MỞ ĐẦU

0.1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

0.1.1. Trong xu thế toàn cầu hóa, giao tiếp trên phương tiện truyền thông đại chúng đóng một vai trò quan trọng và ngày càng được tăng cường. Giao tiếp trong phỏng vấn báo chí mang một số đặc thù của giao tiếp đại chúng, đó là đối tượng nghiên cứu của nhiều ngành khoa học trong đó có xã hội học, ngôn ngữ học,... Đề tài *Lịch sự trong phỏng vấn báo chí* cũng nằm trong xu hướng chung ấy.

0.1.2. Các công trình nghiên cứu lịch sự ở Việt Nam thường dựa trên ngữ liệu văn học hoặc trong giao tiếp hằng ngày. Nghiên cứu lịch sự trong môi trường giao tiếp trên phương tiện truyền thông, trong đó có phỏng vấn báo chí thì dường như chưa được nghiên cứu một cách có hệ thống.

0.1.3. Nghiên cứu lịch sự trong phỏng vấn báo chí góp phần làm phong phú thêm lý thuyết về lịch sự trong ngôn ngữ học, chứng minh cho tính năng động của các hiện tượng ngôn ngữ trong thực tế giao tiếp.

0.2. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

0.2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các hành động ngôn từ và các yếu tố từ ngữ thể hiện lịch sự trong phỏng vấn báo chí.

0.2.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi tư liệu mà luận án khảo sát là 850 bài phỏng vấn trên ba báo: (1) Báo Tiền Phong: từ tháng 1/2011 đến hết tháng 12/2011; (2) Báo Dân trí (điện tử): từ tháng 7/2011 đến tháng 7/2014; (3) Báo Vnexpress (điện tử): từ tháng 1/2012 đến tháng 12/2014.

0.3. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU

0.3.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận án là làm rõ những biểu hiện của lịch sự trong phỏng vấn báo chí thể hiện qua phát ngôn và cách sử dụng từ ngữ.

0.3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án là:

- Nghiên cứu cơ sở lý thuyết liên quan đến phỏng vấn ở hai góc độ: phỏng vấn với tư cách một thể loại báo chí và phỏng vấn với tư cách một cuộc thoại. Ngoài ra, luận án còn tổng hợp các quan niệm về lịch sự, bất lịch sự của các nhà ngôn ngữ học phương Đông, phương Tây và Việt Nam để từ đó đối chiếu vào các cuộc phỏng vấn trên báo chí.
- Thống kê, phân tích các hành động ngôn từ (HĐNT) phổ biến trong cặp trao đáp, đặc biệt tham thoại dẫn nhập (TTDN) trong mối quan hệ với tính lịch sự. Phân loại chúng theo những tiêu chí liên quan đến mức độ lịch sự.
- Khảo sát và phân loại các yếu tố từ ngữ trong mối quan hệ với tính lịch sự.
- Phân tích, nhận xét, rút ra những kết luận về sự thể hiện nguyên tắc lịch sự trong phỏng vấn ở cấp độ hành động ngôn từ và cấp độ từ ngữ.

0.4. PHƯƠNG PHÁP VÀ CÁC THỦ PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện các nhiệm vụ nghiên cứu trên, chúng tôi đã sử dụng các

phương pháp và thủ pháp cụ thể sau: Phương pháp phân tích diễn ngôn; Phương pháp phân tích, miêu tả; Thủ pháp khảo sát, thống kê, phân loại.

0.5. ĐÓNG GÓP CỦA LUẬN ÁN

0.5.1. Về lí thuyết

Luận án đóng góp một phần nhỏ trong việc cụ thể hóa và mở rộng một số vấn đề của lý thuyết lịch sự trong ngữ dụng học.

0.5.2. Về thực tiễn

Kết quả nghiên cứu của luận án có thể ứng dụng vào việc tăng cường kĩ năng giao tiếp ngôn ngữ, kĩ năng nghiệp vụ của nhà báo trong các cuộc giao tiếp trên phương tiện truyền thông. Các kết quả nghiên cứu của luận án cũng có thể được sử dụng vào việc giảng dạy, nghiên cứu học phần ngữ dụng học, ngôn ngữ học xã hội tại các cơ sở đào tạo và nghiên cứu đại học, sau đại học.

0.6. BỐ CỤC CỦA LUẬN ÁN

Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và các chương:

Chương 1: Tổng quan và cơ sở lý luận;

Chương 2: Lịch sự biểu thị qua các hành động ngôn từ trong cặp trao đáp trong hội thoại phỏng vấn;

Chương 3: Lịch sự biểu thị qua từ ngữ xưng hô và từ ngữ tình thái trong hội thoại phỏng vấn

Chương 1
TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÍ LUẬN

1.1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1.1. Tình hình nghiên cứu về lịch sự trên thế giới

1.1.1.1. Hướng nghiên cứu truyền thống về lịch sự

Với khuynh hướng nghiên cứu truyền thống, lịch sự được nhìn nhận ở bốn góc độ chính sau: (1) *Góc độ chuẩn xã hội*: Lịch sự được hiểu là cách hành xử phù hợp với hệ thống quy ước chuẩn mực trong xã hội. (2) *Góc độ quy tắc hội thoại*: Lịch sự của dựa trên Nguyên tắc cộng tác của Grice (Grice's Cooperative Principle – CP). (3) *Góc độ thể diện:* lấy thể diện làm trung tâm, lịch sự là hệ thống các chiến lược nhằm làm giảm nhẹ các hành động đe doạ thể diện (face - threatening acts). Tiêu biểu cho hướng nghiên cứu này là Brown và Levinson. (4) *Góc độ cộng tác hội thoại:* lịch sự đơn giản là, với một nhiệm vụ được giao phó, ta phải hoàn thành nó dưới ánh sáng của nguyên tắc cộng tác hội thoại. Trong bốn góc độ nghiên cứu kể trên, lý thuyết của Brown và Levinson được coi là có ảnh hưởng nhất.

1.1.1.2. Hướng tiếp cận mới về lịch sự

Xu hướng này thể hiện rõ ràng nhất trong vòng hơn mười năm trở lại đây. Có thể tóm lược các hướng nghiên cứu mới như sau: (1) *Hướng tiếp cận hậu hiện đại* (post – modern approach). Hướng tiếp cận này nhấn mạnh vào việc điều hòa mối quan hệ hòa hợp, vào ý định của người nói và những gì được người nghe nhận thức, từ chối lý thuyết hành động ngôn ngữ (Mills 2003), các tác giả cho rằng lịch

sự phải hướng vào những diễn ngôn dài hơn. (2) *Hướng tiếp cận theo tính chất quan hệ (the relational approach)*. Locher và Watts viết: "Hoạt động điều tiết mối quan hệ được hiểu là sự đầu tư của con người vào việc điều hoà mối quan hệ của họ trong giao tiếp"[1]. (4) *Cách nhìn dựa trên khung ngữ liệu* (the frame-based view) lấy dữ liệu làm cơ sở cho cách nghiên cứu (data – driven). (5) Ngoài ra còn có *hướng tiếp cận tương tác* (the interactional approach) và *hướng tiếp cận theo thể loại* (the genre approach).

Luận án chọn lý thuyết lịch sự của Brown và Levinson làm cơ sở lý luận để nghiên cứu. Đây được xem là lý thuyết có sức ảnh hưởng sâu rộng nhất từ trước đến nay.

1.1.2. Tình hình nghiên cứu về lịch sự ở Việt Nam

Ở Việt Nam những năm gần đây đã xuất hiện nhiều công trình nghiên cứu về lịch sự, cả ở góc độ lý thuyết và góc độ thực tiễn. Các giáo trình về ngữ dụng học của Đỗ Hữu Châu, Nguyễn Đức Dân, Nguyễn Thiện Giáp; các công trình nghiên cứu về ngôn ngữ học xã hội của Vũ Thị Thanh Hương, Nguyễn Văn Khang, … đều đề cập đến nguyên tắc lịch sự với tư cách là quy tắc chi phối mối quan hệ liên cá nhân trong hội thoại.

Lịch sự được nghiên cứu trong mối quan hệ với các hành HĐNT (Chử Thị Bích, Nguyễn Đức Hoạt, Vũ Thị Thanh Hương, Nguyễn Văn Quang, Phạm Thị Thành, Hoàng Thị Hải Yến,…). Về phương tiện từ ngữ biểu thị lịch sự, hầu như công trình nghiên cứu nào về lịch sự cũng đề cập đến, tuy còn lẻ tẻ, rải rác. Đó là công trình nghiên cứu của Vũ Tiến Dũng, Nguyễn Thị Lương, Vũ Thị Nga… Ngoài ra, lịch sự còn được nhìn nhận trong mối tương quan với một số nhân tố khác như: giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp… Đáng kể nhất là mối quan hệ giữa lịch sự và giới tính. Đó là công trình nghiên cứu của các tác giả: Vũ Tiến Dũng, Vũ Thị Thanh Hương, Phan Thị Phương Dung. Gắn liền với hoạt động giao tiếp trong thực tiễn, lịch sự được nghiên cứu ở góc độ dụng học giao văn hoá. Đó là các công trình của Lê Thị Thúy, Trần Lan Phương, Nguyễn Văn Quang, Siriwong Hongsawan, Hoàng Anh Thi,... Vấn đề lịch sự trong phỏng vấn báo đã được đề cập đến trong các nghiên cứu về phỏng vấn như luận án của Trần Phúc Trung, Phạm Thị Mai Hương.

