:

“*bác 1*”: là anh trai của cha, hoặc chị dâu của cha - trong phương ngữ Bắc còn dùng để gọi chị của cha (*bác/ cháu, con*).

“*bác 2*”: là từ để người phụ nữ cùng với chồng của mình gọi anh trai của chồng mình (*bác/ em*).

“*bác 3*”: là từ để gọi người đàn ông lớn tuổi hơn cha của mình (*bác/ cháu, con*)

“*bác 4*”: là từ để xưng của người đàn ông tự thấy lớn tuổi hơn cha của người đang đối thoại (*bác/ cháu*)

“*bác 5*”: là từ để gọi của một người đàn ông lớn tuổi hơn, đáng vai anh chị mình trong giao tiếp XH một cách thân mật (*bác/ em*)

“bác 6”: là từ để gọi và xưng giữa bạn bè tương đối nhiều tuổi với nhau (bác/ tôi)

c/ Phân biệt:

“cô 1”: từ dùng để xưng và gọi em gái, cả chị gái của cha (cô/ cháu, con).

“cô 2”: là từ để người phụ nữ cùng với chồng của mình gọi chị- em gái của chồng (cô/ chị, anh, em).

“cô 3”: là từ mà người phụ nữ dùng để xưng với người đáng tuổi con mình và được những người đáng tuổi con gọi lại (cô/ cháu, con)

“cô 4”: là từ để xưng của người phụ nữ tự thấy có tuổi tương ứng vai cha mẹ của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (cô/ cháu, con)

“cô 5”: là từ để gọi của một người phụ nữ bằng tuổi hay nhỏ tuổi hơn trong xưng hô giao tiếp xã hội (cô/ tôi, chị)

“cô 6”: là từ gọi trong quan hệ vợ chồng (người chồng gọi vợ) (cô/ anh, tôi)

“cô 7”: là từ xưng và gọi trong vai cô giáo và học trò (cô/ em, con)

d/ Nhận xét: nét nghĩa “*có quan hệ huyết thống*” kết hợp với nét nghĩa “*nội > ngoại*” thực sự đã đẩy vị thế của ba danh từ chỉ quan hệ thân tộc này lên rất cao. Đồng thời, khi chúng chuyển sang TXH trong GT XH nói chung, trong GTMB nói riêng, chúng càng thực sự mang tính XH rất cao. Phải khẳng định rằng nhóm từ này chịu sự chi phối cực điểm của các *nguyên tắc lịch sự, xưng khiêm -hô tôn, bảo đảm tính quyền lợi*. Tuy nhiên kết quả khảo sát cũng bộc lộ một vấn đề khác là *chính vì mang tính XH, tính chất chung cao mà thành phần ý nghĩa hàm chỉ cũng nhạt dần tính thân mật*. Rõ ràng, quá trình chuyển nghĩa diễn ra vô cùng sinh động và phức tạp, cho nên tùy theo ngữ huống mà người ta sử dụng chúng sao cho thật phù hợp. (Xem ví dụ (93), tr. 155): (*người bán sử dụng TXH với một kiểu thiết lập quan hệ liên nhân thân thiết theo nghĩa vị*” chú” (3), *kiểu quan hệ gia đình, kính trọng, nhằm bán cho được hàng. Nhưng người mua đã không đồng tình với CXH của người bán vì*

muốn thể hiện hàm ngôn khác, và thể hiện YNHÁ khác của mình bằng cách đổi từ thân tộc này bằng một từ thân tộc khác bất chấp sự đồng ý hay không đồng ý của người bán, kết hợp với một HDH thừa). Trong GTXH, từ thân tộc “bác”- “chú” – “cô” đóng vai trò ngang nhau, vì xuất phát điểm là đồng nhau ở tất cả các nét nghĩa, chỉ khác nhau ở nét nghĩa giới tính mà thôi. Trong đó, từ “bác” chiếm tần số cao nhất, phạm vi rộng nhất, sắc thái tình cảm dương tính, nhưng trong MB thì không đúng, “cô” xuất hiện cao gấp nhiều lần so với “chú-bác”, vì tần số xuất hiện trong hội thoại MB, nữ nhiều hơn nam.

4.4.4.5. Xét các từ “ông” ”bà”

“Ông” “bà” có chung ba nét nghĩa lớn là: “có quan hệ huyết thống trực hệ”, “thế hệ sinh ra bố mẹ”, đối lập nhau nét nghĩa “giới tính”, “đằng nội- đằng ngoại”

a/ Phân biệt:

“ông 1”: là từ thân tộc dùng cả gọi và xưng cho người đàn ông đã sinh ra bố và cả mẹ (ông/ cháu, con)

“ông 2”: là từ dùng để xưng của người đàn ông đáng tuổi ông bà của mình: (ông/ cháu, con).

“ông 3”: là từ để gọi một người đàn ông đáng tuổi ông bà của mình một cách thân mật (ông/ cháu, con).

“ông 4”: là từ để gọi trong quan hệ bạn bè một cách thân mật (ông / tôi)

“ông 5”: là từ để xưng trong quan hệ bạn bè với một sắc thái âm tính (ông/ mà)

“ông 6”: là từ để gọi ông chủ (ông/ cháu, con, tôi)

b/ Phân biệt:

“bà 1”: là từ thân tộc dùng cả gọi và xưng cho người phụ nữ đã sinh ra bố và cả mẹ (bà/ cháu, con).

“bà 2”: là từ để xưng của người phụ nữ đáng tuổi bà của mình (bà/ cháu, con)

“bà 3”: là từ dùng để gọi người phụ nữ đáng tuổi bà của mình (bà/ cháu, con)

“bà 4”: là từ để bạn bè gọi nhau một cách thân mật (bà/ tôi, em)

“bà 5”: là từ để gọi của một người nhỏ tuổi hoặc có thể lớn tuổi hơn một người phụ nữ khác với sắc thái âm tính đậm đặc (bà/ tôi)

“bà 6”: là từ để xưng trong quan hệ bạn bè với một sắc thái âm tính (bà/ mà)

“bà 7”: là từ để gọi bà chủ (bà/ cháu, con, tôi)

c/Nhận xét: nét nghĩa “*có quan hệ huyết thống trực hệ*” thực sự đẩy vị thế của hai từ chỉ thân tộc này lên rất cao, thực sự mang tính XH rất cao khi đi vào trong GT XH nói chung và GTMB nói riêng. Phải khẳng định, nhóm từ này cũng chịu sự chi phối rất cao *nguyên tắc lịch sự, nguyên tắc xưng khiêm -hô tôn, nguyên tắc bảo đảm tính quyền lợi*. Đây là cặp từ thân tộc có phạm vi hoạt động rộng nhất, mang tính XH cao nhất, mang sắc thái biểu cảm ở mức độ kính trọng cao nhất. Có lẽ xuất phát từ nét nghĩa “*người tuổi cao*”, “*thường có vốn sống, kinh nghiệm sống*”, “*thường đạt ở một mức cao trong sự nghiệp*”, “*có địa vị XH*”. Hệ quả là các từ chỉ thân tộc này *có sắc thái kính trọng nhất*. Nét nghĩa này quan trọng đến nỗi lấn át các nét nghĩa kia hẳn có ý nghĩa hàm chỉ của sắc thái này là người ta lập tức sử dụng chúng. Cách dùng này có mặt ở nhiều phạm vi, nhiều phong cách nói chung và phong cách MB nói riêng. Tuy nhiên, kết quả khảo sát cũng cho thấy, trong quá trình tương tác cặp từ này khi đi vào GT XH, không những nó mang sắc thái biểu cảm cực điểm dương tính mà còn mang sắc thái cực điểm âm tính nhất là từ “bà”. Điều đó chứng minh quá trình *chuyển nghĩa* của TXH *sinh động, phức tạp*, vì chịu *áp lực của thói quen*, kèm với *tính võ đoán* của quá trình hoạt động NN. Nhất là trong trường hợp *cố tình vi phạm nguyên tắc xưng hô* nhằm mục đích dụng học. Ví dụ (103):

M:Chị ơi, hình như đây là hàng tồn thì phải? (*chê hàng xấu*);

B:Vâng, mắt có làm sao không đấy hở bà? (*Thay đổi TXH- âm tính*)

Mặt khác, quá trình khảo cứu sự tương tác của cặp từ này trong phạm vi HB MB lại cũng bộc lộ một vấn đề khác lạ. Đó là *TXH chỉ quan hệ thân tộc “ông - bà” lại xuất hiện với tần số không cao trong GTMB, đặc biệt là ở chợ có sắc thái, phong cách bình dân, nhưng chúng lại có tần số cao trong GTMB mua bán mang màu sắc, phong cách hành chính*. Điều này sẽ được lí giải rõ ở phần sau.

4.4.4.6. Xét các từ “cha/bố” “mẹ/má”

Các từ “cha” “mẹ” có chung nét nghĩa lớn là “*có quan hệ huyết thống trực hệ*”, và đối lập nhau ở nét nghĩa “*giới tính*”, “*quan hệ hôn nhân*” “*nội -ngoại*”

a/ Phân biệt:

“cha 1”: là từ thân tộc dùng cho cả gọi và xưng cho người đàn ông có con, trong quan hệ với con (có thể gồm cả con ruột, con rể, con dâu, con nuôi) (cha/ con)

“cha 2”: là từ để gọi người chồng trong quan hệ hôn nhân (cha/ tôi, em)

“cha 3”: là từ dùng để xưng của người đàn ông đáng tuổi cha mình (cha/ con)

“cha 4”: là từ để xưng gọi người đàn ông đáng tuổi cha mẹ của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (cha/ con)

“cha 5”: là từ để gọi người đàn ông khác với một sắc thái âm tính (cha/ tôi, tui).

b/ Phân biệt:

“mẹ 1”: là từ thân tộc dùng cả gọi và xưng cho người đàn bà có con, trong quan hệ với con (có thể gồm cả con ruột, con rể, con dâu, con nuôi) (mẹ/ con)

“mẹ 2”: là từ để gọi người vợ trong quan hệ hôn nhân (mẹ/ tôi, anh)

“mẹ 3”: là từ dùng để xưng của người đàn bà đáng tuổi mẹ mình (mẹ/ con)

“mẹ 4”: là từ dùng để gọi người đàn bà đáng tuổi cha mẹ của mình với sắc thái thân mật, gần gũi (mẹ/ con, cháu)

“mẹ 5”: là từ để gọi người đàn bà khác với một sắc thái âm tính (mẹ/ tôi, tui).

c/ Nhận xét: tuy rằng hai từ chỉ quan hệ thân tộc “*ba*” “*mẹ*” mang nét nghĩa “*có quan hệ huyết thống trực hệ*” nhưng một điều lạ là **nét nghĩa này không được hiện**

thực hóa nhiều trong thực tế GT XH thông thường, nhất là trong phạm vi GTMB. Ví dụ (104):” Sao trả gì kì vậy cha? Mới mở hàng đó nghe!” (*âm tính*). Điều này có thể giải thích bằng *tính phi NN* là do tính “*duy nhất*” và “*thiên liêng*”, “*không muốn chia sẻ*”. Nếu có dùng hai từ thân tộc này trong HĐMB đi chăng nữa, thì lại xuất phát từ nghĩa vị phái sinh: chỉ “*tuổi tác*”, “*sự kính trọng*”, “*yêu thương, thân mật*”, “*che chở*” Khác với ví dụ (105), B:Trời ơi, sao lâu quá má không tới thăm hàng con chút nào hết vậy? (*dương tính*), (*người bán sử dụng từ thân tộc “má” nhằm mục đích tạo lập quan hệ thân tình, để thực hiện mục đích bán hàng*); M:Dạo này bạn quá cháu ơi! Buôn bán dạo này tốt không cháu? Còn loại gạo mà bác hay mua không cháu? (*người mua trong (105) đã hỏi đáp bằng PN chứa TXH khác, mang tính chất từ chối thiết lập quan hệ này vì nhiều lí do, trong đó có lí do sợ người bán lợi dụng sự thân tình quá mà bán đắt chăng?*)

Có thể nói, trong các cách sử dụng hệ thống TXH chỉ quan hệ thân tộc thuộc phạm vi GTMB, thì hai từ “*bố*” “*mẹ*” mang tính đặc biệt nhất. Tính đặc biệt thể hiện ở chỗ, khi sử dụng, chúng được người Việt đẩy ra ở hai thế cực đoan và đối lập nhau nhất: một bên là sắc thái biểu cảm dương tính cao nhất, *lễ độ, lịch sự, có tính chất tạo lập mối quan hệ ruột thịt gia đình* và một bên là sắc thái âm tính thấp nhất : *thô tục, trịch thượng*... Ví dụ (106), B:Trời! Sao cô em chọn khéo quá vậy? Có 300 thoi em à! (*dương tính*), (*người bán trong sử dụng TXH thân tộc để tạo lập quan hệ thân mật, nhằm mục đích ngoài NN là gây thiện cảm nơi người mua và bán được hàng hóa.*); M:Rẻ dữ vậy? Sao không nói 500 luôn cho chắc mà nói ít vậy? (*người mua bỏ đi*); B: Thôi đi má! Má có biết là má đang mở hàng cho con không đó? Đồ điên! (*âm tính*), (*người bán (106) thấy không thực hiện được đích đã lập tức thay đổi cách xưng hô ở phát ngôn chứa hành động hỏi gián tiếp hành động khác tiếp theo một cách trịch thượng, chanh chua bằng cách sử dụng từ thân tộc “má” tao nên một hiệu lực GT tiêu cực, âm tính*)

Có lẽ điều này cũng được chúng tôi giải thích bằng yếu tố phi NN, nhất là yếu tố tâm lí của người Việt. Xuất phát điểm vẫn là tính chất cực đoan (một bên tôn trọng hết mực và một bên bị xúc phạm nhất) của sự “duy nhất” “thiên liêng” “không muốn chia xẻ”... Còn lí giải ở khía cạnh NN, chúng tôi thiết nghĩ đó là do quá trình chuyển nghĩa của TXH quá sinh động, phức tạp, và do áp lực của thói quen sử dụng NN, kèm theo là tính võ đoán NN diễn biến theo đan chéo lẫn nhau. Nhất là trong những trường hợp người nói cố tình vi phạm nguyên tắc xưng hô nhằm mục đích dụng học. Hai từ thân tộc này được đẩy lên ở vị thế rất cao, nhưng lại mang tính XH thấp, phạm vi hoạt động hẹp. Nhưng ở GTMB, chúng có tần số tương đối không thấp, chịu chi phối của nguyên tắc quyền lợi, nguyên tắc thói quen sôi nổi trong MB của người Việt.

4.4.4.7. Xét các từ “anh” “chị” “em”

“Anh” “chị” “em”: *“có quan hệ huyết thống”, “không trực hệ”, “cùng thế hệ” và đối lập nhau ở nét nghĩa “giới tính, ”quan hệ thứ bậc cao thấp trong đồng thế hệ”*

a/ Phân biệt:

“ anh 1”: là từ để chỉ người con trai cùng thế hệ trong gia đình, trong họ, nhưng thuộc hàng trên (anh ruột, anh họ, anh rể), dùng cả gọi và xưng (anh/ em, tôi).