Lịch sự chưa được nghiên cứu một cách hệ thống với tư cách là một đối tượng nghiên cứu chính trên tư liệu hội thoại giao tiếp phỏng vấn. Chọn ngữ liệu khảo sát là các cuộc phỏng vấn trên báo in và báo điện tử, chúng tôi hy vọng sẽ cung cấp một bức tranh toàn cảnh về lịch sự trong phỏng vấn báo chí.

1.2. CƠ SỞ LÍ LUẬN

1.2.1. Khái quát về giao tiếp phỏng vấn

1.2.1.1. Phỏng vấn nhìn ở góc độ một thể loại báo chí

a. Khái niệm và đặc trưng thể loại phỏng vấn

---

[1] Locher, M. A. and Richard J. Watts R. J (2008), Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour. In: Derek Bousfield and Miriam A. Locher (eds) *Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice*. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, pp. 77–99.

Phỏng vấn – với tư cách là một thể loại được xếp vào nhóm báo chí thông tấn. "Phỏng vấn báo chí là một trong những thể loại thuộc nhóm thể loại báo chí thông tấn, trong đó trình bày cuộc nói chuyện giữa nhà báo với một hoặc một nhóm người về vấn đề mà xã hội đang quan tâm, có ý nghĩa chính trị – xã hội nhất định được đăng, phát trên các phương tiện thông tin đại chúng"[2].

Phỏng vấn dễ nhận diện nhất do một số đặc trưng cơ bản về hình thức (ảnh người trả lời, tít chính, sapo (lời dẫn), các câu hỏi, câu trả lời,...) và đối tượng phỏng vấn (thường là những người có thẩm quyền, có tiếng tăm, có vị trí xã hội).

b. Các hình thức phỏng vấn

Chúng tôi chấp nhận cách phân chia dựa trên mục đích cuộc phỏng vấn của các giả Maria Lukia trong cuốn *Công nghệ phỏng vấn:* (i) Phỏng vấn thông tin; (ii) Phỏng vấn linh hoạt; (iii) Phỏng vấn điều tra, (iv) Phỏng vấn chân dung.

1.2.1.2. Phỏng vấn nhìn ở góc độ hội thoại

a. Nhân vật giao tiếp trong phỏng vấn

Trong phỏng vấn, người trực tiếp tham gia giao tiếp là nhà báo – người hỏi và người được phỏng vấn – người trả lời. Ngoài hai nhân vật giao tiếp trên, trong giao tiếp phỏng vấn còn tồn tại nhân vật thứ ba, tuy không xuất hiện trực tiếp vào hội thoại nhưng có phần quan trọng không kém, đó là công chúng (khán giả, thính giả, độc giả). Có thể mô tả mối quan hệ giữa ba nhân vật này bằng mô hình sau:

Hình 1.2: Các nhân vật giao tiếp trong phỏng vấn

b. Vai giao tiếp trong phỏng vấn và quan hệ liên cá nhân giữa các nhân vật giao tiếp trong phỏng vấn

Do đặc thù của giao tiếp phỏng vấn, nhà báo luôn là người chủ động đưa ra câu hỏi và người trả lời là người tham gia phỏng vấn. Các nhân vật giao tiếp không có sự luân phiên đổi vai như trong các cuộc giao tiếp thông thường. Nhà báo có quyền chủ động đưa ra đề tài hỏi, dẫn dắt người tham gia phỏng vấn theo kế hoạch đã định sẵn.

Quan hệ liên cá nhân giữa nhà báo và ĐTPV được thể hiện trên trục quyền lực (vị thế xã hội) và trục thân cận (khoảng cách). Khách mời tham gia trực tiếp vào cuộc phỏng vấn có các đặc điểm khác nhau về vị thế xã hội. Giao tiếp phỏng vấn là giao tiếp mang tính quy thức nên quan hệ giữa nhà báo và đối tượng phỏng

---

[2] Đào Thanh Huyền (dịch) (2002), *Phỏng vấn trong báo viết*, Hội Nhà báo Việt Nam, Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ báo chí, H, tr 57.

vấn là quan hệ xa xét trên trục thân cận.

Vị thế giao tiếp mạnh thuộc về nhà báo: phóng viên được đặc quyền tạo lập phát ngôn hỏi và điều khiển, vì mục đích khai thác thông tin, họ có quyền đặt những câu hỏi mang tính áp đặt cao tới người được phỏng vấn, thậm chí những câu hỏi khiến người tham gia cảm thấy "mất mặt".

c. Mục đích giao tiếp

Trong phỏng vấn, đặc biệt phỏng vấn điều tra, dường như mục đích tôn trọng thể diện đối tác giao tiếp chưa phải là vấn đề cần quan tâm hàng đầu mà quan trọng hơn là mục đích truy tìm sự thật.

d. Hoàn cảnh giao tiếp

Hoàn cảnh giao tiếp rộng và hoàn cảnh giao tiếp hẹp đều có ảnh hưởng nhất định đến chuẩn mực đánh giá một phát ngôn có lịch sự hay không cũng như cách thức sử dụng các chiến lược và các phương tiện thể hiện lịch sự.

e. Cấu trúc cuộc thoại phỏng vấn

Chúng tôi kế thừa quan điểm của trường phái phân tích hội thoại Thuỵ Sĩ – Pháp. Theo đó, các đơn vị hội thoại bao gồm: cuộc tương tác hay cuộc thoại (conversation, interaction), đoạn thoại (sequence), cặp trao đáp hay cặp thoại (exchange), tham thoại (intervention) và hành động nói (speech act).

Cuộc thoại phỏng vấn thường bao gồm ba đoạn thoại: đoạn thoại mở đầu (hay mở thoại), đoạn thoại phát triển (hay thân thoại) và đoạn thoại kết thúc (hay kết thoại). Đoạn thoại mở đầu thường mang tính nghi thức, chủ yếu là lời chào, giới thiệu về nhân vật tham gia phỏng vấn và chủ đề phỏng vấn. Đoạn thân thoại bao gồm các đoạn thoại nhỏ có sự thống nhất về chủ đề. Đoạn kết thoại thường là phần tổng kết nội dung, kèm theo các hành động mang tính nghi thức như: cảm ơn, chúc, tạm biệt.

1.2.2. Lịch sự và các phương tiện ngôn ngữ thể hiện lịch sự

1.2.2.1. Lịch sự theo quan điểm của các nhà ngôn ngữ học phương Tây

a. Lịch sự theo quan điểm của Brown và Levinson

Lấy thể diện làm chuẩn quy chiếu, hai tác giả xây dựng các khái niệm: lịch sự âm tính và lịch sự dương tính, hành vi đe doạ thể diện và hành vi tôn vinh thể diện.

a1. Thể diện, thể diện âm tính, thể diện dương tính

Thể diện, theo Brown và Levinson là "hình ảnh về ta – cộng đồng mỗi thành viên trong xã hội muốn mình có được" [3]. Đó là thể thống nhất của hai phương diện: nhu cầu được khẳng định, tôn trọng thậm chí tán thưởng, đánh giá cao (thể diện dương tính hay thể diện tích cực – positive face) và nhu cầu được tự do hành động độc lập, không bị người khác áp đặt (thể diện âm tính hay thể diện tiêu cực – negative face).

a2. Lịch sự âm tính và lịch sự dương tính

Phép lịch sự dương tính thể hiện ở những hành động đề cao người khác,

---

[3] Đỗ Hữu Châu (2006), *Đại cương ngôn ngữ học – Tập 2*, NXB Giáo dục, H, 2006, tr 264.

quan tâm đến người khác (cảm ơn, khen ngợi, hỏi thăm sức khoẻ,…). Phép lịch sự âm tính hướng tới việc nói tránh hoặc giảm nhẹ những hành vi đe doạ thể diện.

Trong giao tiếp, lịch sự dương tính thường được cụ thể hoá bằng các chiến lược sau: Bày tỏ sự chú ý tới SP2; Nói phóng đại sự đánh giá cao, tình cảm chân thành, sự đồng tình… với SP2; Tăng cường hứng thú cho người nghe; Sử dụng các dấu hiệu nhận diện đồng nhóm; Tìm kiếm sự tán đồng; Tránh sự bất đồng; Nêu ra những lẽ thường (chung cho cả SP1 và SP2); Nói đùa vui; Quan tâm đến sở thích của SP2; Mời mọc, hứa hẹn; Tỏ ra lạc quan; Lôi kéo người nói và người nghe nhập cuộc; Nêu lý do của hành động; Đòi hỏi có đi có lại; Trao tặng và chia sẻ thể hiện tình cảm gắn bó giữa SP1 và SP2.

Lịch sự âm tính thường sử dụng các chiến lược và các hình thức ngôn ngữ đặc trưng sau: Sử dụng lối nói gián tiếp đã thành quy ước; Sử dụng yếu tố rào đón (hedges) hay tình thái hoá; Tỏ ra bi quan; Giảm thiểu sự áp đặt; Tỏ ra kính trọng; Xin lỗi; Phi cá nhân hoá cả SP1 và SP2; Sử dụng định danh hoá; Bày tỏ bằng lối nói trắng rằng SP1 chịu ơn SP2 hoặc SP2 không phải chịu ơn SP1.

a3. Mức độ lịch sự

Để đánh giá mức độ lịch sự, Brown và Levinson đã căn cứ vào các phạm trù: Quyền lực (Power), khoảng cách (Distance) và mức độ áp đặt của hành động nói (Ranking of impostion). Công thức hai tác giả đưa ra:

$W_X = P_{(H,S)} + D_{(S,H)} + R_{(X)}$

b. Bất lịch sự theo quan điểm của Culpepper

b1. Khái niệm bất lịch sự của Culpeper

Trong cuốn "*Impoliteness – using language to cause offence*" (2011), Culpeper đã đưa ra quan niệm đầy đủ về bất lịch sự của ông:

"Bất lịch sự được hiểu là thái độ tiêu cực đối với những hành vi cụ thể diễn ra trong những ngữ cảnh cụ thể. Thái độ ấy được hình thành từ những kì vọng, mong muốn và (hoặc) những niềm tin vào một tổ chức xã hội, trong đó bao gồm, đặc biệt là cách những người khác tác động vào đặc điểm nhận diện của một người hay một nhóm người như thế nào trong giao tiếp. Các hành vi đó được xem là tiêu cực – bất lịch sự khi chúng mâu thuẫn với điều người ta kì vọng, mong muốn và nghĩ chúng nên thế nào. Những hành vi như vậy luôn có (hay được giả định là có) gây ra những hệ quả về mặt cảm xúc với ít nhất một người tham gia, chúng gây ra (hay được giả định là gây ra) sự xúc phạm. Các nhân tố khác có thể khiến mức độ xúc phạm của hành vi bất lịch sự tăng cường thêm, ví dụ như việc người nghe hiểu hành vi đó có thực sự cố ý hay không"[4].

b2. Các chiến lược bất lịch sự

Mô hình bất lịch sự của Culpeper dựa trên mô hình lịch sự của Brown và Levinson. Culpeper coi bất lịch sự là "vật kí sinh" của lịch sự ("the parasite of politeness"). Dựa vào các chiến lược lịch sự của Brown và Levinson, Culpeper đã

---

[4]Culpeper, J. (2011b), *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*, Cambridge: Cambridge University Press, pp 23.

nêu cụ thể năm siêu chiến lược bất lịch sự. (i) *Dùng lối nói trắng (Bald on record impoliteness)*: Các hành vi đe dọa thể diện (FTAs) được thể hiện một cách trực tiếp nhất, rõ ràng, đơn nghĩa, ngắn gọn. (ii) *Bất lịch sự dương tính (Positive impoliteness).* Sử dụng các chiến lược để làm tổn thương mong muốn về thể diện dương tính của người nhận. (iii) *Bất lịch sự âm tính (Negative impoliteness).* Sử dụng các chiến lược để làm tổn thương mong muốn về thể diện âm tính của người nhận. (iv) *Lối nói lịch sự theo kiểu mỉa mai hay giễu nhại (Sarcasm or mock politeness).* Sử dụng các chiến lược lịch sự rõ ràng là không thành thực, vì thế có thể thấy rõ hành vi FTAs trên bề mặt câu chữ. (v) *Chối bỏ tính lịch sự (Withhold politeness).* Không sử dụng các chiến lược lịch sự ở những chỗ mà đáng ra phải dùng.

Culpeper cũng nêu cụ thể các chiến lược bất lịch sự dương tính và các chiến lược bất lịch sự âm tính:

Các chiến lược bất lịch sự dương tính bao gồm: Coi thường người khác; Tách người khác ra khỏi một hoạt động; Xa cách với người khác; Không quan tâm, không lo lắng, không thông cảm; Sử dụng những dấu hiệu nhận diện không phù hợp; Sử dụng ngôn ngữ mơ hồ, khó hiểu hay ngôn ngữ bí mật trong nhóm; Tìm kiếm sự bất đồng; Khiến người khác cảm thấy không thoải mái; Sử dụng từ ngữ cấm kị; Gọi tên khác,...

Các chiến lược bất lịch sự âm tính bao gồm: Khiến người khác sợ hãi; Ra vẻ, khinh bỉ hay nhạo báng; Chiếm không gian của người khác; Gắn người nghe với khía cạnh tiêu cực một cách lộ liễu; Nói thẳng sự mắc nợ của người khác,…

1.2.2.2. Lịch sự theo quan điểm của các nhà ngôn ngữ học phương Đông

Lịch sự chuẩn mực hướng tới thể hiện sự tôn trọng các giá trị xã hội của đối tác giao tiếp như: địa vị, quyền lực, thứ bậc, tuổi tác, giới tính, chức vụ,… Đại diện tiêu biểu cho trường phái này là Ide (1989), Hill Etal (1986), Matsumoto (1988), Gu (1990).

1.2.2.3. Vài nét về lịch sự theo quan niệm của người Việt

Tác giả Vũ Thị Thanh Hương đã đưa ra quan niệm về lịch sự của người Việt Nam: "Đa số cộng tác viên cho rằng lịch sự bao gồm hai bình diện cơ bản là lễ độ hay tối thiểu (có nội dung chính là lễ phép, đúng mực) và chiến lược hay xã giao (khéo léo, tế nhị). Như vậy, lịch sự theo quan niệm của người Việt dung hòa cả hai quan niệm lịch sự của phương Tây và phương Đông.

1.2.2.4. Quan niệm của luận án về lịch sự và bất lịch sự trong phỏng vấn

Lịch sự trong phỏng vấn không chỉ mang những đặc điểm chung phổ quát theo quan niệm lịch sự nói chung mà còn có những nét khu biệt. Sự khác nhau này do đặc trưng của phỏng vấn, đặc điểm các nhân vật tham gia phỏng vấn và mục đích phỏng vấn quy định. Phỏng vấn là cuộc trao đổi được xây dựng theo những nguyên tắc nhất định của giao tiếp nghề nghiệp nghề báo. Cuộc nói chuyện giữa hai nhân vật này không mang tính riêng tư mà được ghi lại bằng phương tiện thông tin đại chúng và được công bố trước công chúng. Do vậy, người được phỏng vấn và nhà báo khi tham gia giao tiếp không chỉ giữ thể diện cho riêng mình trước đối tác mà quan trọng hơn là trước công chúng.

Do mục đích khai thác thông tin và do tính đối kháng trong phỏng vấn, một mặt, nhà báo luôn cố gắng tuân thủ nguyên tắc lịch sự để giữ quan hệ liên nhân thân thiện, hài hoà nhưng mặt khác, trong nhiều trường hợp không tránh khỏi sự vi phạm. Trong nhiều cuộc phỏng vấn, nhà báo đã đưa ra những câu hỏi khiêu khích hoặc những câu hỏi mang tính chất cá nhân mà người được phỏng vấn cảm thấy bị đe doạ mạnh đến thể diện.

Có nên coi những phát ngôn vi phạm nguyên tắc lịch sự trong phỏng vấn là bất lịch sự? Theo quan điểm của Culpeper và một số nhà nghiên cứu khác, một hành vi được coi là bất lịch sự khi người nói cố ý tấn công thể diện của người nghe. Tuy nhiên, vì nhiều lý do rất khó xác định một hành vi đe doạ là có chủ ý hay ngẫu nhiên tình cờ. Mặt khác, do tính đối kháng tự nhiên của ngữ cảnh, trong phỏng vấn tiềm tàng nhiều hành vi đe doạ thể diện nhưng đe doạ thể diện không phải là mục đích chính. Do đó, trong luận án, với những phát ngôn đe dọa thể diện cao chúng tôi không sử dụng thuật ngữ "bất lịch sự" mà gọi đó là những phát ngôn không thỏa mãn nguyên tắc lịch sự (hay những phát ngôn −LS).

1.2.2.5. Khái quát các phương tiện ngôn ngữ biểu thị lịch sự

Các phương tiện biểu thị lịch sự, ở cấp độ từ ngữ là từ ngữ xưng hô và từ ngữ tình thái; ở cấp độ phát ngôn là các hành động ngôn từ.

1.3. TIỂU KẾT

Ở góc độ dụng học, phỏng vấn là một cuộc thoại có những đặc thù về nhân vật giao tiếp, vị thế giao tiếp, mục đích và hoàn cảnh giao tiếp,… Những đặc điểm này phần nào tạo nên những khác biệt trong sự biểu hiện của lịch sự trong phỏng vấn. Lịch sự trong phỏng vấn không chỉ chịu sự chi phối của chiến lược giao tiếp cá nhân hay quy ước xã hội mà còn chịu ảnh hưởng bởi mục đích khai thác và kiến giải thông tin một cách sâu sắc của nhà báo. Trong phỏng vấn, nhà báo phải khéo léo linh hoạt để xây dựng mối quan hệ liên cá nhân tốt đẹp, nhưng đôi lúc cũng vi phạm nguyên tắc lịch sự để đào sâu mọi ngóc ngách của vấn đề.