“ anh 2”: là từ để xưng hay gọi người đàn ông có thể nhỏ tuổi hơn mình với sắc thái tôn trọng, lịch sự (anh/ tôi, em).

“anh 3”: là từ dùng để gọi người đàn ông cùng tuổi hoặc lớn hơn đáng vai anh mình với sắc thái tôn trọng, lịch sự (anh/ tôi, em).

“ anh 4”: là từ dùng cho cả xưng và gọi trong quan hệ nam nữ (quan hệ hôn nhân, quan hệ yêu đương, quan hệ bạn bè...) một cách thân mật (anh/ tôi, em).

“anh 5” : là từ dùng để gọi người đàn ông thuộc thế hệ sau trong quan hệ họ hàng với mình, nhưng lớn tuổi hơn mình với sắc thái tôn trọng (anh/ tôi, em).

b/ Phân biệt:

“chị 1” : là từ chỉ người nữ cùng một thế hệ trong gia đình, trong họ thuộc hàng trên (chị ruột, chị họ, chị dâu), có thể dùng cả gọi và xưng (chị / em, tôi).

“chị 2” : là từ để xưng hay gọi người phụ nữ có thể nhỏ tuổi hơn mình với sắc thái tôn trọng, lịch sự (chị / tôi, em).

“chị 3” : là từ dùng để gọi người phụ nữ cùng tuổi hoặc lớn hơn đáng vai chị mình với sắc thái tôn trọng, lịch sự (chị / tôi, em).

“chị 4” : là từ dùng cho cả xưng và gọi trong quan hệ nam nữ, quan hệ bạn bè... một cách thân mật (chị / tôi, em).

“chị 5” : là từ dùng để gọi người phụ nữ thuộc thế hệ sau trong quan hệ họ hàng với mình, nhưng lớn tuổi hơn mình với sắc thái tôn trọng (chị / tôi, em) .

c/ Phân biệt:

“em 1” : là từ chỉ người cùng thế hệ trong gia đình, trong họ, thuộc hàng dưới (em ruột, em họ, em dâu), có thể dùng cả gọi và xưng (em/ anh, chị).

“em 2” : là từ dùng để gọi người còn nhỏ tuổi đáng vai em mình một cách thân mật (em/ anh, chị).

“em 3” : là từ để xưng với người lớn tuổi hơn mình với sắc thái tôn trọng, lịch sự (em/ anh, chị, cô).

“em 4” : là từ dùng cho cả xưng và gọi trong quan hệ hôn nhân, quan hệ yêu đương, quan hệ bạn bè một cách thân mật.

d/ Nhận xét: trong hệ thống danh từ chỉ thân tộc, ba từ “anh” “chị” “em” là những từ mang tính XH tương đối cao. Có lẽ do xuất phát từ nét nghĩa vừa có “quan hệ huyết thống” mang sắc thái biểu cảm gần gũi thân mật, vừa có quan hệ “thứ bậc trên dưới” để tôn trọng và bảo đảm cho nguyên tắc lịch sự và nguyên tắc “xưng

khêm – hô tôn”, vừa có quan hệ “**đồng thế hệ**” rất vừa phải, không quá cách xa về vị thế với nhau, vừa đủ để giữ khoảng cách vừa phải, vừa đủ giữ sắc thái trung hòa, không nâng vị thế lên quá cao cũng không đẩy xuống quá thấp, nên việc sử dụng chúng hoàn toàn thoả mãn được những điều kiện lí tưởng cho nguyên tắc giữ thế diện, trong GTXH. Tất cả các điều kiện trên càng lí tưởng hơn nữa trong HDGTMB. Chúng vừa là điều kiện cần, vừa là điều kiện đủ việc bảo đảm nguyên tắc quyền lợi của cả hai bên “*thuận mua vừa bán*”.

Một điều nữa là, nếu dùng TXH này đúng vai GT thì chúng hoàn toàn không mang sắc thái biểu cảm âm tính, hầu hết các trường hợp, chúng mang sắc thái dương tính, mặc dù không đậm nét (do tính chung và nhiều) so với TXH khác.

4.4.4.8. Xét các từ ”con ” “cháu ”

“Con” “cháu” có chung: “có quan hệ huyết thống”, ” trực hệ”, “thuộc thế hệ sau”

a/ Phân biệt:

“con 1”: là vai người thuộc thế hệ sau có mối quan hệ với người trực tiếp sinh ra, có thể dùng cả gọi và xưng (con/ cha, mẹ).

“ con 2”:là từ để gọi người nhỏ tuổi coi như thuộc hàng con cháu của mình với sắc thái thân mật (con/ ông, bà, chú, bác, cô, cậu, dì, dượng, mợ...).

“con 3”: là từ mà người dùng để xưng với người đáng tuổi vai ông bà cha chú của mình với sắc thái thân mật (con/ ông, bà, chú, bác, cô, cậu, dì, dượng, mợ...).

Trong trường hợp con nuôi thì TXH được diễn đạt ở nghĩa vị”con 2”và”con 3”, sắc thái biểu cảm đậm giống như trong ”con 1” (vì cha mẹ có công dưỡng dục)

b/ Phân biệt:

“cháu 1”: là vai thuộc thế hệ sau, không phải là con, có mối quan hệ với thế hệ trước, dùng cả gọi và xưng (cháu / ông, bà, chú, bác, cô, cậu, dì, dượng, mợ...).

“cháu 2”: là từ để gọi người nhỏ tuổi coi như thuộc hàng cháu của mình với sắc thái thân mật (cháu / ông, bà, chú, bác, cô, cậu, dì, dượng, mợ...).

“cháu 3”: là từ mà người dùng để xưng với người đáng tuổi vai ông bà, cha chú mình (cháu / ông, bà, chú, bác, cô, cậu, dì, dượng, mợ...).

c/ Nhận xét: TXH chỉ quan hệ thân tộc “con” “cháu” mang tính XH tương đối cao, với phạm vi hoạt động rất rộng, mang tính “đại từ hóa”, phù hợp với các vai “xưng”. Có lẽ do xuất phát từ nét nghĩa vừa “có quan hệ huyết thống” mang sắc thái thân mật, vừa có nét nghĩa “thuộc thế hệ sau” bảo đảm cho nguyên tắc “xưng khiêm hô tôn”. Đồng thời, chúng thường mang ý nghĩa “thế hệ dưới”, nên có thể bảo đảm tính quyền lợi GTMB. Nếu dùng đúng vai GT thì chúng không mang sắc thái biểu cảm âm tính.

4.5. Bảng tóm tắt từ xưng hô thân tộc trong giao tiếp mua bán

Sau đây là bảng tóm tắt 4.4, được trình bày như một bức tranh chung về sự chuyển hóa và có tần số khác nhau của danh TXH chỉ quan hệ thân tộc, không chỉ chuyển hóa thành TXH thân tộc trong gia đình mà còn biến thành TXH chỉ thân tộc ngoài XH trên tất cả các lĩnh vực hoạt động, (đặc biệt là GTMB nói chung, PNHMB nói riêng), ở cả 3 vùng phương ngữ: Bắc, Trung, Nam.

Danh từ thân tộc			TXH thân tộc			TXH thân tộc được sử dụng trong MB								
Bắc	Trung	Nam	Bắc	Trung	Nam	Bắc			Trung			Nam		
						Sử dụng nhiều	Sử dụng ít	Không sử dụng	Sử dụng nhiều	Sử dụng ít	Không sử dụng	Sử dụng nhiều	Sử dụng ít	Không sử dụng
kị	Sơ	sơ	kị	sơ	sơ			kị			Sơ			Sơ
cụ	cố	cố	cụ	cố	cố		cụ				cố			Cố
ông	ông, ung, ông	ông	Ong	ông, ung	Ong, ngoại nội	ông			ông	ông ung		Ong	ngoại, nội	
bà	bà	bà, ngoại nội	bà	bà	bà ngoại nội	bà			bà			Bà	nội ngoại	

bố thầy	bọ, ba cha	ba tía	bố thầy	bọ cha, ba	ba, tía		bố thầy			bọ, ba cha			ba tía	
mẹ bu bầm u, mợ	mẹ mạ, má mệ	má mẹ	mẹ bu bầm u, mợ	mẹ mạ, má mệ	má mẹ		mẹ bu bầm u, mợ			mẹ mạ, má mệ			má mẹ	
bác	bác	bác	bác	bác	bác	bác			bác			Bác		
chú	chú	chú	chú	chú	chú	chú			chú			chú		
cô	cô	cô, bậu	cô	cô, o	cô	cô		bậu	cô, o			cô		
cậu	cậu	cậu	cậu	cậu	cậu		cậu			cậu			cậu	
đì	đì	đì	đì	đì	đì		Đì		Đì			đì		
thím	thím	thím	thím	thím	thím		thím			thím			thím	
mợ	mự mợ	mợ	mợ	mợ mự	mợ		mợ			mợ			Mợ	
Dượng	Dượng	dượng	dượng	dượng	dượng		dượng			dượng			dượng	
anh	anh, eng	anh	anh	anh, eng	anh	anh			anh			anh		
chị	chị, ả	chị	chị	chị, ả	chị	chị			Chị			chị		
em	Em	em	em	em	em	em			em			em		
con	con	con	con	con	con	con			con			con		
cháu	cháu	cháu	cháu	cháu	cháu	cháu			cháu			cháu		
chắt	chắt	chắt	-	-	-			chắt			chắt			chắt
chút	chút	chút	-	-	-			chút			chút			chút
chít	chít	chít	-	-	-			chít			chít			chít
chồng	chồng	chồng	-	-	-			chồng			chồng			chồng
vợ	vợ	vợ	-	-	-			vợ			vợ			vợ
dâu	dâu	dâu	-	-	-			dâu			dâu			dâu
rẻ	rẻ	rẻ	-	-	-			rẻ			rẻ			rẻ

Sơ đồ 4.4

4.6. NHẬN XÉT VÀ LÍ GIẢI NGUYÊN NHÂN

4.6.1. Tại sao trong MB, TXH thân tộc được dùng nhiều?

Mỗi cặp vai GT đều có mỗi cách xưng hô riêng mang tính nhạy cảm, tế nhị, tính tôn ti rất tinh tế..., nên việc lựa chọn TXH (định vị tuổi tác, địa vị XH...) sao cho thích hợp, là cần thiết. Người Việt có thói quen trọng tình, khó thích nghi với lối xưng hô mang sắc thái trung hòa. Vì vậy, trong thời đại hiện nay, thời kinh tế hội nhập quốc tế, vấn đề chuẩn xưng hô- hơn bao giờ hết- mang tính cấp thiết cao.

4.6.1.1. Truyền thống:

Cộng đồng gia đình, cộng đồng dòng họ-trung tâm tập hợp các gia đình- chỗ dựa của làng xã và cộng đồng làng xã- cơ cấu tổ chức chính tập hợp gia đình và dòng họ. Cả ba tổ chức trên được tạo nên, dựa trên hai cơ sở chính: *quan hệ huyết thống* và *quan hệ cư dân* (quan hệ xóm giềng), gắn gũi trên một mảnh đất. Đối với đời sống nông nghiệp lúa nước, vì sinh tồn, buộc mọi người trong cộng đồng phải đoàn kết thương yêu như trong gia đình, dòng tộc, nhất là cộng đồng cư dân dó bó hẹp trong khuôn khổ bé nhỏ sau lũy tre làng. Dấu ấn đậm nhất trong CXH của người Việt là thiên về tình cảm, đầu tiên là tình cảm gia đình có quan hệ huyết thống. Quan hệ XH phức tạp, cùng với mục đích GT khác nhau, người Việt ”mở rộng”, ”bà con hóa” dần các đối tượng GT bằng cách dùng TXH quan hệ thân tộc để xưng hô với người không có quan hệ thân tộc (người đứng).

4.6.1.2. Hiện đại: TXH có vai trò quan trọng, truyền thống tốt đẹp, nặng về tình cảm của tổ tiên. TXH được dùng trong các lĩnh vực, nhưng hoạt động MB vẫn là nơi diễn ra GT sôi nổi nhất, nhiều mục đích GT, nhiều tình huống GT nhất.

4.6.2. Vì sao trong mua bán, từ xưng hô dùng nhiều, dùng ít, không dùng?

4.6.2.1 Do truyền thống, thói quen, phong cách riêng (được giải thích ở phần sau).

4.6.2.2. Được lí giải bằng các nguyên tắc: *nguyên tắc tôn ti (trên-dưới), (cao-thấp), (nặng –nhẹ), (lớn –nhỏ), (trước –sau)* bảo đảm qui tắc”*xưng khiêm-hô tôn*”.

(1) *Quan hệ huyết thống: trọng có thân tộc hơn là không thân tộc, thể hiện sự “bắt quàng làm họ”* với người không có quan hệ huyết thống, ví dụ:”cô”, ”chú”. .

(2) *Lớp thế hệ: trọng sinh trước hơn sinh sau, trọng người lớn tuổi hơn nhỏ tuổi.* Trong MB, thường gọi người ít tuổi hơn bằng vai lớn hơn, ví dụ :anh, chị, bác...

(3) *Quan hệ phân biệt: trọng bên nội hơn bên ngoài, trọng dâu hơn rể”dâu con-rể khách”.* Ví dụ như, thích hô ”nội”, ”cô”, ”chú”, ”thím”hơn là”ngoại”, ”đì”, ”cậu”

(4) *Quan hệ giới tính: trọng nam hơn nữ.* Hệ quả của nguyên tắc này là trọng bên nội hơn ngoài, nên người ta thích hô ”thím””bác””chú””cô”hơn là”cậu””mợ”...