Chương 2:
LỊCH SỰ THỂ HIỆN QUA CÁC HÀNH ĐỘNG NGÔN TỪ TRONG CẶP TRAO ĐÁP TRONG PHỎNG VẤN BÁO CHÍ

2.1. ĐẶC ĐIỂM CẤU TRÚC CẶP TRAO ĐÁP VÀ QUAN HỆ TRAO ĐÁP TRONG CUỘC THOẠI PHỎNG VẤN

2.1.1. Cấu trúc cặp trao đáp trong cuộc thoại phỏng vấn

Do đặc trưng phỏng vấn là cuộc thoại hỏi – đáp nên cấu trúc cặp thoại phỏng vấn khá ổn định, bao gồm TTDN (hỏi) của nhà báo và TTHĐ (trả lời) của đối tượng được phỏng vấn.

Các tham thoại trong cặp trao đáp đều bao gồm: hành động chủ hướng (head) và hành động phụ thuộc (pre – head, post – head). Trong cuộc thoại phỏng vấn, quyền chủ động đặt câu hỏi bao giờ cũng thuộc về nhà báo nên trong TTDN, hành động chủ hướng chủ yếu là HĐNT hỏi, hành động phụ thuộc chủ yếu là HĐNT trần thuật, khen, chê. Trong tham thoại hồi đáp (TTHĐ), hành động trần thuật thường là hành động chủ hướng.

2.1.2. Quan hệ trao đáp trong cặp thoại phỏng vấn

Quan hệ trao đáp trong cuộc thoại phỏng vấn thực chất là quan hệ giữa TTDN của nhà báo và TTHĐ của đối tượng được phỏng vấn. Có hai loại quan hệ trao đáp: trao đáp tích cực và trao đáp tiêu cực.

2.2. KHÁI QUÁT CÁC NHÓM HÀNH ĐỘNG NGÔN TỪ TRONG CẶP TRAO ĐÁP TRONG QUAN HỆ VỚI LỊCH SỰ

2.2.1. Nhận diện các nhóm hành động ngôn từ phổ biến trong tham thoại dẫn nhập trong cuộc thoại phỏng vấn

Dựa trên cách phân loại trên của Searle, chúng tôi thống kê số lượng các HĐNT trong tổng số 6281 lượt lời của nhà báo. Số lượng và tỷ lệ phân bố của các HĐNT trong ba nhóm tư liệu được trình bày trong bảng sau.

STT	HĐNT	F1	F2	F3	F1+F2+ F3
I. Tái hiện					
1	Trần thuật	1126	630	166	1922
2	Miêu tả	20	5	3	28
	Tổng I	**1146**	**635**	**169**	**1950**
II. Điều khiển					
3	Hỏi	3445	1676	569	5690
4	Yêu cầu	72	21	21	114
	Tổng II	**3517**	**1697**	**590**	**5804**
III. Biểu cảm					
5	Khen	93	1	5	99
6	Chê	546	73	58	677
7	Chúc	5	1	0	6
8	Xin lỗi	2	0	0	2
9	Cảm ơn	73	100	32	205
	Tổng III	**719**	**175**	**95**	**989**
IV. Cam kết		0	0	0	0
V. Tuyên bố		0	0	0	0

Bảng 2.1: Số lượng các HĐNT theo nhóm tư liệu

Bảng thống kê cho thấy số lượng không đồng đều giữa các nhóm HĐNT. Sự chênh lệch giữa các nhóm HĐNT được thể hiện trong bảng sau:

STT	Nhóm HĐNT	Số lượng	Tỷ lệ % của nhóm/tổng HĐNT
1	Tái hiện	1950	22.31
2	Điều khiển	5804	66.38
3	Biểu cảm	989	11.31
4	Cam kết	0	0
5	Tuyên bố	0	0
Tổng		**8743**	**100**

Bảng 2.2: Số lượng và tỷ lệ các nhóm HĐNT trong phỏng vấn

Nhóm điều khiển có số lượng lớn nhất, chiếm 66.38%, trong đó chủ đạo là hành động hỏi. Tái hiện là nhóm HĐNT phổ biến thứ hai sau nhóm điều khiển, chiếm 22.31%, bao gồm hành động trần thuật, miêu tả. Các hành động ngôn ngữ thuộc nhóm biểu cảm xuất hiện với số lượng ít nhất, chỉ chiếm 11.31%, chủ yếu là khen, chê và một số hành động mang tính nghi thức như cảm ơn, xin lỗi, chúc mừng, bày tỏ,...

2.2.2. Tiêu chí đánh giá mức độ lịch sự của các hành động ngôn từ trong cuộc thoại phỏng vấn

Căn cứ vào TTHĐ kết hợp với việc xác định mức độ áp đặt của phát ngôn theo quan điểm người Việt, chúng tôi phân loại các HĐNT thường gặp trong phỏng vấn theo mức độ lịch sự. Theo đó, các HĐNT sẽ được xếp thành hai nhóm. Nhóm HĐNT (+ LS) là những hành động mà khi thực hiện có thể gia tăng sự tôn trọng thể diện của cả người nói và người tiếp nhận như khen và những HĐNT mang tính nghi thức, chuẩn mực như: chào, cảm ơn, chúc. HĐNT (−LS) là những hành động có khả năng đe doạ thể diện của các nhân vật tham gia giao tiếp như: hỏi, chê. Có thể tổng hợp mức độ lịch sự của các HĐNT phổ biến trong phỏng vấn bằng biểu đồ sau:

Hình 2.2: HĐNT trong mối liên hệ với mức độ lịch sự trong phỏng vấn

Ghi chú: Mức độ đe dọa thể diện: + (gia tăng sự tôn trọng thể diện); - (đe dọa thể diện); N (trung tính)

2.3. CÁC HÀNH ĐỘNG NGÔN TỪ TRONG CẶP TRAO ĐÁP TRONG QUAN HỆ VỚI LỊCH SỰ

2.3.1. Các hành động ngôn từ trong cặp thoại mở đầu trong quan hệ với lịch sự

TTDN thường bao gồm HĐNT chào và HĐNT thuộc nhóm tái hiện (trần thuật, khẳng định,…) nhằm giới thiệu đề tài nội dung, mục đích cuộc phỏng vấn hay giới thiệu khách mời. Trong số những HĐNT thuộc cặp thoại mở đầu, HĐNT chào không thực hiện chức năng phản ánh thông tin mà chủ yếu tăng cường mối quan hệ liên cá nhân, thể hiện thái độ lịch sự với đối tượng giao tiếp. Trong báo viết, có thể do hạn chế về dung lượng, nhà báo thường cắt những lời chào hỏi ban đầu và trích ngay nội dung chính của phần phỏng vấn. Vì thế, số lượng phát ngôn chào rất ít: Trong tổng số 850 bài phỏng vấn, phát ngôn chào chỉ xuất hiện trong 03 bài. Các phát ngôn chào trong phạm vi tư liệu khảo sát đều là các phát ngôn tường minh (hành động chào trực tiếp). Ví dụ: *Chào nhạc sĩ Đức Trí*. Cốt lõi của phát ngôn này là động từ ngữ vi *chào*. Trong phỏng vấn không xuất hiện hình thức chào gián tiếp (ví dụ cách chào – hỏi, vốn được coi là rất thông dụng của người Việt).