(5) *Quan hệ gần xa: trọng bà con gần, có quan hệ huyết thống, máu mủ gần hơn là bà con xa, có quan hệ huyết thống máu mủ xa.* Hệ quả của nguyên tắc này là thích hô TXH chỉ quan hệ bà con gần như:”đì”, ”cô”, ”chú” hơn là ”dượng””mợ”

(6) *Quan hệ trực hệ: trọng cùng dòng máu hơn khác dòng máu.* Hệ quả của nguyên tắc này là thích hô ”cô”, ”chú”, ”bác”, ”đì” hơn là”dượng””thím”, ”mợ”

(7) *Bậc quan hệ: trọng bậc trên hơn bậc dưới.* Hệ quả của nguyên tắc này là thích hô những từ thân tộc chỉ vị trí ở ở bậc trên :”ông”, ”chú”, ”anh”, ”chị”

(8) *Mức độ quan hệ tình cảm: trọng tình cảm nặng hơn nhẹ, thân nặng hơn sơ.*

(9) *Phong cách, tính chất tình cảm: trong GTMB, người Việt thích phong cách thân mật, bình dân hơn là phong cách trang trọng, nghiêm trang, nghi thức.*

(10) *Quan hệ trong ngoài: nặng tình cảm trong gia đình, rồi mới ra ngoài XH.*

(11) *Tính chất cao –thấp, lớn-nhỏ: trọng lớn hơn nhỏ*

(12) Ở môi trường chợ thường có tình trạng ”nói thách”, ”mặc cả” không phù hợp tính cách đàn ông, kết hợp vai trò GTMB phạm vi chợ thì nữ giới chiếm số

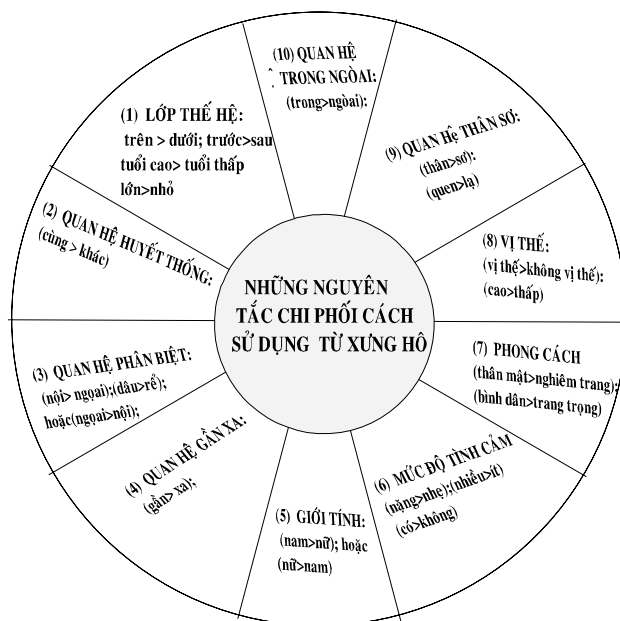
lượng cao hơn nam giới gấp nhiều lần, nên TXH cho nam ít hơn nữ.

(13) TXH “ông” thường được sử dụng đúng vai, có tính bình dân, còn TXH “ông” với tính cách trang trọng, lễ nghi thường tồn tại với tỉ lệ rất cao, xuất hiện trong các cuộc MB lớn, các cuộc thoại MB phi bình dân.

(14) Tôn trọng người già, nhưng không gợi cảm giác người đối thoại đã già, với tâm lí không gợi sự ”*gần đất xa trời*”, nên không gọi “*cố*”, ”*cụ cố*” và càng không hô gọi “*kì*”, ”*sơ*”. Do người già cũng bị hạn chế việc đi lại, khả năng GT kém, khả năng GT ở chợ càng rất hiếm xảy ra. Thực tế không diễn ra khả năng xưng hô giữa người GT cách nhau 5-6 thế hệ, vì sự giới hạn tuổi thọ ở người. (15) Trong GTMB, TXH “*bố*”, ”*mẹ*”, má thường đối nhau ở hai thái cực. Có lẽ, do trong tâm thức người Việt, mối quan hệ và tình cảm mẹ con và tình cảm cha con là thiêng liêng nhất, cao cả nhất. Khi sử dụng các từ này, tính chất thiêng liêng ở cực dương sẽ biến thành tính tích cực cao nhất. Ngược lại, khi đã cố tình xúc phạm nhau, thì có lẽ xúc phạm vào điều thiêng liêng nhất là khiến cho người đối thoại bị đẩy vào thế khó chịu nhất, và tính chất thiêng liêng này ở cực âm sẽ biến thành tính tiêu cực đỉnh điểm. TXH “*mẹ*”, ”*má*” ”*thầy*” ”*ba*” ”*bố*” ...trong MB càng mang tính mục đích, dụng học cao, *hoặc ở thế cực điểm, hoặc tôn trọng hết mực, hoặc xúc phạm hết mực.*

(16) Trong GT nói chung, GTMB nói riêng, TXH “*vợ*”, ”*chồng*” không được người Việt dùng, vì đây là mối quan hệ đặc biệt chỉ thu hẹp trong phạm vi hai người và mối quan hệ “*sở hữu*” của nhau, không thể tự do ban phát cho bất kì ai, không cần thiết đem ra xưng gọi giữa cộng đồng một cách không tế nhị như vậy. Lí do khác là giữa hai người không có quan hệ huyết thống, chỉ có quan hệ hôn nhân mà thôi. Hệ quả của nguyên tắc này đã kéo theo hai TXH không được người Việt vay mượn là ”*dâu*”, ”*rể*” ngoại trừ trường hợp cố ý sử dụng có mục đích của người GT. Có lẽ do tính chất đan chéo phức tạp của quan hệ con dâu-nhà chồng, con rể-nhà vợ, nên người Việt không muốn chạm đến tính phức tạp của quan hệ đó chẳng?

Ta tóm tắt các nguyên nhân trên đây bằng sơ đồ 4.5 sau:



Sơ đồ 4.5

4.7. TIỂU KẾT

1. Nghiên cứu từ xưng hô của hành động hỏi trong giao tiếp mua bán đã chứng minh quan hệ chặt chẽ giữa *sự lựa chọn từ xưng hô* với *yếu tố ngôn ngữ* thuộc CTLC đã quy định rõ quá trình chuyển hóa nghĩa hàm ẩn, tạo hiệu lực giao tiếp.

2. Với yêu cầu tế nhị, lịch sự trong mua bán, từ xưng hô, nhất là *từ xưng hô thân tộc*, được huy động, tận dụng tối đa như là dạng **nguyên liệu**, là chất **kích hoạt** không thể thiếu *thuộc về yếu tố ngôn ngữ của CTLC tạo nghĩa hàm ẩn* và tạo hiệu lực cao trong giao tiếp, nhất là GT mua bán.

3. Trong hệ thống TXH tiếng Việt, lớp từ có nguồn gốc danh từ thân tộc thực sự đóng vai trò quan trọng thuộc phạm vi GT mua bán, góp phần bổ sung thêm cho hệ thống đại từ nhân xưng chuyên dùng.

4. Ở phạm vi gia tộc, gia đình, từ xưng hô thân tộc chủ yếu hoạt động với nét nghĩa gốc, tuân thủ đúng nguyên tắc tôn ti của hệ thống gia tộc, gia đình một cách

ổn định. Còn ở phạm vi mua bán, TXH thân tộc không chỉ tuân thủ các nguyên tắc này, mà chủ yếu phát triển ở nghĩa vị phái sinh, mang tính lâm thời, tính dụng học. Việc dùng TXH trong GTMB có điểm khác biệt với nghi thức GT thông thường là có sự nâng cao hơn về sự tự do và quyền bình đẳng, ví dụ như sự phân biệt về tuổi tác, chức vụ, nghề nghiệp không tác động nhiều tới giao tiếp mua bán, hay là người bán dù lớn tuổi hơn nhưng vẫn có thể chào hỏi người mua trước. Bị nguyên tắc quyền lợi chi phối, người bán hay người mua có thể xưng hô “bà con hóa” với người lạ.

5. Dù thế nào chăng nữa, thì mảng từ xưng hô trong GTMB vẫn là một vấn đề cần được giới NN quan tâm và nghiên cứu. Đồng thời, các nhà nghiên cứu cần áp dụng chúng vào thực tiễn giảng dạy cho học sinh ở phổ thông và trong các giáo trình mua bán MB trong các ngành thương mại, kinh tế, quản trị mua bán...

CHƯƠNG 5:

ĐẶC TRƯNG VĂN HÓA DÂN TỘC VỚI Ý NGHĨA HÀM ẨN TRONG PHÁT NGÔN CHỨA HÀNH ĐỘNG HỎI CỦA GIAO TIẾP MUA BÁN

5.1. KHÁI QUÁT ĐẶC TRƯNG VĂN HOÁ DÂN TỘC

5.1.1. Vai trò của đặc trưng văn hoá dân tộc (VHDT)

Mãi đến gần đây, thế giới mới nhận thấy tầm quan trọng của bản sắc văn hóa, bởi vì để có được bản sắc riêng của một nền văn hóa là phải mất hàng nghìn năm. Số lượng quốc gia trên thế giới rất nhiều, nhưng số quốc gia có nét văn hóa khu biệt nhau rõ ràng và nổi bật lại không nhiều. Không phải ngẫu nhiên mà Việt Nam là một trong số ít 5 nước ở châu Á có nền văn hóa bản sắc riêng biệt thuộc vào dạng tiêu biểu .

Trong xu thế đổi mới và hội nhập của đất nước, chưa bao giờ vấn đề bản sắc, bản sắc văn hóa, bản sắc ngôn ngữ dân tộc, được quan tâm như hiện nay. Dưới góc độ của một người nghiên cứu Việt ngữ học, chúng tôi đặc biệt chú ý đến *mối quan hệ giữa NN và VHDT. Xuất phát điểm của vấn đề là tìm nét khu biệt về ND, sau đó, từ ND, tìm nét khu biệt về HT, dùng HT để giải quyết ND, là xu hướng tìm ND, ngữ nghĩa của HT. NN không những thực hiện chức năng GT và tư duy, mà còn là công cụ đắc lực cho chức năng tàng trữ. Nhờ có chức năng này, NN không chỉ truyền đạt thông tin mà còn phản ánh, lưu giữ lại cái thực tại ngoài NN, có liên quan chặt chẽ đến nếp sống, phong tục, tập quán... của mỗi cộng đồng. Mặt khác, sự GT NN giữa những người trong cùng dân tộc hay khác dân tộc chỉ đạt được hiệu quả cao nhất khi có sự hiểu biết chung ở cả hai vai. Với nhu cầu toàn cầu hóa các lĩnh vực: chính trị, kinh tế, thương mại... đã có không ít trường hợp hiểu nhau không đầy đủ hay hiểu lầm ý nhau bởi rất nhiều nguyên nhân. Nhưng trong số đó, có một lí do không thể không nhắc đến là sự thiếu hiểu biết cần thiết các yếu tố lịch sử, văn hóa, XH để*

hiểu YNHÂ. Tính chất đặc thù của VHDT được biểu thị qua YNHÂ của HD nói khác nhau trong NN khác nhau.

Để sử dụng tốt một NN, không những người GT phải nắm *các yếu tố NN*: các vấn đề về âm thanh, chữ viết, từ vựng, cú pháp...mà còn phải nắm *các yếu tố phi NN*: là tri thức của các nhân tố về lịch sử, văn hóa, XH- văn hóa vật chất/ phi vật thể (về nếp sống, thói quen, phong tục, đạo đức. Chính trong NN, đặc điểm của nền VHDT được để lại dấu ấn sâu đậm nhất. Ngược lại, với tư cách là nhân tố của VHDT, NN được xét theo hai hướng:”*hướng nội*”- khi đó, NN đóng vai trò nhân tố chính thống nhất dân tộc; ;”*hướng ngoại*”- khi đó NN là dấu hiệu cơ bản làm phân chia một dân tộc [181]. Định hướng nghiên cứu của vấn đề này là “hướng ngoại”. Trong GTMB, người Việt thường sử dụng HDH kèm theo YNHÂ với đặc trưng VHDT rất riêng biệt.

5.1.2. Tình hình nghiên cứu vấn đề

Vấn đề quan hệ văn hóa – NN – tư duy của dân tộc giúp chúng ta biết đến W. V. Humboldt với lí thuyết *NN và linh hồn dân tộc*, biết đến E. Sapir, B. Whorf với giả thuyết về *tính tương đối NN* (linguistic relativity) và trào lưu *NNH nhận thức* (cognitive linguistics) ở các thập niên cuối thế kỉ 20. Ở Việt Nam, vấn đề bản sắc VHDT dưới góc nhìn liên ngành được giới Việt ngữ học chú ý rất nhiều: Đào Duy Anh; Cao Xuân Hạo; Đỗ Hữu Châu; Trần Ngọc Thêm; Trịnh Sâm; Trần Thị Ngọc Lang; Nguyễn Đình Chú; Nguyễn Đức Dân; Nguyễn Lai; Nguyễn Đức Tôn; Nguyễn Thế Lịch; Nguyễn Minh Thuyết; Nguyễn Văn Chiến; Hồ Lê; Lí Toàn Thắng; Hoàng Thị Châu; Hoàng Cao Cương; Đỗ Thị Kim Liên; Bùi Mạnh Hùng; Bùi Thị Minh Yến; Bùi Khánh Thế, Nguyễn Thị Tuyết Ngân, Nguyễn Phú Phong, Nguyễn Thị Li Kha, Nguyễn Văn Quang, Hoàng Anh Thi, Trương Thị Diễm, Lê Thanh Kim... Tất cả các công trình của họ đều bàn luận trực tiếp hoặc gián tiếp

đến vấn đề VHDT, nhưng đứng trước một vấn đề rộng lớn, phức tạp, chắc chắn rằng chưa thể khẳng định, đây là tiếng nói cuối cùng.

5.1.3. Mục đích nghiên cứu

Chúng tôi muốn góp phần khắc phục phần nào khó khăn của việc “hiểu nhau” trong GT, cố gắng lí giải *cách nói, cách nghĩ* của người Việt khi GTMB.

Tiếp theo, chúng tôi chứng minh quan hệ giữa đặc trưng VHDT- CTLC. Chính đặc trưng VHDT với “ cách nghĩ, ” “cách làm” đã tạo nên CTLC cho PN chứa HĐ nói. Ngược lại, chính CTLC cũng ảnh hưởng và tạo nên đặc trưng VHDT trong NN nói chung và YNHÂ nói riêng.

5.1.4. Mối quan hệ giữa đặc trưng văn hóa dân tộc với CTLC

Xuất phát điểm của đặc trưng VHDT trong NN nói chung và HĐH mang YNHÂ nói riêng, là “sự lựa chọn” rất riêng của mỗi cộng đồng dân tộc. Ta cần phân xuất các kiểu lựa chọn để tìm ra bản sắc văn hóa đặc thù của một NN. Phân xuất các kiểu lựa chọn là những yếu tố quan trọng trong CTLC.

Trong GTMB, việc phân xuất các kiểu lựa chọn NN của người Việt xuất phát từ đặc trưng VHDT, sao cho phù hợp với chiến lược GT, mục đích GT rất quan trọng. Ví dụ (107), M: Sao em cân rồi mà sao ngó bộ nhẹ quá vậy?

B: Trời, chị có buồn không vậy? Túi gạo 10 cân một là ít!;

M: Những hơn 10 kg kia à? Không dư trả tiền lại nha?