2.3.2. Các hành động ngôn từ trong cặp thoại triển khai trong quan hệ với lịch sự

2.3.2.1. Hành động chủ hướng – hành động hỏi

a. HĐNT hỏi theo chức năng ngữ dụng và mức độ đe dọa thể diện

Trong mỗi nhóm HĐNT hỏi khác nhau, mức độ áp đặt của hành động hỏi đến đối tượng được phỏng vấn cũng khác nhau. Điều này tùy thuộc vào mục đích ngữ dụng của HĐNT hỏi. Để làm rõ mức độ áp đặt của HĐNT hỏi đến đối tượng phỏng vấn, căn cứ vào chức năng ngữ dụng, chúng tôi phân loại các nhóm HĐNT hỏi thành các nhóm sau:

i. Nhóm 1: Hỏi để yêu cầu cung cấp thông tin
ii. Nhóm 2: Hỏi để xác nhận, kiểm tra thông tin
iii. Nhóm 3: Hỏi để thực hiện các chức năng khác như: hỏi để phản biện, hỏi để khiêu khích, hỏi để chê,…

Các HĐNT hỏi được hiện thức hóa bằng các phát ngôn có chứa cấu trúc nghi vấn. Số lượng các phát ngôn hỏi phân loại theo cấu trúc hỏi trong phạm vi tư liệu được trình bày trong bảng sau:

STT	HĐNT hỏi phân loại theo chức năng ngữ dụng	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	HĐNT hỏi - cung cấp thông tin	4172	73.32
2	HĐNT hỏi - xác nhận, kiểm tra thông tin	1186	20.84
3	HĐNT hỏi nhằm thực hiện chức năng ngữ dụng của HĐNT khác	332	5.84
Tổng		**5690**	**100**

Bảng 2.3: Số lượng và tỷ lệ HĐNT hỏi phân loại theo chức năng ngữ dụng trong phỏng vấn

a1. Nhóm HĐNT hỏi – cung cấp thông tin

Phương tiện cú pháp chủ yếu của loại HĐNT này là các đại từ nghi vấn như: *ai, tại sao, gì, như thế nào*,… Người ta còn gọi loại cấu trúc này là cấu trúc mở. Khi sử dụng cấu trúc mở, nhà báo để ngỏ quyền lựa chọn thông tin trả lời cho người được

phỏng vấn, khuyến khích đối tượng phỏng vấn trình bày, lý giải, phân tích nhằm đưa ra các thông tin có lợi nhất cho mình. Ví dụ, nhà báo hỏi ca sĩ Mỹ Linh:

Chị nghĩ sao trước nhận định cho rằng, giọng hát của Mỹ Linh đã đạt tới trình độ tuyệt hảo về kỹ thuật nhưng lại đang dần mất đi cảm xúc? (Dân trí 05/10/2011)

a2. Nhóm HĐNT hỏi – xác nhận, kiểm tra thông tin

Loại HĐNT này chủ yếu dùng quan hệ từ *hay/ hoặc* (quan hệ từ lựa chọn), các phụ từ nghi vấn như: *đã…chưa, có …không, liệu…không…* ; các tiểu từ tình thái chuyên thực hiện chức năng hỏi như: *sao, à, ư,...* Người ta gọi cấu trúc hỏi kiểu này là cấu trúc khép hay đóng. Người nghe bị giới hạn thông tin trả lời, buộc phải lựa chọn một trong số các thông tin mà nhà báo đưa ra. Việc áp đặt thông tin trong một cái khung như vậy gây ra áp lực với đối tượng phỏng vấn. Họ phải chịu trách nhiệm về tính đúng/sai, khẳng định/phủ định với nội dung thông tin mà nhà báo đưa ra. Ví dụ, khi phỏng vấn ca sĩ Mỹ Linh, nhà báo đã đưa ra một phát ngôn có tính áp đặt cao bằng câu hỏi lựa chọn, khách mời không trả lời trực tiếp vào phát ngôn hỏi và bày tỏ cảm giác *xấu hổ*:

Q*: Nguyên nhân đám cưới vì* ***tình yêu quá lớn*** *hay vì Mỹ Linh khi đó đã* ***trót mang bầu*** *- như họa sĩ Thành Chương vui miệng kể trong liveshow "Và em sẽ hát…" ở Hà Nội?*

A: *Tất nhiên,* ***tôi không muốn khán giả biết tới những chuyện này****. Lúc anh Thành Chương nói,* ***tôi có hơi xấu hổ*** *nhưng đó chỉ là thứ bên lề, kết quả cuộc sống của chúng tôi mới là câu trả lời cho các thắc mắc.*

(Vnexpress 27/04/2012)

a3. Hỏi nhằm thực hiện chức năng ngữ dụng của HĐNT khác

Trong phạm vi tư liệu, HĐNT hỏi gián tiếp thường hướng tới các chức năng ngữ dụng chính như: hỏi để phản biện, hỏi để khẳng định, hỏi để chê, thách thức, hỏi để yêu cầu,… Tùy vào hiệu lực ở lời của HĐNT gián tiếp mà sự ảnh hưởng lên thể diện của các nhân vật tham gia có thể khác nhau. Trong số này, chiếm số lượng lớn nhất là các HĐNT hỏi – khẳng định. Ví dụ:

Là chủ một website văn chương đắt khách; có vẻ như tình yêu và tâm huyết chị dồn vào nó khá lớn? (Tiền phong 22/05/2011)

b. Một số đề tài hỏi đe doạ thể diện

Căn cứ vào quan điểm lịch sự của Brown và Levinson, những chuẩn mực trong văn hoá giao tiếp của người Việt và thái độ, phản ứng của người trả lời trong lượt hồi đáp, luận án đưa ra các loại đề tài có sự áp đặt nhất định tới thể diện của các đối tác giao tiếp. Trong nhóm này có thể chia ra: nhóm đề tài đe doạ thể diện âm tính của người được phỏng vấn và nhóm đề tài đe doạ thể diện dương tính của người được phỏng vấn. Sự phân chia như trên chỉ mang tính tương đối vì có những đề tài có thể đe dọa cả thể diện âm tính và thể diện dương tính.

Phạm vi tư liệu mà chúng tôi khảo sát chủ yếu xoay quanh ba loại phỏng vấn: phỏng vấn chân dung, phỏng vấn điều tra và phỏng vấn thông tin. Trong phỏng vấn chân dung, nhà báo thường hỏi nhiều loại câu hỏi liên quan đến tất cả

các khía cạnh của nhân vật để làm sao khắc hoạ rõ nét nhất con người của họ. Trong phỏng vấn điều tra, nhà báo đóng vai trò như một điều tra viên, một cảnh sát thăm dò tới mọi ngõ ngách của vấn đề, kể cả những vấn đề riêng tư, những vấn đề mà đối tác không hề thích thú như lỗi lầm, sai trái, vi phạm pháp luật… mặc dù đối tác là người đứng đầu một tổ chức nào đó. Đây là hai loại phỏng vấn có thể sẽ xuất hiện nhiều phát ngôn đe doạ thể diện nhất. Hỏi trong phỏng vấn thông tin hay phỏng vấn linh hoạt chủ yếu mang tính chất trung hoà. Sau đây là bảng thống kê số lượng và tỷ lệ các phát ngôn hỏi không thỏa mãn nguyên tắc lịch sự trong ba nhóm tư liệu.

	F1	**F2**	**F3**
Số lượng	571	70	26
Tổng HĐNT	5382	2507	854
Tỷ lệ (%)	10.6	2.79	3.04

Bảng 2.4: Số lượng và tỷ lệ các HĐNT hỏi −LS trên tổng HĐNT

b1. Nhóm đề tài đe dọa thể diện âm tính của người được phỏng vấn

Thuộc nhóm này là những đề tài hướng tới lãnh địa của cái tôi cá nhân, mang tính tế nhị, riêng tư như: tình yêu, hôn nhân, cuộc sống gia đình, thu nhập, giới tính, tật xấu, sức khỏe,… Trong đó, chuyện tình yêu và gia đình là hai đề tài được đề cập nhiều nhất trong các bài phỏng vấn chân dung. Ví dụ, khi phỏng vấn người mẫu Phi Thanh Vân, nhà báo liên tục khai thác chuyện rạn nứt trong chuyện hôn nhân giữa cô và ông chồng ngoại quốc, những mâu thuẫn mang tính riêng tư trong gia đình mặc dù cô đã trả lời rằng: *không kể và sẽ mãi mãi không kể.*

Q1: Có tin đồn hôn nhân của chị rạn nứt từ 6 tháng trước, nhưng chị vẫn chưa lần nào khẳng định hay phủ nhận. Vì sao vậy?

A1: *Có những mâu thuẫn giữa hai vợ chồng mà tôi không thể kể ra. Mọi thứ dây dưa rất khó để người ngoài cuộc hiểu được. Kể ra chỉ khiến khán giả mệt và cũng mệt luôn bản thân, gia đình mình nên* ***tôi sẽ không kể và mãi mãi không bao giờ kể****.*

(Vnexpress 10/06/2012)

b2. Những đề tài đe doạ thể diện dương tính của người được phỏng vấn

Một số đề tài tiêu biểu mà khi được hỏi dễ làm tổn thương thể diện dương tính của người được phỏng vấn: khả năng; các vụ scandal, bê bối hoặc những "danh hiệu" có ảnh hưởng xấu đến danh tiếng, tài năng, uy tín; các sự việc liên quan đến trách nhiệm của người được phỏng vấn. Ví dụ:

Q: Sau vụ việc xảy ra, là người đứng đầu cơ quan tư vấn, giám sát của dự án, ông nhận trách nhiệm như thế nào?