(Người mua đã hàm ý trách người bán cân thiếu, bằng cách lựa chọn phương thức chuyển nghĩa. Từ “nhẹ”, có nghĩa gốc là: “Có trọng lượng nhỏ hơn mức bình thường hoặc so với trọng lượng của vật khác, trái với nặng”; “Có cường độ, sức tác động yếu, hay dùng sức ít, không mạnh” [127]. Nhưng ở ngữ cảnh của (107), nó buộc chúng ta phải hiểu qua nghĩa chuyển là người mua bảo người bán là đã cân thiếu so với số tiền, hàng mà người mua yêu cầu. Người bán lập tức có PN phản bác lại hàm ý của người mua bằng cách dùng nghĩa chuyển và nghĩa biểu trưng khác. Còn

“buồn” có nghĩa gốc là: “*Có tâm trạng tiêu cực của người đang gặp việc đau thương hoặc có điều không như ý” “*Có cảm giác bứt rứt khó chịu trong cơ thể, muốn có HĐ cử chỉ khác nào đó”*. Nhưng ở đây, từ “buồn” được dùng theo nghĩa chuyển trên cơ sở của 2 nghĩa vị trên :*

1. Dựa vào nét nghĩa “có điều không như ý”, là vì người bán cho là người mua nhận xét không đúng về HĐ của mình, có nghĩa là người mua đang gặp một việc gì không như ý, điều không như ý ấy lại không liên quan gì đến mình

2. Dựa vào nét nghĩa “muốn có HĐ cử chỉ khác nào đó”, vì người bán cho là mình bị oan ức và cho là người mua có HĐ đổ trút cái oan đó cho mình...

Thêm vào đó, trong tham thoại 2, người bán lại kết hợp dùng từ “là ít” ở cuối câu để nhấn mạnh, mang đậm tính tình thái chủ quan: đánh giá túi gạo có khả năng nhiều hơn số lượng 10 cân). Tất cả đều thể hiện tính **chuyển nghĩa, biểu trưng theo “lẽ thường”** thuộc cách dùng, cách hiểu theo thói quen của người Việt.

(Người mua trong (107) tiếp tục nhấn mạnh ý phản bác về sự đánh giá mang đậm tính tình thái chủ quan của người bán, nên đã dùng cấu trúc “những... kia” để thực hiện HĐHGT, nhằm hướng người nghe tới cách hiểu “ít “ và “nhẹ”. Đó là cách dùng, lựa chọn từ ngữ, cấu trúc từ ngữ theo “lẽ thường” đậm bản sắc VHDT .

Cần phân xuất các kiểu lựa chọn NN để tìm ra bản sắc văn hóa đặc thù của tiếng Việt, ngược lại, đặc thù VHDT có ảnh hưởng đến CTLC.

5.1.5. Các khái niệm cơ bản có liên quan

a/ Cho đến nay có rất nhiều định nghĩa khác nhau về hiện tượng văn hóa bởi vì tính chất phức tạp và đa diện của nó. Văn hóa là một tổng thể các kết quả và quá trình hoạt động XH bao gồm những giá trị vật chất và tinh thần của cộng đồng người tích lũy và có tác dụng ngược lại là “đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành từng cá nhân con người riêng lẻ” [181, tr.17], đồng thời, đối lập với những hoạt động của tự nhiên bên ngoài không phụ thuộc vào con người.

b/ VHDT là gì? Mỗi dân tộc sinh ra trên thế giới đều có một truyền thống văn hóa riêng, tạo thành bản sắc riêng được tích hợp trong quá trình phát triển lịch sử lâu dài. VHDT là một hệ thống phức thể và hữu cơ, bao gồm các giá trị vật chất và giá trị tinh thần, trong đó NN là một trong những yếu tố quan trọng là NN, do con người tạo nên, tái tạo, tận dụng để đối phó môi trường thiên nhiên và môi trường XH của một cộng đồng dân tộc nhất định. VHDT liên quan khái niệm “văn hóa cục bộ”[181, tr 17]:bất kì một nền văn hóa cục bộ nào cũng là một thể thống nhất giữa cái có tính nhân loại chung và cái có tính đặc thù riêng, gồm nhân tố NN và phi NN.

c/ Đặc trưng VHDT thể hiện trong NN (ethnolinguistics) chịu sự thúc đẩy của XHNNH (sociolinguistics) là những yếu tố ở trong hệ thống quy định sự khác biệt giữa các dân tộc khác nhau về cách tổ chức, chức năng, cách thức tiến hành quá trình GT, đã chịu sự chi phối của nhân tố đặc thù gắn liền với VHDT.

d/ NN là sản phẩm được hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của bản thân con người cả về mặt sinh vật học lẫn mặt XHH. Vì vậy, YNHÂ của HDH trong GTMB có quan hệ mật thiết với nhiều ngành khoa học như XHH, dân tộc học, khảo cổ học, tâm lí học, tín hiệu học... .

5.2. ĐẶC TRƯNG VĂN HOÁ DÂN TỘC VỚI Ý NGHĨA HÀM ẨN ĐƯỢC GIẢI THÍCH DƯỚI GÓC ĐỘ TRUYỀN THỐNG DÂN TỘC VIỆT

5.2.1. Đặc trưng của nền văn hóa nhận thức

Trong quá trình tồn tại và phát triển, chủ thể văn hóa là người Việt đã có sự nhận thức một cách rất cụ thể, biện chứng về thế giới chủ quan và khách quan dựa trên quy luật đi từ nhận thức cảm tính đến nhận thức lí tính. Điều đó đã trực tiếp ảnh hưởng tới cách GT thường có xuất phát điểm là những vấn đề cụ thể nhưng thường bao hàm YNHÂ sâu xa, không chỉ hiểu một cách đơn giản trên bề mặt PN. Ví dụ (45, tr101), M:Hôm qua sao mà bún chua thế? (*người mua đã sử dụng PN chứa HDHGT : hỏi để chê; mắng vốn người bán với vấn đề rất cụ thể; hàm ý để mua*

hàng rẻ cho lần này hay lần sau); B: Chắc tại nước chấm làm sao đó chứ bác? Nhưng không sao, cháu cân bù lỗ hôm qua nhá? (người bán đã hồi đáp bằng HĐHGT để biện hộ xuê xoa và cũng tỏ ra hiểu ý người mua, và nâng thành HĐ hứa hẹn rất hợp lí...)

5.2.2. Đặc trưng của nền văn hóa tổ chức cộng đồng

Đặc trưng văn hóa Việt Nam nổi bật là *tính cộng đồng*: xuất phát từ nghề nông gắn với cây lúa nước, phụ thuộc vào thiên nhiên, nên tổ chức nông thôn Việt Nam liên kết rất chặt chẽ theo các yếu tố chính: yếu tố *huyết thống* tổ chức thành gia đình và gia tộc, yếu tố *địa bàn cư trú* tổ chức thành xóm và làng, yếu tố *đơn vị hành chính* tổ chức thành thôn và xã, yếu tố *nghề nghiệp* và *sở thích* tổ chức thành phường và hội... Do buộc phải sống trong một khuôn khổ nhất định, tổ chức nông thôn Việt Nam đề cao nguyên tắc ổn định, nhằm buộc người dân gắn bó với muôn kiếp với làng quê. Hệ quả kéo theo là lối sống khép kín, nhỏ hẹp, không thể phát triển về công nghiệp và thương mại trong lũy tre làng. Một đặc trưng nữa là *tính tự trị*, khép kín, tự cung tự cấp trong nội bộ, khiến cho người dân sống trong một tổ chức không có nhu cầu trao đổi hàng hóa. Công nghiệp và thương nghiệp có truyền thống không phát triển bởi ba lí do chính: XH không có cung cầu; chính sách nhà nước cũng trọng nông ức thương; trong XH nghề MB bị xếp vào vị trí sau chót, thứ yếu. Nguyên tắc sống *trọng tình* cũng góp phần làm cho thương nghiệp nước ta có truyền thống kém phát triển. XH nông nghiệp lấy tình cảm là yếu tố quan trọng hàng đầu, trong khi đó XH công nghiệp và thương nghiệp đưa lợi nhuận, tiền bạc lên hàng đầu. Muốn tồn tại và phát triển, nghề MB phải tìm cách tăng lợi nhuận bất chính, nên nghề MB hay tìm cách gian dối để đạt cho bằng được mục đích trên, càng làm cho nghề này bị XH không coi trọng. Với mục đích và nguyên tắc *tận dụng và đối phó* với môi trường con người và XH, người bán thường có tính cách hung dữ để lấn át. Người bán với truyền thống *”trọng tình”*, sợ mất lòng người mua

nên buộc họ phải biết sử dụng văn hóa GT vòng vo, với nghệ thuật ngôn từ mềm dẻo, linh hoạt, biến thiên, nên tồn tại *tình trạng người bán nói thách, lối nói bóng gió xa gần*, còn người mua thì mặc cả vòng vo là dấu vết của các nguyên nhân nêu trên. Hệ quả của *đặc trưng cộng đồng* là người Việt rất thích GT, nhờ vậy, văn hóa GT đã rất phát triển phong phú, đa dạng về **nghệ thuật sử dụng ngôn từ, nhất là nghệ thuật nói gián tiếp, nghệ thuật sử dụng HÐHGT để tạo nên các thông báo hàm ngôn**. Năng lực GT luôn luôn gắn với lời hay, ý đẹp, tế nhị, ý tứ, lịch sự” *lời nói không mất tiền mua, lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau”* đã thực sự đi sâu vào truyền thống và thói quen GT của bản sắc văn hóa Việt Nam. Thói quen GT truyền thống đó của người Việt, lại càng cần thiết, càng đặc thù, càng được sử dụng nhiều trong MB. Đó là thói quen GT bằng PN chứa HÐHGT biểu thị lối nói bóng gió nhằm mục đích bảo đảm quyền lợi vật chất, đi với *tính đối phó tính giữ kẽ, giữ sĩ diện* trong GTMB XH thuộc loại hình văn hóa nông nghiệp.

Hệ quả của *lối sống trọng tình và tính tự trị*, khép kín trong môi trường chật hẹp là **thói quen ưa tìm hiểu và có nhu cầu tìm hiểu đối tượng GT**. Đồng thời, nguyên tắc trọng tình cũng tạo nên thói quen của người Việt là thường tự cảm thấy có **trách nhiệm quan tâm đến người khác**. Nhu cầu tìm hiểu, đánh giá về các vấn đề liên quan đến đối tượng GT như: nghề nghiệp, tuổi tác, ...Người nước ngoài không hiểu thói quen này. Nghệ thuật GTMB của người Việt lại càng không thoát ra khỏi quỹ đạo này. *Thói quen của lối nói vòng vo và thói quen nhu cầu tìm hiểu đối tượng* là hai nhân tố chính tạo nên HÐHGT với nhiều tầng YNHÁ trong GTMB của người Việt. Người Việt có thói quen xuất phát từ tín ngưỡng, phong tục: đốt xả xui, mở hàng, kiêng kị...

5.3. CÁC KIỂU LỰA CHỌN NGÔN NGỮ THỂ HIỆN BẢN SẮC VĂN HÓA DÂN TỘC ĐẶC THÙ TRONG GIAO TIẾP MUA BÁN

5.3.1. Đặc trưng văn hoá dân tộc thể hiện kiểu lựa chọn từ xưng hô thân tộc

Khi GT NN, các cá nhân trong cộng đồng dân tộc buộc phải chịu sự chế định nghiêm ngặt của các qui tắc XH, của nghi thức GT mang đặc trưng tâm lí, văn hóa dân tộc. **TXH là một phương tiện để bộc lộ tương tác XH và để thực hiện chức năng và HDGTNN của dân tộc, trong đó TXH chỉ quan hệ thân tộc để lại một dấu ấn đậm nét trong bản sắc văn hóa dân tộc.** (Vấn đề này nghiên cứu ở chương 4 của luận án).

5.3.2. VHDT thể hiện kiểu lựa chọn sự chuyển nghĩa và nghĩa biểu trưng

YNHÂ cũng là kết quả phản ánh hiện thực và kinh nghiệm về lịch sử XH và ý thức con người, mà con người ở đây là đại diện của một cộng đồng văn hóa NN nhất định. Trong các NN khác nhau thường không có những từ đồng nhất hoàn toàn về đặc điểm ngữ nghĩa, đằng sau nó là những ẩn ý khác nhau, tồn tại những yếu tố chỉ riêng một nền văn hóa nhất định. Một trong những yếu tố mang đậm bản sắc dân tộc Việt để thể hiện YNHÂ là sự chuyển nghĩa và nghĩa biểu trưng, vì sự liên tưởng trong chuyển nghĩa vốn bị quy định bởi điều kiện lịch sử, hoàn cảnh sống, thế giới chung quanh. Tâm lí cụ thể của một cộng đồng văn hóa dẫn đến nghĩa chuyển của các NN khác nhau có thể không như nhau. Đặc trưng VHDT của sự chuyển nghĩa còn chứa ở chỗ nó chỉ tồn tại trong NN này mà không tồn tại ở NN khác. Vấn đề này đã được chúng tôi nghiên cứu kĩ ở [mục 3.2.6.3, tr.138] của luận án.

5.3.3. VHDT thể hiện tính có lí do trong định danh và chọn kí hiệu ngôn ngữ

Đặc trưng VHDT được chứa rất rõ ở việc lựa chọn thuộc tính, đặc trưng tiêu biểu, thuộc bản chất của sự vật, hiện tượng cụ thể. Tín hiệu NN không phải hoàn toàn mang tính võ đoán, mà chúng thường chứa tính có lí do xuất phát từ thực tiễn

của một dân tộc. Chúng ta dựa vào tính có lí do của nền VHDT để tạo nên YNHÃ rất riêng của một cộng đồng sử dụng NN nhất định. Chính nó giúp cho chúng ta xác định các YNHÃ ở trong các khuôn khổ nhất định mặc dù chúng có nhiều tầng nghĩa rất phong phú đa dạng. Tính có lí do lại phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện thực tiễn khách quan và chủ quan của một dân tộc. Vấn đề này được xét ở [mục 3.2.6.4, tr.141] của luận án.