A: *Chúng tôi xin Bộ Giao thông vận tải được kiểm điểm tập thể và cá nhân, xin rút kinh nghiệm. Sự cố này chưa gây thiệt hại thất thoát gì, vẫn trong quá trình bảo hành nên nhà thầu sẽ sửa chữa. Tất nhiên là các vết vá sẽ không thể tạo được bề mặt đường như cũ.*

(Vnexpress 24/03/2010)

c. Cách thức duy trì, phát triển đề tài hỏi và sự đe dọa thể diện

Lịch sự trong hội thoại phỏng vấn không chỉ thể hiện ở đề tài hỏi có đe dọa thể diện của ĐTPV hay không mà còn thể hiện ở cách nhà báo điều hành vận động trao đáp, cách điều khiển dẫn dắt cuộc thoại khi gặp phản hồi tiêu cực của ĐTPV (từ chối cung cấp thông tin hoặc trả lời không trúng đích). Qua quá trình khảo sát, có thể thấy nhà báo có các cách duy trì, phát triển cuộc thoại phỏng vấn như sau: (i) Dừng và chuyển hướng đề tài; (ii) Vẫn tiếp tục duy trì và phát triển đề tài theo cách liên tục hay gián đoạn. Sự đe dọa thể diện tăng cao khi biết ĐTPV không sẵn sàng cho việc cấp tin nhưng nhà báo vẫn tiếp tục phát triển đề tài đe dọa thể diện, dù là phát triển theo cách liên tục hay gián đoạn.

2.3.2.2. Hành động phụ thuộc – hành động khen và hành động chê

a. Hành động ngôn từ khen

Khen là một trong những chiến lược lịch sự dương tính. Bằng cách chú trọng thể diện dương tính của khách mời, nhà báo khi phỏng vấn người nổi tiếng có thể xây dựng mối quan hệ thân thiện, khiến người khách mời cảm thấy thoải mái và do đó, sẽ trả lời cả những câu hỏi đe doạ thể diện. Qua khảo sát, chúng tôi nhận thấy tỷ lệ hành động khen trên tổng số HĐNT không nhiều (99/8743, tương ứng với 1.13%) và ở ba nhóm tư liệu, tỷ lệ này có sự chênh lệch: ở nhóm phỏng vấn văn nghệ sĩ là 1.72%, ở nhóm phỏng vấn quan chức là 0.19% và ở nhóm phỏng vấn các đối tượng khác là 0.11%. Như vậy, hành động khen tập trung nhiều ở nhóm bài phỏng vấn văn nghệ sĩ. Đề tài khen thường gặp nhất là: ngoại hình, tài năng, sự nổi tiếng, tính cách, cuộc sống chung, …Trong đó, nội dung khen chủ yếu là ngoại hình, sau đó đến tài năng và mức độ nổi tiếng được yêu mến. Ví dụ:

Góp phần tôn nhan sắc Hồng Nhung là gu ăn mặc chỉn chu và tinh tế*. Chị nhờ tới sự tư vấn của chuyên gia hay tự mình tìm hiểu qua sách báo?* (Vnexpress 2/10/2012)

b. Hành động ngôn từ chê

Tỷ lệ hành động chê trên tổng số HĐNT ở ba nhóm tư liệu không lớn: Ở nhóm 1 là 10.14%, nhóm 2 là 2.91%, nhóm 3 là 6.79%. Giống như hành động khen, tỷ lệ hành động chê ở nhóm 1 và nhóm 3 nhiều hơn so với nhóm còn lại. Trong phỏng vấn, hành động chê chủ yếu nhằm khiêu khích, thăm dò thái độ, phản ứng đối tượng phỏng vấn qua đó làm rõ chân dung người nghệ sĩ hoặc xin ý kiến đánh giá về một vấn đề đang gây xôn xao dư luận. Dù là mục đích công việc thì nội dung hành động chê vẫn có tính đe doạ thể diện người đối thoại và cũng tiềm ẩn khả năng đe doạ thể diện của nhà báo. Vì thế, khi đưa ra hành động chê, nhà báo thường mượn số đông (quần chúng) làm chủ thể – người đưa ra phát ngôn chê hoặc dùng hình thức trừu tượng hóa chủ thể hành động chê hoặc dùng cấu trúc bị động. Ví dụ:

Năm nào phim anh làm dịp Tết đều bị gọi là hài "nhảm" và thảm họa*. Cảm giác của anh ra sao khi nghe những nhận xét này?*(Vnexpress 4/1/2013)

2.3.3. Các hành động ngôn từ trong cặp thoại kết thúc trong quan hệ với lịch sự

Trong cặp thoại kết thúc, ngoài các từ ngữ báo hiệu kết thúc, các HĐNT thường dùng là cảm ơn và chúc. So với phát ngôn chào thì cảm ơn – chúc xuất hiện với tần số lớn hơn, 211 lần xuất hiện, chiếm 98.6 % trên tổng số HĐNT mang tính nghi thức. Giống như chào, cảm ơn - chúc là những nghi thức lời nói mang tính chuẩn mực trong phỏng vấn. Chúng không chủ yếu thực hiện chức năng nhận thức mà thực hiện chức năng giao tiếp, thiết lập và tăng cường sự tiếp xúc theo hướng dễ chịu tốt đẹp. Vì thế, trong phỏng vấn, nội dung mệnh đề của nhóm phát ngôn này thường mang tính khuôn mẫu, không sinh động, phong phú như trong giao tiếp hằng ngày. Ví dụ:

Xin cảm ơn anh, chúc anh luôn thành công trong công việc và hạnh phúc trong cuộc sống. (Dân trí 03/02/2012)

2.4. TIỂU KẾT

Chương hai tập trung phân tích các HĐNT trong quan hệ với tính lịch sự theo tiến trình của một cuộc thoại phỏng vấn, trong đó nhấn mạnh vào HĐNT hỏi. Mục đích ngữ dụng của HĐNT hỏi, đề tài hỏi và cách thức phát triển đề tài hỏi có quan hệ nhất định đến mức độ đe dọa thể diện của phát ngôn. Các HĐNT phụ thuộc đi kèm hành động hỏi có tác dụng tăng cường hay giảm nhẹ mức độ lịch sự là khen và chê. Hai HĐNT này xuất hiện nhiều trong nhóm phỏng vấn đối tượng văn nghệ sĩ.

Chương 3:
LỊCH SỰ THỂ HIỆN QUA TỪ NGỮ XƯNG HÔ VÀ TỪ NGỮ TÌNH THÁI TRONG PHỎNG VẤN BÁO CHÍ

3.1. TỪ NGỮ XƯNG HÔ BIỂU THỊ LỊCH SỰ TRONG PHỎNG VẤN BÁO CHÍ

3.1.1. Khái quát về từ ngữ xưng hô trong phỏng vấn báo chí

Các phương tiện từ xưng hô phổ biến trong phỏng vấn được cụ thể hoá trong bảng sau:

STT	Nhóm phương tiện từ ngữ xưng hô	Các loại phương tiện từ ngữ xưng hô
1	Đại từ nhân xưng	*Tôi, chúng tôi*
2	Danh từ thân tộc	*Ông, bà, anh, chị, cô*
3	Từ chỉ nghề nghiệp	*Bác sĩ, nhà văn, kĩ sư, ...*
4	Từ chỉ chức danh	*Bộ trưởng, Thứ trưởng, Giáo sư, ...*
5	Tên riêng, biệt danh	*X*
6	Kết hợp: Từ chỉ nghề nghiệp + Tên	*Đạo diễn X, nhạc sĩ X, ...*
7	Kết hợp: Đại từ nhân xưng + Tên	*Chị X*
8	Kết hợp: Danh hiệu + Tên	*Hoa hậu X*

Bảng 3.1: Các phương tiện xưng hô sử dụng trong phỏng vấn

3.1.2. Xưng hô với việc biểu thị lịch sự trong phỏng vấn báo chí

* Nhóm 1:

STT	Phương tiện xưng hô (ngôi thứ 2)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Anh/chị	259	70
2	Kết hợp: Anh/chị +Tên riêng	33	8.9
3	Ông/bà	28	7.6
4	Tên riêng	21	5.7
5	Kết hợp: Từ chỉ nghề nghiệp+ Tên riêng	18	4.9
6	Danh hiệu	6	1.6
7	Kết hợp: Tên+ Biệt danh	3	0.8
8	Bạn	2	0.5
9	Từ chỉ chức danh	0	0
Tổng		**370**	**100**

Bảng 3.2: Tỷ lệ các phương tiện xưng hô sử dụng trong nhóm 1

* Nhóm 2 và nhóm 3

Số lượng các phương tiện xưng hô trong nhóm 2 và nhóm 3 được cụ thể hoá trong bảng sau:

Stt	Phương tiện xưng hô (ngôi thứ 2)	F 2	Tỷ lệ %	F 3	Tỷ lệ %
1	Ông/bà	275	81.6	81	74
2	Chức danh	43	12.6	16	14.7
3	Tên cơ quan	10	3	0	0
4	Anh/chị	8	2.4	6	5.5
5	Từ chỉ nghề nghiệp	1	0.3	1	1
6	Bạn	0	0	3	2.8
7	Tên riêng	0	0	2	1.8
Tổng		**337**	**100**	**109**	**100**

Bảng 3.3: Tỷ lệ các phương tiện xưng hô trong nhóm 2 và 3

Nhìn một cách tổng quát, xưng hô trong phỏng vấn đã đảm bảo được tính chất lịch sự, đúng mực. Hình thức xưng hô chủ yếu trong phỏng vấn là *anh/chị/tên riêng* hoặc *ông/bà/chức danh*. Lối xưng hô thứ nhất thể hiện tình cảm thân mật gần gũi, lối xưng hô thứ hai thể hiện sự đề cao, trân trọng.

Tuy nhiên trong phỏng vấn vẫn tồn tại hình thức xưng hô trống không. Qua khảo sát, chúng tôi thấy có 71 phát ngôn trên tổng số 850 bài phỏng vấn xuất hiện hình thức nói trống không. Số liệu cụ thể trong ba nhóm tư liệu được trình bày cụ thể trong bảng sau:

Nhóm	Số lượng phát ngôn xưng hô trống không	Số bài phỏng vấn	Tỷ lệ (%)
F1	58	387	14.98
F2	9	345	2.61
F3	4	118	3.38

Bảng 3.4: Tỷ lệ các phát ngôn xưng hô trống không trong phỏng vấn

Bảng trên cho thấy xưng hô trống không xuất hiện nhiều nhất trong nhóm 1 (14.98%), xuất hiện rất ít trong nhóm 2 và nhóm 3 (2.61% và 3.38%). Dù là rất ít nhưng sự tồn tại của những phát ngôn này cho thấy nhà báo còn thiếu sự cẩn trọng trong lúc đặt câu hỏi, nhất là khi đối tượng hỏi là giới quan chức. Trong nhóm 1, đối tượng phỏng vấn là văn nghệ sĩ. Đối tượng này phần lớn ở độ tuổi trẻ, phong cách phóng túng, thoải mái, tính chất nghi thức của ngữ cảnh cũng không quá bắt buộc nên nhà báo cũng linh hoạt hơn trong cách xưng hô và cách đặt câu hỏi.

3.2. TỪ NGỮ TÌNH THÁI BIỂU THỊ LỊCH SỰ TRONG PHỎNG VẤN BÁO CHÍ

3.2.1. Tiểu từ tình thái cuối câu với việc biểu thị lịch sự trong phỏng vấn báo chí

3.2.1.1. Khái quát về tiểu từ tình thái cuối câu thường dùng trong phỏng vấn báo chí

Sau đây là bảng số liệu và tỷ lệ xuất hiện các tiểu từ tình thái thường dùng trong phỏng vấn.

Nhóm tư liệu	**F1**	**F2**	**F3**
Tiểu từ tình thái	76	4	2
Tổng HĐNT	5382	2507	854
Tỷ lệ (%)	1.42	0.15	0.23

Bảng 3.5: Tỷ lệ các tiểu từ tình thái trên tổng HĐNT

Qua số liệu thống kê, có thể thấy tiểu từ tình thái tập trung nhiều hơn trong các bài phỏng vấn văn nghệ sĩ. Trong nhóm bài phỏng vấn quan chức và các đối tượng khác, tiểu từ tình thái xuất hiện với số lượng không đáng kể.

Trong phạm vi của luận án, chúng tôi chỉ đi sâu phân tích một số tiểu từ tình thái được sử dụng phổ biến, có vai trò trong việc thể hiện tính lịch sự. Một số tiểu từ tình thái xuất hiện nhiều nhất trong phỏng vấn là: *chứ, sao, chăng, nhỉ, mà/cơ mà, ...*

3.2.1.2. Một số tiểu từ tình thái tiêu biểu trong phỏng vấn báo chí

a. Từ "chứ"

Từ *chứ* thường có những sắc thái sau: *Chứ* dùng trong câu hỏi vặn, hỏi mang tính chất vấn người đối thoại hoặc phản bác. Ví dụ:

*Nhưng mà ông Nghiên sau nghỉ hưu thì phải trả nhà **chứ**?* (Tiền phong 25/09/2011)

- *Chứ* dùng trong những câu hỏi có tính chất xác nhận, hoặc khẳng định sắc thái thân mật nhẹ nhàng. Người hỏi và người trả lời thường không có độ chênh lệch lớn về tuổi tác, địa vị. Ví dụ:

*Một phim tôi thấy tiếc là phim Tâm hồn mẹ, đó là một phim đã khá thành công đấy **chứ**.* (Dân trí 23/12/2011)

b. Từ "nhỉ"

Đa phần nhiều câu chứa *nhỉ* đều là câu hỏi. Sự xuất hiện của *nhỉ* không làm ảnh hưởng đến tính chất nghi vấn của câu. Ví dụ:

*Sao chị không có bạn trong giới **nhỉ**, khó quá chăng?* (Dân trí 29/08/2012)

Thông thường khi SP1 và SP2 ngang hàng và có quan hệ gần gũi mới thêm *nhỉ* cuối phát ngôn hỏi để gia tăng tình cảm thân mật. Với người lớn tuổi, nhất là khoảng cách xa, cách nói như trên lại có phần thiếu lịch sự.

Nhỉ còn xuất hiện trong những phát ngôn hỏi – khẳng định, tán đồng. Ví dụ:

*Vụ "bờ vai ấm" này nghe chừng không ổn **nhỉ**?* (Dân trí 10/07/2012)

Việc dùng từ *nhỉ* trong trường hợp này không yêu cầu khắt khe về vị thế, vai xã hội của SP1 và SP2. Những phát ngôn hỏi – khẳng định này thường gợi tính chất thân mật, nhẹ nhàng, sắc thái thuyết phục cao nhưng không dồn ép.

c. Từ "chăng"

Vị trí của từ *chăng* là cuối câu hỏi. *Chăng* dùng trong trường hợp hỏi – phỏng đoán, thăm dò. Tiểu từ tình thái *chăng* làm phát ngôn hỏi tế nhị, mềm mại hơn, giảm sự áp đặt.

*Sách thể thao thì anh bán, vậy anh đang đọc gì, "Vết sẹo và cái đầu hói" **chăng**?* (Tiền phong 6/6/06)

Với ý nghĩa biểu thái phong phú, tinh tế và linh hoạt, tiểu từ tình thái còn là một trong những phương tiện ngôn ngữ biểu thị lịch sự của người Việt. Do hạn chế về phạm vi tư liệu khảo sát, số lượng và chủng loại tiểu từ tình thái cuối câu ở đây không lớn và không phong phú như trong phỏng vấn truyền hình.

3.2.2. Phương tiện rào đón với việc biểu thị lịch sự trong phỏng vấn báo chí

3.2.2.1. Khái quát về các phương tiện rào đón phổ biến trong phỏng vấn báo chí

Phương tiện rào đón sử dụng trong phỏng vấn khá phong phú, có thể quy chúng thành một số loại lớn như sau. Số lượng các phương tiện rào đón được trình bày trong bảng sau:

STT	Thành phần rào đón	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Phương tiện rào đón giảm nhẹ độ tin cậy của thông tin	1004	68.4
2	Phương tiện rào đón nhấn mạnh mức độ tin cậy của thông tin	255	17.4
3	Phương tiện rào đón giảm thiểu mức độ áp đặt với người nghe	209	14.2
Tổng		**1468**	**100**

Bảng 3.7: Số lượng các kiểu phương tiện rào đón trong phỏng vấn

3.2.2.2. Phương tiện rào đón giảm nhẹ độ tin cậy của thông tin

Phương tiện rào đón giảm nhẹ độ tin cậy của thông tin thuộc nhóm rào đón phương châm về chất. Chúng được sử dụng với mục đích làm giảm độ chính xác của phát ngôn khi chủ thể giao tiếp không có chứng cứ rõ ràng về điều mình nói ra.

Cách thức này được nhà báo sử dụng triệt để với tần số rất cao trong phỏng vấn.

Phương tiện rào đón giảm thiểu thường sử dụng trong phỏng vấn là:

a. *Nghe nói, nghe đâu, nghe đồn, nghe rằng,…*; *Một số + danh từ (người, chuyên gia, khán giả,...) + động từ (cho rằng, gợi ý, lo ngại,…)*; *Người ta + động từ (đồn, nghĩ, bàn tán,..)*; *Thông tin rằng, tin đồn*; *Dư luận + động từ (nghi ngờ, cho rằng, bàn tán,…)*; *Ai đó nói*; *Có người (nói, bình phẩm, nhận xét,…)*; *Có nguồn tin, có đồn đoán, có giai thoại,…*

Sự có mặt của thành phần rào đón làm giảm trách nhiệm của chủ thể giao tiếp với thông tin đưa ra, nó báo trước với người nghe rằng ý kiến này không phải của riêng anh ta và do vậy, thể diện của anh ta được bảo toàn.

b. Một dạng biểu thức rào đón khác, diễn tả độ tin cậy thấp từ phía chủ thể giao tiếp với đối tượng được nói đến trong nội dung mệnh đề, thường được cấu tạo là phó từ hoặc trạng từ: *có lẽ, có vẻ, hình như, dường như, phải chăng, hình như, dường như, gần như, có khi, biết đâu, chắc gì,...* Các từ này xuất hiện 476 lần trong tổng các bài phỏng vấn mà chúng tôi khảo sát. Chúng đều biểu thị sự phỏng đoán hoặc khẳng định một cách dè dặt đánh giá, nhận xét của chủ thể giao tiếp.

c. Nhóm từ chỉ mức độ: *hơi, khá….* Những từ này xuất hiện 225 lần trong các bài phỏng vấn, thường xuất hiện trong các phát ngôn nhận xét, bình giá. Nhóm từ này có tác dụng giảm nhẹ mức độ của sự đánh giá, tạo ra độ mờ nhất định về nội dung mệnh đề.