5.3.4. Văn hoá dân tộc thể hiện sự liên tưởng, quan sát để chọn kí hiệu

Mỗi dân tộc thể hiện mỗi kiểu tư duy khác nhau, bởi vì mỗi dân tộc có sự lựa chọn các đặc trưng bản chất của sự vật theo mỗi góc quan sát khác nhau và đối tượng sẽ được định danh khác nhau và việc chọn kí hiệu cho các PN diễn đạt các ý nghĩa cũng khác nhau. Tại sao dân tộc này chọn đặc trưng này chứ không phải đặc trưng khác như dân tộc khác lại phụ thuộc rất nhiều vào tư duy liên tưởng và cách quan sát khác nhau của họ. Tư duy liên tưởng và cách quan sát của mỗi dân tộc cùng bị chi phối bởi: *phạm vi thực tế khác nhau; quan điểm khác nhau; khái niệm khác nhau; cách nhìn khác nhau phản ánh những khía cạnh, những mặt khác nhau đối với cùng một sự vật, hiện tượng; phong cách sắc thái, tình cảm, mức độ biểu cảm khác nhau; sự kiêng kỵ XH khác nhau; nhu cầu GT thông tin khác nhau; hiện tượng vay mượn, thâm nhập các NN có sự tiếp xúc gần gũi khác nhau; thói quen sử dụng có thích hợp theo thời gian khác nhau; những khía cạnh khác nhau như: HT, màu sắc, vị trí, chức năng, tính chất, địa phương, nghề nghiệp... của từng cộng đồng XH.* Tư duy liên tưởng đóng vai trò quan trọng tạo nên tính đặc thù riêng của từng cộng đồng NN dân tộc. Chẳng hạn như cũng một sự vật, sự việc trong thực tế khách quan, nhưng dân tộc này chú ý đến đặc trưng HT, dân tộc khác lại chú ý đến đặc trưng chức năng, dân tộc này thích tư duy khái quát, dân tộc khác thích tư duy cụ thể. Ví dụ(108), người Anh gọi khái niệm "cheap": *(mức độ giá thấp hơn mức bình thường); (hay đánh giá mức độ không có giá trị gì bao nhiêu).* Còn người Việt gọi nhiều từ

tương ứng với khái niệm cụ thể hơn: “rẻ”, “bèo”, *rẻ thối*, “*rẻ thúi*”, “*rẻ mặc*”, “*rẻ bèo*”, “*giá bèo bọt mây trôi*”, “*rẻ không ngờ*”, “*rẻ dã man*”, ... khái niệm “*cheapen*”, “*abatement*”, “*shell out*”, còn tiếng Việt “*hạ giá*”, “*giảm giá*”; “*trụt giá*”; “*rớt giá*”; “*rơi giá*”; “*xuống giá*”; “*dưới vốn*”; “*tụt giá*”; “*lui giá*”; “*lùi giá*”; “*sụt giá*”; “*rút giá*”; “*rụt giá*”; “*rút giá*” ...

Cách nhận diện sự vật trong bức tranh hiện thực thế giới chung quanh bằng tư duy của người Việt thường mang tính cụ thể. Hệ quả là tư duy liên tưởng và cách quan sát, chọn kí hiệu PN của người Việt rất cụ thể, phong phú, đa dạng, tinh tế.

5.3.5. Đặc trưng văn hoá dân tộc thể hiện cấu trúc đa nghĩa của từ

Vấn đề đặc trưng VHDT thể hiện từ đa nghĩa nghiên cứu ở [mục 3.2.6.6, tr.143].

5.3.6. Đặc trưng văn hoá dân tộc thể hiện ở từ đồng nghĩa-từ gần nghĩa

Hệ thống từ đồng nghĩa, gần nghĩa của mỗi NN mang đậm bản sắc văn hóa, có vai trò quan trọng trong các phương thức diễn đạt của cộng đồng dân tộc sử dụng NN đó. Đối với tiếng Việt cũng vậy, đặc biệt trong phạm vi GTMB của người Việt thì chúng càng phong phú, đa dạng. Có lẽ điều này, ít nhiều có căn nguyên ở tính chất phát triển nhỏ lẻ, tiểu nông, manh mún có từ truyền thống của nền kinh tế nông nghiệp, thủ công. Phải nhìn nhận một cách thực sự cầu thị rằng nền kinh tế của ta còn yếu kém, chưa ngang tầm quốc tế. Các từ ngữ MB của ta ít mang tính thuật ngữ. Vì phạm vi GTMB người Việt mẫn cảm, thích lựa chọn, dùng từ đồng nghĩa, gần nghĩa nhằm diễn đạt chính xác, tinh tế, trong ngữ cảnh phù hợp. Trong khi đó, ở phạm vi GTMB của các nước tiên tiến hiện đại, vốn từ ngữ được sử dụng trong MB của họ thường đã được nâng lên thành hệ thống thuật ngữ mang tính quốc tế, đơn nghĩa, thống nhất cao. Ta có thể tìm biến thể đồng nghĩa dựa trên chỉ số

trung bình của một NN theo công thức sau đây:
$$\frac{W - T}{T}$$

Gọi W – word = số lượng từ của một trường nghĩa của một NN; Gọi T -thing là số lượng sự vật, hiện tượng cụ thể hay trừu tượng tương ứng trong phạm vi của trường nghĩa đó. Nếu chỉ số công thức $= 0$, thì NN đó không có biến thể đồng nghĩa. Trong thực tế không có một NN nào mà số lượng các sự vật, hiện tượng, khái niệm lại đều nhất loạt trùng hợp với số lượng từ ngữ được dùng để định danh sự vật hiện tượng từ nhiều góc độ khác nhau. Kết quả cho thấy chỉ số biến thể đồng nghĩa luôn luôn cao hơn các sự vật, hiện tượng, khái niệm trong thực tế khách quan. Chỉ số biến thể đồng nghĩa của một NN càng cao thì số lượng từ đồng nghĩa và gần nghĩa của NN đó càng nhiều, càng phong phú, đa dạng. Chỉ số biến thể đồng nghĩa trong một NN bất kì nào đó chính là trung bình cộng của chỉ số đồng nghĩa của các tiểu trường nghĩa của NN đó. Theo sự thống kê đối chiếu dựa trên trường từ vựng tên gọi thương mại quốc tế bằng tiếng Việt và tiếng Anh, thu được kết quả như sau: Tiếng Anh đã sử dụng 198 từ ngữ để định danh cho 149 khái niệm chuyên sử dụng trong MB thương mại quốc tế. Còn trong tiếng Việt đã sử dụng 245 từ ngữ để định danh 149 khái niệm chuyên sử dụng trong MB thương mại quốc tế. Trong tiếng Anh, số lượng từ ngữ, thuật ngữ thương mại có tỉ lệ biến thể đồng nghĩa là $(198-149)/149= 0,32=32\%$. Còn ở tiếng Việt có tỉ lệ biến thể đồng nghĩa là $(245-149)/149= 0,64=64\%$. Con số thống kê trên đã phản ánh cách quan sát, gọi tên sự vật, hiện tượng của người Việt trong GTMB phong phú hơn, đa dạng hơn, từ nhiều góc độ khác nhau.

5.3.7. Đặc trưng VHDT với việc lựa chọn nhóm vị từ mang sắc thái biểu cảm tuyệt đối và biểu thị mức độ cao [Xem mục 3.2.6.8, tr.146].

Qua khảo sát, chúng tôi đã tìm thấy 2 nhóm sau:

+ Nhóm vị từ và ngữ vị từ chỉ sắc thái tình cảm tích cực : *bong, choang, lánh, láy, lớp, lự, roi, rói, lụng, muốt, rộm, rộm, rươi, rùm, tấp, ngân, au, phưng, phứt, chá, tinh, toanh, tênh, nhánh, chói, lịm, khay, đét, nịch,*

+ Nhóm vị từ và ngữ vị từ chỉ sắc thái tình cảm tiêu cực: *bịch, ngẫu, hỏn, khự, ệch, phê, trũi, nhom, nhách, ngủn, nhằng, lừ, lỏng, nhẻm, ngoằng...*

Chúng ta thử khảo sát ví dụ (109):

B: Dì ơi, Mua đu đủ dì ghen? Dì coi ngon không? Vàng rói hà! Lâu lâu mới có đận hàng này đó dì ơi! (*người bán đã sử dụng vị từ “vàng rói” với thành tố biểu cảm tuyệt đối thiên về hiệu lực lập luận tích cực trong thông báo hàm ngôn cho người nghe là khen hàng ngon và đẹp -> nên mua*);

M: Vậy mà vàng rói, vàng khé thì có! Chắc là dú ép phải không?... (*người mua có PN hỏi đáp cho thông báo khác cũng hàm ngôn, bằng vị từ khác chứa sắc thái nghĩa đối lập, thiên về định hướng tiêu cực cho người bán ngầm chê hàng xấu -> không mua, hãy bán rẻ đi*)

Khi sử dụng hệ thống vị từ này để tạo YNHÃ thì nhất thiết chúng ta phải dựa vào ngữ cảnh. Có như vậy thì mới xác định được định hướng biểu cảm. Song lĩnh vực GTMB rất phức tạp nên việc định hướng rất khó khăn. Vì vậy, chúng tôi đã xác định hướng biểu cảm trên cơ sở tra cứu nghĩa của từ trong từ điển, kết hợp phân tích ngữ nghĩa – ngữ dụng của từ trong khảo sát thực tế, đồng thời chúng tôi cũng rất lưu ý cơ sở điều tra ngữ cảm, thói quen sử dụng của người bản ngữ.

Tóm lại, hệ thống vị từ – ngữ vị từ mang sắc thái biểu cảm tuyệt đối và biểu thị mức độ cao mang đậm bản sắc văn hóa của người Việt trong GT nói chung và trong HĐH thuộc phạm vi MB nói riêng. Thứ nhất, rất *giàu chất biểu cảm*; thứ hai, thể hiện mạnh mẽ *tính động và tính linh hoạt, biến hóa khôn lường*; thứ ba, có *giá trị định hướng lập luận* rất cao.

5.3.8. Đặc trưng văn hoá dân tộc thể hiện trong thành ngữ – tục ngữ .

Thành ngữ – tục ngữ tiếng Việt là một thực thể văn hóa, mang đậm bản sắc VHDT. Vấn đề này đã được nghiên cứu kĩ ở [mục 3.2.6.9, tr 147] của luận án.

5.4. TIỂU KẾT

Với yêu cầu tế nhị và lịch sự trong giao tiếp mua bán, tất cả các phương tiện tạo nghĩa hàm ẩn nằm trong *cơ chế loại hình văn hoá Việt* được huy động và tận dụng tối đa như là một **chất liệu, chất kích hoạt** không thể thiếu để hướng tới hiệu lực giao tiếp ngầm ẩn mang tính đặc thù của cấu trúc lựa chọn.

Trong quá trình tận dụng tối đa các phương tiện tạo nghĩa hàm ẩn trên, giao tiếp mua bán chẳng những làm rõ cách thể hiện nghĩa hàm ẩn thông qua các cấp độ và phạm trù vốn có gắn với loại hình riêng biệt của bản thân ngôn ngữ tiếng Việt, mà nó còn góp phần nâng cao cách thể hiện nét ngầm ẩn ấy để gợi mở thêm về một *sắc thái văn hoá giao tiếp có thể có trong lòng ngôn ngữ* từ áp lực gia tăng của tầm nhìn ngữ dụng học.

Qua kết quả nghiên cứu của chúng tôi, ngôn ngữ ở đề tài mua bán, nhất là ở ý nghĩa hàm ẩn của hành động hỏi trong hội thoại mua bán mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc, thể hiện tính cụ thể, trực quan, hình tượng, đa dạng, phong phú, trí tuệ... Điều đó tạo nên điểm độc đáo, riêng biệt của người Việt. Vấn đề cũng chứng minh rằng ngôn ngữ tiếng Việt rất giàu và đẹp. Muốn xây dựng và phát triển đất nước, chúng ta phải phát triển tiếng Việt-một công cụ giao tiếp và tư duy mang đậm bản sắc và giá trị văn hoá của dân tộc Việt.

Trong thực tế cuộc sống nói chung và trong giao tiếp thương mại giữa người Việt và người Việt, giữa người Việt và người nước ngoài, vấn đề hiểu đặc trưng bản sắc văn hóa dân tộc Việt nói chung và bản sắc văn hóa về ngôn ngữ - tư duy, nhất là mảng đề tài kinh tế thương mại nói riêng là một vấn đề cần thiết để chúng ta hòa nhập với kinh tế thương mại toàn cầu.

PHẦN KẾT LUẬN

Từ những vấn đề đã nghiên cứu qua các chương được đặt ra từ đầu luận án, chúng tôi có thể đi đến những kết luận như sau:

1. Mua bán là môi trường sinh ra và kiểm nghiệm những giá trị tồn tại của phát ngôn chứa hành động hỏi. Chúng tôi đã nghiên cứu các bình diện ở các cấp độ khác nhau của hành động hỏi trực tiếp mang tính hiển ngôn, đặc biệt hơn nữa là chú ý đến ***hành động hỏi gián tiếp mang tính hàm ngôn***.

2. Nếu hành động hỏi trong mua bán mang tính đặc thù, thì hành động hỏi gián tiếp dưới dạng hàm ngôn gắn với cấu trúc lựa chọn là sự thể hiện đặc thù cao độ. Tiêu điểm hàng đầu cần xử lí của luận án ***tập trung phân tích CTLC- một dạng cấu trúc ngôn ngữ siêu đoạn tính tạo nên hệ thống các đơn vị nghĩa hàm ngôn mang tính chỉnh thể theo hệ liên tưởng***. CTLC vừa hiển ngôn vừa hàm ngôn này thực chất là một loại ***cấu trúc xác lập hiệu lực GT theo hướng hàm ngôn, lấy cấu trúc hiển ngôn làm HT chứa***. Cấu trúc lựa chọn thực sự là kết quả của *sự tận dụng tối đa ba yếu tố cấu tạo chính, đó là: yếu tố phi ngôn ngữ* gồm, *yếu tố ngữ cảnh, áp lực từ tiền ước, tiền giả định*, kết hợp sự ***lựa chọn yếu tố ngôn ngữ*** trong *cơ chế tạo nghĩa hàm ẩn* theo nguyên tắc chuyển mã từ *cơ chế tín hiệu học*, thông qua ***yếu tố ngôn ngữ xã hội học*** của *một tầng lớp người sử dụng tư duy năng động, quen thuộc, phát huy tối đa bản chất xã hội sâu xa của ngôn ngữ, thông qua cá nhân gắn với đặc trưng riêng của môi trường giao tiếp cụ thể*.

3. Phát hiện và lí giải sự hình thành và hoạt động của loại ***cấu trúc phân chia cấp độ nghĩa theo hệ liên tưởng*** (không theo kiểu phân đoạn thực tại theo hệ hình) và ***mang tính hàm ngôn cao*** như CTLC nói trên, do vậy, có thể coi đây là một cơ hội tốt để chúng tôi có thể mở rộng sự hiểu biết của mình vào những tầng bậc cao của ngữ dụng học.

4. Với cách nhìn trên, chúng tôi xem cấu trúc lựa chọn là dạng quy ước **siêu ngôn ngữ**, bởi vì chúng tuy được xác lập từ mã ngôn ngữ, nhưng trên thực tế, hiệu lực giao tiếp của chúng nhiều khi không còn dựa trên nghĩa thực thể vốn có của ngôn ngữ. Nói khác đi, *ngôn ngữ thực* ở đây đã bị triệt tiêu, *được mã hóa theo hướng phi ngôn ngữ* và ngược lại, có thể nói đây cũng chính là *quá trình ngôn ngữ hóa các yếu tố phi ngôn ngữ*. Vấn đề được đặt ra và giải thích ở đây thực sự đã mở ra góc độ liên thông mới và rộng mở về tầm nhìn khoa học, trên cơ sở *không thể thoát li khỏi cái nhìn triệt để của cơ chế lí thuyết tín hiệu học* với sự bổ sung của ngôn ngữ học *tri nhận, ngôn ngữ xã hội học, văn hóa học...*

5. Chúng tôi cũng nghiên cứu được **các cách thức trong cơ chế tạo nghĩa hàm ngôn dụng học**. Đó là **sự vi phạm các nguyên tắc dụng học** về các phương thức chiếu vật; quy tắc nói năng; quy tắc hội thoại; quy tắc lập luận thuộc **sự lựa chọn của yếu tố ngôn ngữ**, là một trong ba yếu tố cấu tạo trong CTLC tạo nghĩa hàm ẩn, trong quan hệ giữa người lập mã và người giải mã. Tại đây, người lập mã không thể không chú ý đến nguyên lí : *người nói một mặt phải biết tôn trọng các quy tắc dụng học và giả định rằng người nghe cũng biết, mặt khác lại cố ý vi phạm các nguyên tắc dụng học và giả định rằng người nghe cũng lí giải được chỗ vi phạm đó của mình* xuất phát từ cơ chế suy luận quen thuộc nào đó ở trong tri năng cảm nhận bản ngữ, từ mặt bằng văn hóa chung của cộng đồng, để họ có thể “vượt qua” được chỗ vi phạm nhằm hiểu dụng ý của nhau. Như vậy khi sử dụng các nguyên tắc vi phạm dụng học thuộc cơ chế hàm ngôn, CTLC không thể không dựa vào **sự hiểu rõ ý định của nhau trong tâm lí, bối cảnh giao tiếp** giữa các đối tác. Tất cả các yếu tố trên đã chồng lấp, lệ thuộc vào nhau, *trên cơ sở đó, đã thực sự mở ra một tiềm năng rất rộng về tính hàm ngôn dụng học cho các hình thái ngôn ngữ dưới dạng biểu thức quy chiếu chứa hành động hỏi được dùng dưới dạng thông báo hiển ngôn trong GT mua bán.*

6. Từ cách nhìn phân tích theo hướng tổng hợp, chúng tôi **nhận dạng hàm lượng văn hóa gắn với đặc điểm dân tộc của ngôn ngữ**. Sự hình thành đường dây lập mã của CTLC gắn với năng động của tư duy theo hướng tri nhận tại môi trường cụ thể, không tách khỏi các yếu tố từ xưng hô, lược đồ đặc trưng văn hóa... Trong quá trình tạo nghĩa, những nhân tố trên là chất liệu không thể thiếu, chi phối lẫn nhau để nâng hàm ngôn nghĩa học lên hàm ngôn dụng học, đồng thời đặt quá trình giao tiếp ngôn ngữ vào sự rộng mở của tầm nhìn *văn hóa*.

7. Luận án đã góp phần làm nổi rõ bức tranh về *đặc điểm phong cách và chuẩn phong cách* liên quan chặt chẽ đến tính thói quen, tính khuôn mẫu, tính chính xác, tính kinh nghiệm, tính tuân theo, tính sáng tạo, tính thẩm mỹ... Đồng thời, *gợi sự khác nhau về sắc thái hàm ẩn thuộc hành động hỏi của môi trường mua bán trong thực tế đời sống hằng ngày* (sự tạo nghĩa dụng học với các cung bậc tiền giả định khác nhau, theo sự tương tác giữa nguyên lí lịch sự, cộng tác riêng biệt, cùng với sự phá vỡ phương châm hội thoại về chất, về lượng cũng rất riêng biệt theo một chuẩn ngôn ngữ được lựa chọn để đạt mục đích giao tiếp mang tính đặc thù), *với sắc thái hàm ẩn thuộc văn bản nghệ thuật sách vở* (sản phẩm của quá trình tu từ theo hướng thẩm mỹ thao tác tư duy hình tượng).

8. Như vậy, CTLC là cơ sở của sự chi phối các **nguyên tắc điều hành** của hoạt động ngôn ngữ trong giao tiếp mua bán, và gợi ý nghiên cứu ngữ dụng về: *lí thuyết lựa chọn chiến lược; lựa chọn chuẩn mực; lựa chọn cho chiến lược lịch sự*. CTLC còn là cái gốc chi phối cho các vấn đề về **nguyên tắc lịch sự** (lịch sự gắn với chiến lược lựa chọn mà con người thực hiện trong quá trình tương tác xã hội; gắn với chuẩn mực ứng xử, chịu áp lực mạnh mẽ của chuẩn mực cộng đồng và các giá trị xã hội quy định như tuổi tác, ...); **nguyên tắc đảm bảo quyền lợi** (quyền lợi cũng gắn với chiến lược lựa chọn mà con người thực hiện trong quá trình tương tác xã hội); **nguyên tắc tạo lập quan hệ** (giao tiếp mua bán chịu sự quy định của

nhu cầu lợi ích kinh tế cụ thể của bên mua và bên bán, tạo lập quan hệ ứng xử gắn với quyền lợi, chiến lược lựa chọn); **nguyên tắc tạo tình cảm**. (Nhu cầu và lợi ích kinh tế đã buộc người mua và người bán tìm cách tạo lập quan hệ, muốn vậy, họ phải bảo đảm nguyên tắc tạo lập tình cảm).

9. Chúng ta cần có cái nhìn khách quan và toàn diện hơn về nghệ thuật giao tiếp mua bán ở nước ta, tránh quan điểm phiến diện coi ngôn ngữ mua bán thuộc phong cách thấp, đơn điệu, phi chuẩn so với ngôn ngữ văn hóa mang tính chuẩn mực chung. Đồng thời, trau dồi khả năng sử dụng tốt ngôn ngữ cá nhân và giới doanh nhân trong những hoàn cảnh, những cuộc đàm phán thương mại có tầm vĩ mô mang lại nhiều lợi ích to lớn và thiết thực cho kinh tế Việt Nam.

10. Chúng tôi cũng mong Bộ Giáo dục và Đào tạo đưa vấn đề chuẩn ngôn ngữ giao tiếp mua bán vào chương trình giáo dục ở các cấp học phổ thông và đại học

11. Một số vấn đề được gợi ý để nghiên cứu tiếp theo, làm sáng rõ lí thuyết giao nhau mang tính liên ngành. Đó là xây dựng và bổ sung *vốn từ vựng về từ ngữ mua bán* nhằm giải nghĩa, đối chiếu, cung cấp một số kiến thức cần thiết cho *hệ thống từ điển tiếng Việt*. Tiếp theo là *xác lập hệ thống trường nghĩa, rèn luyện việc xây dựng tập hợp các từ có quan hệ ngữ nghĩa theo chủ đề mua bán*. Đồng thời, có thể bổ sung lớp từ vựng mua bán tiếng Việt xét theo *nguồn gốc, phạm vi sử dụng, thời gian sử dụng...* Từ đó, ta có thể xây dựng lí thuyết và thực hành về **TIẾNG VIỆT THƯƠNG MẠI**, để có thể đẩy tiếng Việt trong lĩnh vực giao tiếp mua bán đạt chuẩn quốc tế và trở thành “thuật ngữ thương mại tiếng Việt”

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. **Đào Duy Anh** (1932), *Hán Việt từ điển*, Hà Nội.
2. **Đào Duy Anh** (1992), *Việt Nam văn hóa sử cương*, Nxb Tp HCM.
3. **Đỗ Ảnh** (1990), *Thử vận dụng quan điểm cấu trúc chức năng để nhận diện miêu tả câu cầu khiến tiếng Việt*, NN, số 2.
4. **Hoàng Anh** (1998), *Một số thủ pháp nhằm tăng cường tính biểu cảm trong NN báo chí*, NN và đời sống, số 7.
5. **Toan Anh** (1993), *Trong họ ngoài làng*, Nxb Mũi Cà Mau.
6. **Diệp Quang Ban** (1995), *Thử điểm qua việc nghiên cứu ngữ pháp tiếng Việt trong nửa thế kỉ qua*, NN, số 4.
7. **Diệp Quang Ban** (1999), *Văn bản và liên kết trong tiếng Việt* - Nxb Giáo dục, Hà Nội.
8. **Diệp Quang Ban, Hoàng Văn Thung** (1996), *Ngữ pháp tiếng Việt*- Nxb Giáo dục, Hà Nội
9. **Diệp Quang Ban** (2001), *Ứng dụng cách nhìn dụng học vào việc giải thích một số yếu tố có mặt trong câu – PN*, NN, số 7. 1
10. **Nguyễn Đại Bằng**- *Khuôn vần tiếng Việt và sự sáng tạo từ* – Nxb VHNT- HN, 2001
11. **Phan Kế Bính** – *Việt Nam phong tục* – Nxb Tp HCM
12. **Lê Biên** (1999), *Từ loại tiếng Việt hiện đại*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
13. **Dương Hữu Biên** (1997), *Vài ghi nhận về logic và hàm ý*, NN, số 1.
14. **Nguyễn Tài Cẩn** (1977), *Ngữ pháp tiếng Việt (tiếng- từ ghép- đoản ngữ)*, Nxb ĐH & THCN, Hà Nội.

15. **Nguyễn Tài Cẩn** - *Một số nhận xét về từ chỉ quan hệ thân thuộc trong tiếng Việt*, Thông báo khoa học, Trường Đại học tổng hợp Hà Nội- 1962
16. **Nguyễn Tài Cẩn**- *Từ loại danh từ trong tiếng Việt hiện đại*, Nxb KHXH, Hà Nội- 1975
17. **Hoàng Cao Cường** (2000), *Sự phát triển ngôn ngữ và ngôn ngữ đã phát triển: trường hợp tiếng Việt*”, NN, số 1.
18. **Nguyễn Đông Chi** – *Nông thôn Việt Nam trong lịch sử*- tập 2, HN, 1997
19. **Nguyễn Từ Chi**- *Nhận xét bước đầu về gia đình của người Việt*- Văn hóa học đại cương và cơ sở văn hóa Việt Nam, Nxb KHXH, Hà Nội, 1996.
20. **Ngô Thị Chính** – *Quan hệ thân tộc của người Việt trong bộ “ Quốc triều hình luật”*- Nghiên cứu NN Đông Nam Á, 3/1992
21. **Nguyễn Văn Chiến**- *Sắc thái địa phương của các danh từ thân tộc trong tiếng Việt*- Tạp chí NN, 2/1991
22. **Nguyễn Văn Chiến**- *Sử dụng các từ xưng hô- một thể hiện của thế ứng xử của người Việt*- Tạp chí NN và đời sống, 1992
23. **Nguyễn Văn Chiến**- *NNH đối chiếu và đối chiếu các NN Đông Nam Á*- Trường ĐHSPNN, Hà Nội, 1992
24. **Nguyễn Văn Chiến**- *TXH trong tiếng Việt*- Việt Nam- những vấn đề NN và văn hóa, Hội NNHVN& Trường ĐHNN Hà Nội, 1993
25. **Nguyễn Đình Chú** – *Vai trò của gia tộc trong sự phát triển văn hóa dân tộc*- Những nghiên cứu XHH về gia đình Việt Nam, NXB KHXH, Hà Nội, 1996
26. **Mai Ngọc Chử**- Vũ Đức Nghiệu- Hoàng Trọng Phiến – *Cơ sở NNH và tiếng Việt* – ĐHTH HN, 1990
27. **Mai Ngọc Chử** – *Văn hóa Đông Nam Á* – Nxb ĐHQG HN, 1998

28. **Đỗ Hữu Châu** (1977), *Thí nghiệm liên tưởng tự do và những liên hệ ngữ nghĩa của các từ trong hệ thống từ tiếng Việt*, NN, số 2, tr. 25.
29. **Đỗ Hữu Châu** (1979), *Tính cụ thể và tính trừu tượng của từ và từ tiếng Việt*, Luận án TS, Hà Nội.
30. **Đỗ Hữu Châu** (1981), *Từ vựng ngữ nghĩa tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
31. **Đỗ Hữu Châu** (1982, 1983), *Ngữ nghĩa học hệ thống và ngữ nghĩa học hoạt động*, NN, số 3 và số 1.
32. **Đỗ Hữu Châu** (1985), *Các yếu tố dụng học của tiếng Việt*, NN, số 4.
33. **Đỗ Hữu Châu** (1986), *Các bình diện của từ tiếng Việt*, Nxb KHXH, Hà Nội.
34. **Đỗ Hữu Châu** (1998), *Cơ sở ngữ nghĩa học từ vựng*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
35. **Đỗ Hữu Châu** (2000), *Tìm hiểu văn hóa qua ngôn ngữ*, NN, số 10.
36. **Đỗ Hữu Châu**, Bùi Minh Toán (1993), *Đại cương ngôn ngữ học (tập1)*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
37. **Đỗ Hữu Châu**, Bùi Minh Toán (1993), *Đại cương ngôn ngữ học (tập2)*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
38. **Đỗ Hữu Châu**, Cao Xuân Hạo (1993), *Tiếng Việt 12, tập 2*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
39. **Đỗ Hữu Châu** (2003), *Cơ sở ngữ dụng học*, tập 1, Nxb ĐHSP, Hà Nội.
40. **Hoàng Thị Châu** (1989), *Tiếng Việt trên các miền đất nước- Phương ngữ học*- Nxb KHXH, Hà Nội.
41. **Hoàng Thị Châu** (1995), *Vài đề nghị về chuẩn hóa cách xưng hô trong xã giao*, NN và đời sống, số 3.
42. **Hồng Dân** (1968), *Về quan hệ giữa mẫu mực ngôn ngữ và sự sáng tạo cá nhân*, tập 1, Nxb KHXH.
43. **Nguyễn Đức Dân** (1983), *Phủ định và bác bỏ*, NN, số 1.

44. **Nguyễn Đức Dân** (1984), *NNH thống kê*, Nxb ĐH & THCN, Hà Nội.
45. **Nguyễn Đức Dân**, Lê Đông (1985), *Phương thức liên kết của từ nối*, NN, số 1.
46. **Nguyễn Đức Dân** (1987), *Lô gích – Ngữ nghĩa – Cú pháp*, Nxb ĐH & THCN, Hà Nội.
47. **Nguyễn Đức Dân**, Trần Thị Ngọc Lang (1992), *Câu sai và câu mơ hồ*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
48. **Nguyễn Đức Dân** (1996), *Lô gích và tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
49. **Nguyễn Đức Dân** (1998), *Ngữ dụng học*, tập 1, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
50. **Nguyễn Đức Dân** (2002), *Nỗi oan thì. mà, là*, Nxb Trẻ.
51. **Trương Thị Diễm** – *Tữ xưng hô có nguồn gốc danh từ thân tộc trong giao tiếp tiếng Việt*- Luận án tiến sĩ ngữ văn-2002
52. **Hoàng Dũng** (1999), *Bàn thêm về vấn đề nhận diện từ láy tiếng Việt*, NN, số 2.157.
53. **Phạm Vũ Dũng** – *Văn hóa GT*- Viện văn hóa- Bộ VHTT, Nxb VHTT HN, 1996
54. **Phạm Đức Dương** – *Văn hóa và cách tiếp cận* - Nghiên cứu NN Đông Nam Á, 5/1999
55. **Nguyễn Đức Dương** (1974), *Về hiện tượng “ông” “chỉ” “ngoài”*, NN, số 1.
56. **Hữu Đạt** (1996), *Ngôn ngữ thơ Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
57. **Trần Thanh Đạm** (1974), *Một vài suy nghĩ về ngôn ngữ tự nhiên và ngôn ngữ văn hóa*, NN, số 3.
58. **Nguyễn Văn Độ** – *Những yếu tố làm biến đổi lực ngôn trung của lời thỉnh cầu trong tiếng Anh và tiếng Việt* - Tạp chí NN, 1/ 1999
59. **Nguyễn Văn Độ** – *Lời thỉnh cầu bóng gió trong tiếng Anh và tiếng Việt* - Tạp chí NN, 6/ 1999
60. **Lê Đông** (1985), *Câu trả lời và câu đáp của PNH*, NN, số phụ 1.

61. **Lê Đông** (1991), *Ngữ nghĩa- ngữ dụng của hư từ tiếng Việt: ý nghĩa đánh giá của các hư từ*, NN, số2.
62. **Lê Đông** (1994), *Vai trò của thông tin tiền giả định trong cấu trúc ngữ nghĩa ngữ dụng của câu hỏi*, NN, số2.
63. **Lê Đông**, Phạm Hùng Việt (1995), *Nhấn mạnh như một hiện tượng ngữ dụng và đặc trưng ngữ nghĩa ngữ dụng của một số trợ từ nhấn mạnh trong tiếng Việt*, NN, số2.
64. **Lê Đông** (1996), *Ngữ nghĩa – ngữ dụng PNH chính danh*, Luận án tiến sĩ ngữ văn, ĐHKHXH&NV, Hà Nội.
65. **Đình Văn Đức** (1986), *Ngữ pháp tiếng Việt (từ loại)*, Nxb ĐHTHCN, Hà Nội.
66. **Đình Văn Đức** (1992), *Về một cách hiểu ý nghĩa các từ loại trong tiếng Việt* - NN, số2.
67. **Armengaud. F** (1985), *Pramatique, presses universitaire de France*, bản dịch Đỗ Hữu Châu, Hà Nội.
68. **Saussure, F. de** (1973), *Giáo trình ngôn ngữ học đại cương*, NxbKHXH, Hà Nội,
69. **Nguyễn Thiện Giáp** (1985), *Từ vựng học tiếng Việt*-Nxb Đại học & THCN, Hà Nội.
70. **Nguyễn Thiện Giáp** (cb), Đoàn Thiện Thuật, Nguyễn Minh Thuyết (1997), *Dẫn luận ngôn ngữ học*, Nxb GD, HN.
71. **Nguyễn Thiện Giáp** (1998), *Cơ sở ngôn ngữ học*, Nxb KHXH, HN.
72. **Nguyễn Thiện Giáp** (2000), *Dụng học Việt ngữ*-Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
73. **Hoàng Văn Hành** (1977), *Về tính hệ thống của vốn từ tiếng Việt*- NN, số2.
74. **Hoàng Văn Hành** (1992), *Về ý nghĩa của các từ biểu thị sự nói năng trong tiếng Việt*, NN, số 1.
75. **Nguyễn Thị Hai** (2001), *Hành động từ chối trong tiếng Việt hiện đại*, NN, số1

76. **Cao Xuân Hạo** – *Sơ thảo ngữ pháp chức năng*- Nxb KHXH HN, 1991.
77. **Cao Xuân Hạo** (1995), *Dạy tiếng Việt cho người nước ngoài: hòn đá thử vàng của cách nghiên cứu và miêu tả tiếng Việt*, “Tiếng Việt như một ngoại ngữ”, Nxb GD, HN.
78. **Cao Xuân Hạo** (1998), *Tiếng Việt, mấy vấn đề ngữ âm-ngữ pháp-ngữ nghĩa*, Nxb Giáo dục, 1998.
79. **Cao Xuân Hạo** (2001), *Tiếng Việt-Văn Việt-Người Việt*, Nxb Trẻ.
80. **Huỳnh Thị Hồng Hạnh** (2001), *Đặc điểm ngữ nghĩa – ngữ pháp của vị từ có yếu tố đứng sau biểu thị mức độ cao trong tiếng Việt*, Luận án tiến sĩ ngữ văn, Trường ĐHKHXH&NV, Tp HCM.
81. **Nguyễn Chí Hòa** (1993), *Thử tìm hiểu PNH và PN trả lời trong sự tương tác lẫn nhau giữa chúng trên bình diện GT*, NN, số 1.
82. **Nguyễn Thái Hoà** (1997), *Dẫn luận phong cách học*, Nxb GD, HN.
83. **Nguyễn Quang Hồng** (1990), *Các phương thức định hình ngôn từ*- NN, số2.
84. **Bùi Mạnh Hùng** (1998), *Bàn về hô ngữ trên cứ liệu tiếng Việt và tiếng Bungari*, NN, số 1.
85. **Mai Xuân Huy** (1998), *Các cung bậc của ngôn ngữ trong giao tiếp vợ chồng người Việt- Ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp gia đình người Việt* – Nxb VHNT, HN.
86. **Mai Xuân Huy** (2000), *Các đặc điểm của ngôn ngữ quảng cáo dưới ánh sáng của lí thuyết GT*, Luận án tiến sĩ ngữ văn, Hà Nội.
87. **Nguyễn Thị Hương** (1999), *Đặc trưng ngữ nghĩa của nhóm tục ngữ chứa các từ chỉ quan hệ thân tộc*, NN, số 6.
88. **Thanh Hương** (1990), *Bước đầu tìm hiểu các hành vi giao tiếp mở đầu tương tác bác sĩ – bệnh nhân*, NN, số 3.

89. **Vũ Thị Thanh Hương** (1999), *Giới tính và lịch sử*, NN, số 8.
90. **Lê Thanh Kim-Từ xưng hô và cách xưng hô trong các phương ngữ tiếng Việt –**
Luận án tiến sĩ ngữ văn – Viện NNH – HN, 2002
91. **Nguyễn Thị Li Kha** (1998), *Thử tìm hiểu thêm về danh từ thân tộc của tiếng Việt*, NN, số 6.
92. **Nguyễn Thị Li Kha** (2001), *Nét nghĩa chỉ quan hệ của danh từ thân tộc của tiếng Việt–* Kỉ yếu ngữ học Trẻ.
93. **Nguyễn Văn Khang** (1996), *Ứng xử trong giao tiếp gia đình người Việt*, Nxb VHTT.
94. **Nguyễn Văn Khang** (1999), *Ngôn ngữ học xã hội - những vấn đề cơ bản*, Nxb KHXH, Hà Nội.
95. **Đình Trọng Lạc, Nguyễn Thái Hoà** (1997), *Phương cách học tiếng Việt*, Nxb ĐHQG, Hà Nội.
96. **Trần Thị Ngọc Lang** (1995), *Phương ngữ Nam bộ*, Nxb KHXH.
97. **Nguyễn Lai** (1990), *Từ chỉ hướng vận động tiếng Việt*, ĐHTH Hà Nội.
98. **Nguyễn Lai** (1991), *NN và sáng tạo văn học*, Nxb KHXH, Hà Nội
99. **Nguyễn Lai** (1994), *Tìm hiểu sự chuyển hóa từ mã ngôn ngữ sang mã hình tượng*, NN, số 3
100. **Nguyễn Lai** (1996), *NN với sáng tạo và tiếp nhận văn học*, Nxb GD, Hà Nội.
101. **Nguyễn Lai** (1997), *Những bài giảng về NNH đại cương (tập 1)-* Nxb ĐHQGHN, Hà Nội.
102. **Hồ Lê** (1975), *Tính khác biệt và thống nhất nghĩa văn bản và nghĩa tiềm tàng của câu*, NN, số 1.
103. **Hồ Lê** (1976), *Vấn đề cấu tạo từ của tiếng Việt hiện đại*, Nxb KHXH, Hà Nội.
104. **Hồ Lê** (1979), *Vấn đề logic ngữ nghĩa và tính thông tin trong lời nói*, NN, số 2.

105. **Hồ Lê**, Trần Thị Ngọc Lang (1989), *Sửa lỗi ngữ pháp*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
106. **Hồ Lê** (1992), *Cú pháp tiếng Việt*, Nxb KHXH, Hà Nội.
107. **Hồ Lê** (1995), *Qui luật NN, Q1, Tính qui luật của cơ chế NN* – Nxb KHXH, Hà Nội.
108. **Nguyễn Thị Lí** - *Tham thoại trong giao tiếp mua bán hiện nay*, luận văn thạc sĩ, ĐHSP Hà Nội, 1994.
109. **Nguyễn Thế Lịch** (1983), *Nghĩa của các từ chỉ họ hàng trong lối nói có hàm ngôn*, NN, số 1.
110. **Đỗ Thị Kim Liên** (1998), *Từ xưng hô trong hội thoại*, Kỉ yếu ngữ học Trẻ .
111. **Đỗ Thị Kim Liên** (1999), *Ngữ nghĩa lời hội thoại*, Nxb Giáo dục, Hà Nội
112. **Đỗ Long** (1990), *Về một khía cạnh chứa cái “tôi” với cách tiếp cận NNH*, NN, số 3.
113. **Đỗ Long** – Trần Hiệp (1993), *Tâm lí cộng đồng làng và di sản*, Nxb KHXH, HN.
114. **Halliday M.A.K** (2000, 2001), *Dẫn luận ngữ pháp chức năng*, NN, số 12,2,3,7.
115. **Stankevich N.V** (1993), *Cần tìm hiểu thêm về cách xưng hô trong tiếng Việt*, Những vấn đề ngôn ngữ và văn hóa, HNNH&Trường ĐHNN, Hà Nội .
116. **Hà Quang Năng** (1998), *Đặc trưng ngữ nghĩa của hiện tượng chuyển loại các đơn vị từ vựng tiếng Việt*, Tiếng Việt và các ngôn ngữ Đông Nam Á, Nxb KHXH, HN.
117. **Dương Thị Nụ** (1999), *Một vài nhận xét về đặc điểm của từ xưng gọi “bố” “mẹ” trên cơ sở đối chiếu giữa tiếng Việt và tiếng Anh*, Kỉ yếu ngữ học Trẻ .
118. **Nguyễn Thị Thanh Nga** (2000), *Những từ ngữ mang sắc thái khẩu ngữ trong tiếng Việt*- luận văn tiến sĩ, VNNH, Hà Nội.

119. **Nguyễn Thị Tuyết Ngân** (1993), *Đặc trưng ngôn ngữ văn hóa trong các lối chữ của người Việt*, Việt Nam – Những vấn đề NN và văn hóa, HNNH&Trường ĐHNN, Hà Nội .
120. **Phan Ngọc** (2000), *Thử xét văn hóa – văn học bằng NNH*, Nxb TN.
121. **Trịnh Thị Kim Ngọc** (1999), *Ngôn ngữ và văn hóa tri thức nền và việc giảng dạy tiếng nước ngoài*, Nxb KHXH, Hà Nội.
122. **Bohumil Palek** (1976), *Các bài giảng về ngôn ngữ học – Ngôn ngữ học đại cương, tập 1, Praha*, Viện Đông Nam Á, Hà Nội.
123. **Hoàng Phê** (1975), *Phân tích ngữ nghĩa*, NN, số 4.
124. **Hoàng Phê** (1981), *Ngữ nghĩa của lời*, NN, số 3 và 4.
125. **Hoàng Phê** (1982), *TGD và hàm ý tiềm tàng trong ngữ nghĩa của từ*, NN, số 2.
126. **Hoàng Phê** (1982), *Logich của NN tự nhiên*, NN, số 4.
127. **Hoàng Phê** (chủ biên) (1992), *Từ điển tiếng Việt*- Nxb KHXH, Hà Nội .
128. **Hoàng Trọng Phiến** (1981), *Đặc trưng NN nói tiếng Việt*- Một số vấn đề NNH VN- HN .
129. **Hoàng Trọng Phiến** (1980), *Ngữ pháp tiếng Việt: câu*, Nxb ĐH&THCN, Hà Nội.
130. **Nguyễn Phú Phong** (1996), *Đại danh từ nhân xưng tiếng Việt*, NN, số 1.
131. **Đoàn Văn Phúc** (2000), *Xu hướng sử dụng từ thân tộc của người Hà Nội hiện nay*, NN và văn hóa – HNNH & Khoa NNH, Hà Nội.
132. **Mai Thị Kiều Phương** (1995), *Những đặc điểm cấu trúc NN song thoại giữa người mua và người bán*, Luận án thạc sĩ ngữ văn, Trường ĐHSP TPHCM.
133. **Mai Thị Kiều Phương** (2002), *Một số nhận xét về cách phát âm của phương ngữ Nha Trang Khánh Hòa- Kỉ yếu hội thảo ngôn ngữ học “Ngôn ngữ trên bước đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước”* TPHCM.

134. **Mai Thị Kiều Phương** (2002), *Một số nhận xét về cấu trúc ngôn ngữ song thoại giữa người mua và người bán*, Kỉ yếu hội thảo ngôn ngữ học “NN trên bước đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước” TpHCM.
135. **Mai Thị Kiều Phương** (2004), *Phát ngôn hỏi trong nghề chào hàng*, Hội thảo ngữ học Trẻ, Đà Lạt.
136. **Mai Thị Kiều Phương** (2004), *Những hành động ngôn ngữ gián tiếp của phát ngôn hỏi trong hội thoại MB bằng tiếng Việt*- Hội thảo ngữ học Trẻ, Đà Lạt.
137. **Mai Thị Kiều Phương** (2004), *Từ xưng hô và cách xưng hô trong phát ngôn hỏi mua bán bằng tiếng Việt*, NN, số 6.
138. **Mai Thị Kiều Phương** (2004), *Hành động ngôn ngữ gián tiếp trong phát ngôn hỏi mua và bán*, NN & đời sống, số 6.
139. **Mai Thị Kiều Phương** (2005), *Ý nghĩa hàm ẩn và cơ chế tạo ra nghĩa hàm ngôn của hành động hỏi trong hội thoại mua bán bằng tiếng Việt*, NN, số 2.
140. **Mai Thị Kiều Phương** (2005), *Connotation and mechanism for creating implication in questions in Vietnamese trading conversations*, Kỉ yếu Hội thảo quốc tế ngôn ngữ học liên Á – Lần thứ 6 – Nxb KHXH, Hà Nội.
141. **Mai Thị Kiều Phương** (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc của hành động hỏi trong sự kiện lời nói mua bán*, Hội thảo ngữ học Trẻ, tháng 4, Hà Nội.
142. **Mai Thị Kiều Phương** (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc trong ý ám nghĩa hàm ẩn của phát ngôn hỏi khi giao tiếp mua bán bằng tiếng Việt*, NN, số 9.
143. **Mai Thị Kiều Phương** (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc với ý nghĩa hàm ẩn của phát ngôn biểu hiện hành động hỏi trong sự kiện lời nói mua bán*, kỉ yếu 30 năm nghiên cứu và giảng dạy khoa ngữ văn, Đại học Sư phạm Tp HCM, Nxb ĐHQG, TPHCM
144. **Trương Thục Phương** (1998), *Khảo sát hành vi ngôn ngữ trong hội thoại MB*, Luận án thạc sĩ ngữ văn- ĐHKHXH&NV, Hà Nội.

145. **Nguyễn Văn Quang** (1998), *Một số khác biệt giao tiếp lời nói Việt- Mỹ trong cách thức khen và tiếp nhận lời khen*, luận án tiến sĩ Ngữ văn, ĐHQG Hà Nội.
146. **Nguyễn Anh Quế** (1988), *Hư từ trong tiếng Việt hiện đại*, Nxb ĐH&THCN, NH.
147. **Nguyễn Duy Quý, Thành Duy, Vũ Ngọc Khánh** (1996), *Văn hóa làng và làng văn hóa-Văn hóa học đại cương và cơ sở văn hóa VN*, Nxb KHXH, Hà Nội.
148. **IU. V. Rozdextvenxki** (1997), *Những bài giảng ngôn ngữ học đại cương*- Nxb GD, Hà Nội.
149. **Trịnh Sâm** (1986), *Về một hiện tượng từ láy trong phương ngữ miền Nam*, trong” *Mấy vấn đề NNH về các NN phương Đông*”- Viện NNH, HN.
150. **Trịnh Sâm** (1986), *Phương ngữ và dân ca địa phương*, Văn học, số 5.
151. **Trịnh Sâm** (2001), *Tiêu đề văn bản tiếng Việt*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
152. **Trịnh Sâm** (2001), *Đi tìm bản sắc tiếng Việt*, Nxb Trẻ, Tp HCM.
153. **Đặng Thị Hảo Tâm** (2003), *Cơ sở lí giải ý nghĩa hàm ẩn của các hành vi ngôn ngữ gián tiếp trong hội thoại*, Luận án tiến sĩ, Hà Nội.
154. **Chu thị Thanh Tâm** (1995), *Sự cộng tác hội thoại để hình thành đề tài diễn ngôn và các hành vi dẫn nhập đề tài diễn ngôn*, luận án tiến sĩ, Hà Nội.
155. **Dương Tú Thanh** (1994), *Cặp thoại trong giao tiếp mua bán hiện nay*, Luận án Thạc sĩ, ĐHSPhN.
156. **Lê Xuân Thại** (1984), *Về vấn đề hiện thực hóa tiền giả định tổ hợp của động từ và tính từ*, NN, số 3.
157. **Nguyễn Kim Thản, Hồ Lê, Lê Xuân Thại, Hồng Dân** (1967), *Nói và viết đúng tiếng Việt*, Nxb KHXH, Hà Nội

158. **Phạm Thị Thành** (1995), *Nghi thức lời nói tiếng Việt hiện đại qua các PN :chào- cảm ơn- xin lỗi*, luận văn phó tiến sĩ Ngữ văn, ĐHQG Hà Nội.
159. **Nguyễn Thị Việt Thanh** (1999), *Hệ thống liên kết lời nói tiếng Việt*, Nxb GD, Hà Nội.
160. **Lí Toàn Thắng** (1981), *Giới thiệu lí thuyết phân đoạn thực tại của câu*, NN, số2.
161. **Lí Toàn Thắng** (1983), *Vấn đề NN và tư duy*, NN, số2.
162. **Lí Toàn Thắng** (1994), *NN và sự tri nhận không gian*, NN, số 4.
163. **Phạm Văn Thấu** (1999), *Cấu trúc liên kết của cặp thoại - luận án tiến sĩ Ngữ văn*, ĐHSP Hà Nội.
164. **Bùi Khánh Thế** (1990), *Về hệ thống đại từ xưng hô trong tiếng Chàm*, NN, số2.
165. **Trần Ngọc Thêm** (1984), *Bàn về hình vị tiếng Việt dưới góc độ ngôn ngữ học đại cương*, NN, số 1.
166. **Trần Ngọc Thêm, Trịnh Sâm** (1989), *Ngữ pháp văn bản, hỏi- đáp*, CĐSP Tp HCM
167. **Trần Ngọc Thêm** (1993), *Đi tìm ngôn ngữ của văn hóa và đặc trưng văn hóa của NN*, Việt Nam – Những vấn đề ngôn ngữ và văn hóa, HNNH&Trường ĐHNN, Hà Nội
168. **Trần Ngọc Thêm** (1996), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb TpHCM.
169. **Trần Ngọc Thêm** (1999), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục, 1999.
170. **Trần Ngọc Thêm** (1999), *Ngữ dụng học và văn hóa ngôn ngữ học- NN*, số4.
171. **Hoàng Anh Thi** (2001), *So sánh nghi thức GT tiếng Nhật và tiếng Việt*, Luận án tiến sĩ ngữ văn, Trường ĐHKHXH&NV, Hà Nội .

172. **Nguyễn Thị Thìn** (1994), *Câu nghi vấn tiếng Việt : một số kiểu câu nghi vấn thường không dùng để hỏi- luận văn tiến sĩ, ĐHSP Hà Nội.*
173. **Nguyễn Minh Thuyết** (1988), *Vài nhận xét về đại từ và đại từ xưng hô, NN số phụ 1.*
174. **Phạm Ngọc Thuởng** (1998), *Xưng hô trong tiếng Nùng, Luận án tiến sĩ KHN, Hà Nội.*
175. **Bùi Đức Tịnh** (1952), *Văn phạm Việt Nam, Sài Gòn .*
176. **Phạm Văn Tình** (1999), *Xưng hô dùng chức danh, NN và đời sống, số 11.*
177. **Bùi Minh Toán** (1999), *Từ trong hoạt động giao tiếp tiếng Việt, Nxb GD, HN.*
178. **Nguyễn Đức Tôn** (1990), *Chiến lược liên tưởng-so sánh trong giao tiếp của người Việt Nam, NN, số 3.*
179. **Nguyễn Đức Tôn** (1998), *Về các từ đồng nghĩa : cho, biểu, tặng, NN, số2.*
180. **Nguyễn Đức Tôn** (2001), *Những vấn đề dạy và học tiếng Việt trong nhà trường, Nxb ĐHQGHN, Hà Nội.*
181. **Nguyễn Đức Tôn** (2002), *Tìm hiểu đặc trưng văn hóa dân tộc của ngôn ngữ và tư duy ở người Việt, Nxb ĐHQGHN.*
182. **Cù Đình Tú, Lê Anh Hiền, Nguyễn Thái Hoà, Võ Bình** (1982), *Phong cách học tiếng Việt, Nxb Gd, HN.*
183. **Cù đình Tú** (1983), *Phong cách học và đặc điểm tu từ tiếng Việt, Nxb ĐH&THCN, HN.*
184. **Hoàng Tuệ** (1991), *Hiển ngôn với hàm ngôn, một vấn đề thú vị trong chương trình lớp 10 PTTH hiện nay, NN, số 3.*
185. **Hoàng Tuệ** (1993), *Vấn đề chuẩn qua lịch sử ngôn ngữ học, Nxb Giáo dục.*
186. **Hoàng Tuệ** (2001), *Tuyển tập ngôn ngữ học –Viện Ngôn ngữ học; Hội Ngôn ngữ học TpHCM- Nxb ĐHQG T11.*

187. **Bùi Tất Tướm** (1997), *Giáo trình cơ sở ngôn ngữ học và tiếng Việt*, Nxb GD, TpHCM.
188. **Trần Từ** (1984), *Cơ cấu tổ chức của làng Việt cổ truyền ở Bắc bộ*, Nxb KHXH, Hà Nội.
189. Trung tâm KHXH & NVQG, Viện Ngôn ngữ học (nhiều tác giả) (1998), *Từ tiếng Việt*, Nxb KHXH .
190. Ủy ban KHXH (1983), *Ngữ pháp tiếng Việt* - Nxb KHXH, HN.
191. **Lê Ngọc Văn** (1998), *Gia đình Việt Nam với chức năng xã hội hóa*- Nxb GD, HN.
192. Viện KHXH (1995), *Làng xã ở châu Á và ở Việt Nam*, Nxb Tp HCM .
193. **Lê Anh Xuân** (1999), *Phát ngôn trả lời gián tiếp có ý nghĩa hàm ẩn cho câu hỏi chính danh*, Luận án thạc sĩ ngữ văn, ĐHSP HN.
194. **George Yule**- *Dụng học-Một số dẫn luận nghiên cứu ngôn ngữ - Đại học Tổng hợp Oxford*- Nxb ĐHQGHN, 2003
195. **Nguyễn Như Ý** (1990), *Vai xã hội và ứng xử ngôn ngữ trong giao tiếp*, NN, số 3.
196. **Nguyễn Như Ý, Nguyễn Văn Khang** (1994), *Kể chuyện thành ngữ- tục ngữ*, Hà Nội.
197. **Nguyễn Như Ý – Hà Quang Năng- Đỗ Việt Hùng- Đặng Ngọc Lệ** (2001), *Từ điển giải thích thuật ngữ NNH*, Nxb GD, HN.
198. **Bùi Thị Minh Yến** (2001), *Từ xưng hô trong gia đình đến xưng hô ngoài xã hội của người Việt*-Luận án tiến sĩ.
199. **Nguyễn Thị Hoàng Yến** (1998), *Từ để hỏi và mối quan hệ giữa hỏi- trả lời- đáp trong tiếng Việt*- luận văn thạc sĩ, ĐHKHXH&NV, Tp HCM .

TIẾNG ANH

200. **J. Aitchison** (1972), *Linguistics*, Hodder and Stoughton.
201. **R. E. Asher Editor in chief** (1994), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Pergamon Press.
202. **W. Bright** (1992), *International Encyclopedia of Linguistics*, University Press.
203. **O. Ducrot** (1988), *Polifonia y argumentacion Unversidad*, del Vale Cali.
204. **M. B Emeneau**, *Studies in Vietnamese (Annamese) Grammar* – Cambridge University Press, London, England
205. **R. Fasold** (1984), *The Sociolinguistics of Society* – Basil Blachwell – USA.
206. **W. Frawley** (1992), *Linguistic Semantics*, Lawrence Erlbaum Associated, publishers.
207. **G.Green** (1989), *Pragmtics and Natural languages understanding*, LEA London.
208. **H.D. Grice** (1975), *Logic and conversation” syntaxand semantics”*, Vol III, speech acts, New York and London.
209. **P. Grundy** (2000), *Doing Pragmatics*, Arnold London.
210. **M. Hoey** (1995), *On the surface of discourse*, University of Nottingham.
211. **R. A. Hudson** (1980), *Sociolinguistics*, Cambridge Univitsity Press.
212. **J. R Hurford, B. Heasley** (1985), *Semantics : a course book*, Cambridge University Press.
213. **D. Hymes** (1972), *Models of the interaction of language and social life*.
214. **S. C Levinson** (1983), *Pragmatics*, Cambridge University Press.
215. **J. Lyon** (1967), *A note on possessive exis tential and locative sentences*, Foundations of language.

216. **J. Lyon** (1968), *Introduction to theoretical linguistics*, Cambridge University Press
217. **J. Lyon** (1977), *Semantics*, Cambridge University Press
218. **J. L Mey** (1993), *Pragmatics: an introduction*, Blackwell.
219. **A. Martinet** (1975), *Studies functional syntax*, Munchen.
220. **J. L Nofsinger** (1990), *Everyday conversation*, Sage Publication, India Pvt Ltd.
221. **J. C. Richards, J. Platt, H. platt** (1992), *Dictionary of Language teaching and applied linguistics*, Longman.
222. **J. R. Searle** (1969), *Speech Act* – Cambridge University Press.
223. **J. Thomas** (1995), *Meaning in interaction: an introduction to Pragmatics*, Penguin book Canada.
224. **L.C.Thompson** (1965), *A Vietnamese Grammar*, University of Washington Press.
225. **R. Wardhaught** (1993), *An introduction to Sociolinguistics*, Blackwell.
226. **A. Wierzbicka** (1987), *English Speech act verbs*, Academic Press.
227. **A. Wierzbicka** (1991), *Cross- cultural Pramatics the semantics of human interaction*, Mouton de Gruyter
228. **R. S. Williams** (1998), *Summer Pramatics seminar*, August, Trường ĐHNN ĐHQG HN
229. **G. Yule** (1996), *Pramatics*, Oxford University Press.

**CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ
CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI**

1. (1995), *Những đặc điểm cấu trúc NN song thoại giữa người mua và người bán*, Luận án thạc sĩ ngữ văn, Trường ĐHSP TpHCM.
2. (2002), *Một số nhận xét về cách phát âm của phương ngữ Nha Trang Khánh hòa*- Kỉ yếu hội thảo NNH “NN trên bước đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước” TpHCM.
3. (2002), *Một số nhận xét về cấu trúc NN song thoại giữa người mua và người bán*, Kỉ yếu hội thảo NNH “NN trên bước đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước” TpHCM.
4. (2002), *Một số nhận xét về cách phát âm của phương ngữ Nha Trang Khánh hòa*- Thông báo Khoa học, Trường CĐSP Nha Trang
5. (2002), *Một số nhận xét về cấu trúc NN song thoại giữa người mua và người bán*, Thông báo Khoa học, Trường CĐSP Nha Trang
6. (2004), *Phát ngôn hỏi trong nghề chào hàng*, Hội thảo ngữ học Trẻ, Đà Lạt.
7. (2004), *Những hành động ngôn ngữ gián tiếp của phát ngôn hỏi trong hội thoại MB bằng tiếng Việt*- Hội thảo ngữ học Trẻ, Đà Lạt.
8. (2004), *TXH và CXH trong phát ngôn hỏi mua bán bằng tiếng Việt*, Ngôn ngữ, số 6.
9. (2004), *Hành động ngôn ngữ gián tiếp trong phát ngôn hỏi mua và bán*, NN & đời sống, số 6.
10. (2005), *Ý nghĩa hàm ẩn và cơ chế tạo ra các ý nghĩa hàm ngôn của hành động hỏi trong hội thoại mua bán bằng tiếng Việt*, Ngôn ngữ, số 2.
11. (2005), *Connotation and mechanism for creating implication in questions in Vietnamese trading conversations*, Kỉ yếu Hội thảo quốc tế Ngôn ngữ học liên Á – Lần thứ 6 – Nxb KHXH, Hà Nội.

12. (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc của hành động hỏi trong sự kiện lời nói MB*, Hội thảo ngữ học Trẻ, tháng 4, Hà Nội .
13. (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc trong ý nghĩa hàm ẩn của phát ngôn hỏi khi GTMB bằng tiếng Việt*, Ngôn ngữ, số 9.
14. (2006), *Đặc trưng văn hóa dân tộc với ý nghĩa hàm ẩn của phát ngôn biểu hiện HĐH trong sự kiện lời nói MB*, kỉ yếu khoa ngữ văn 30 năm nghiên cứu và giảng dạy, Đại học Sư phạm Tp HCM, NxbĐHQG, TpHCM