3.2.2.3. Phương tiện rào đón nhấn mạnh mức độ tin cậy của thông tin

Khi thực hiện một HĐNT thì người nói phải có trách nhiệm với hành động ấy. Với nhà báo, trách nhiệm này lại càng lớn. Khi một phát ngôn thiếu trung thực được công bố trên phương tiện thông tin đại chúng thì thể diện dương tính của nhà báo sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Vì thế, các dấu hiệu rào đón được viện tới để tăng độ tin cậy của nội dung phát ngôn. Qua khảo sát, chúng tôi thấy xuất hiện 255 biểu thức thuộc loại này, chủ yếu là hai dạng: (1) *Chắc chắn, rõ ràng, sự thật là, căn cứ vào,…* (2) *Nhiều người cho rằng, rất nhiều người muốn…, không ít người cho rằng, mọi người nói (cho rằng, đánh giá…), khán giả (công chúng) cho rằng, ai cũng nói…*

Trong tiền giả định bách khoa của người Việt: những gì đã được số đông xác nhận thường được cho là đúng đắn. Điều này xuất phát từ tư duy của người dân sống trong nền văn hoá trọng tính cộng đồng. Tập thể thường thắng thế, ý kiến của số đông được đánh giá cao. Những cụm từ này cũng được sử dụng như một phương tiện rào đón đảm bảo mức độ tin cậy của thông tin đưa ra. Trong phỏng vấn, nhà báo sử dụng cách thức này như một chiến lược bảo vệ lịch sự dương tính của mình.

3.2.2.4. Phương tiện rào đón giảm thiểu mức độ áp đặt lên người nghe

Các phương tiện rào đón có tác dụng giảm thiểu mức độ áp đặt lên người được phỏng vấn thường là từ tình thái *có thể* và một số từ ngữ giảm thiểu như *một chút*, *một ít*, *một vài*, …Chúng còn được gọi là các biện pháp "dịu hoá" – softener (Brown & Levinson) hay "mềm hoá" – mitigator (House & Kasper). Từ tình thái *có thể* thường xuất hiện trong cấu trúc gián tiếp ước lệ *có thể…(không)* làm các hành động hỏi có hiệu lực gián tiếp là hành động thỉnh cầu. Chúng xuất hiện 158

lần trong tư liệu khảo sát. Bằng hình thái của câu hỏi, hành động thỉnh cầu trở nên lịch sự, tế nhị, dễ chấp nhận.

Ngoài ra, trong phỏng vấn còn xuất hiện những biểu thức rào đón điển hình cho phép lịch sự, mặc dù xuất hiện với số lượng ít hơn. Đó là những biểu thức rào đón có cấu tạo là cụm từ cố định như: *tò mò một chút, một câu hỏi tế nhị, hỏi khí không phải…* Các biểu thức rào đón xuất hiện như một kiểu dẫn nhập báo trước để người nghe chuẩn bị tiếp nhận một hành động ngôn từ nào đó có khả năng đe doạ thể diện.

3.2.3. Từ ngữ có màu sắc biểu cảm – đánh giá với việc biểu thị tính lịch sự trong phỏng vấn báo chí

3.2.3.1. Nhóm từ ngữ có sắc thái tích cực

Nhóm từ vựng mang sắc thái tích cực được sử dụng nhằm gia tăng thể diện dương tính của người tham gia phỏng vấn. Nhóm từ vựng này thường xuất hiện trong các phát ngôn khen hay bình giá, nhận xét. Việc sử dụng nhóm từ vựng tôn vinh thể diện của người được phỏng vấn thể hiện ở hai phương diện: sử dụng các ngữ định danh và sử dụng các vị từ có sắc thái tích cực. Ngữ định danh gọi tên các giải thưởng, danh hiệu gắn với ĐTPV. Nhóm vị từ tích cực bao gồm các động từ, các tính từ ở cực dương của thang độ đánh giá. Khảo sát nhóm từ ngữ có sắc thái tích cực trong phỏng vấn, có thể thấy các từ và cụm từ chủ yếu thuộc về một trong các trường nghĩa sau: ngoại hình, tính cách, khả năng, hoạt động sáng tạo,…

STT	Trường nghĩa	Vị từ có màu sắc tích cực
1	Ngoại hình, phục trang	xinh, đẹp trai, giản dị, phong độ, (đôi mắt) sáng rực, rạng rỡ, (đầy) sức sống, (tóc) bồng bềnh, trẻ trung, thanh lịch, nhẹ nhàng, phá cách, (thiết kế) cá tính, trẻ đẹp, rạng rỡ, (vóc dáng) đẹp, (da) trắng ngần (ko tì vết), (khuôn mặt) xinh xắn, thon thả, (gu ăn mặc) chỉn chu, tinh tế, (vẻ) mã thượng, ngạo tình, (nụ cười) tươi, (ánh mắt) hút hồn, (gương mặt) trẻ trung, hào hoa, tươi trẻ, sang trọng, dịu dàng, (đầy) tự tin, nữ tính,…
2	Trạng thái tâm lý	(đầy ắp) hạnh phúc, ngập tràn niềm vui,…
3	Tính cách	thông minh, hóm hỉnh, chững chạc, đằm thắm, dịu dàng, năng động, đam mê (cháy bỏng), vui vẻ, thân thiện, dễ gần, mạnh mẽ, đằm thắm, chăm chỉ, hiền, (rất) Việt Nam, gần gũi, cởi mở, …
4	Khả năng	(đầu óc) sáng tạo, (biên độ phím) vô biên, cao tay, tinh tế (xử lý yếu tố sex), (cách hát) tinh tế, sâu, (trình độ) tuyệt hảo…
	Hoạt động sáng tạo	lột xác, hồi xuân (trong sự nghiệp), đam mê, bứt phá (óc tưởng tượng), chưng cất (chữ nghĩa), nỗ lực, (hóa thân) đa dạng, (vào vai) ngọt, lột xác, (cách diễn) trưởng thành,…
5	Tác phẩm	độc đáo, có dấu ấn, (triển lãm) ấn tượng, công phu, thành công, trau chuốt, (được làm) kĩ lưỡng, (tiết mục) đột phá, (có) sức sống (vượt ra ngoài lãnh thổ),…
6	Gia đình, cuộc sống riêng	ổn định, viên mãn, suôn sẻ, tròn vẹn, đầy đủ, (đầy ắp) hạnh phúc, …

Bảng 3.8: Nhóm vị từ có sắc thái tích cực sử dụng trong phỏng vấn

Sử dụng nhóm từ vựng có sắc thái tích cực, phù hợp với từng đối tượng, không ngoa ngôn, sáo rỗng là một trong những chiến lược hiệu quả của nhà báo góp phần nâng cao thể diện của người được phỏng vấn. Bằng cách này, nhà báo chủ động kéo gần khoảng cách giữa mình và đối tượng phỏng vấn, chủ động tạo bầu không khí thân thiện, vui vẻ, gần gũi.

3.2.3.2. Nhóm từ ngữ có sắc thái tiêu cực

Nhóm từ có sắc thái tiêu cực thường xuất hiện trong các phát ngôn chê hoặc miêu tả, nhằm tạo cho người nghe ấn tượng xấu về đối tượng được nói đến. Vì mục đích "đào sâu" đến tận cùng của sự thực, đôi khi nhà báo cố ý khiêu khích khách mời bằng những phát ngôn "hạ bệ" thể diện của họ. Do đó, thay vì có thể lựa chọn các từ đồng nghĩa có mức độ giảm nhẹ, nhà báo sử dụng các từ và cụm từ có sắc thái tiêu cực. Nhóm từ có sắc thái tiêu cực được sử dụng chủ yếu trong nhóm phỏng vấn văn nghệ sĩ. Chiếm số lượng lớn nhất là nhóm từ ngữ thuộc trường nghĩa tính cách, sau đó mới đến hoạt động sáng tạo, ngoại hình và sản phẩm nghệ thuật.

Sau đây là bảng thống kê nhóm từ vựng mang sắc thái tiêu cực hay dùng trong phạm vi tư liệu mà chúng tôi khảo sát.

STT	Trường nghĩa	Từ ngữ có sắc thái tiêu cực
1	Ngoại hình, cử chỉ, phục trang	(sắc mặt) nhợt nhạt, tiều tuỵ, (áo dài) rườm rà, tiêu điều, hở hang, (ăn mặc) phản cảm, (giải phẫu thẩm mỹ) lộ liễu, (vóc dáng) mini, (dáng) hạt mít, (ăn mặc) kì quái, lả lơi, (bề ngoài) xù xì, …
2	Tính cách	yếu đuối, yếu bóng vía, đanh đá, yếm thế, cứng nhắc, kiêu, kiêu ngạo, kiêu căng, ngỗ ngược, háo sắc, khắt khe, khó gần, chảnh choẹ, chảnh, lười, thiếu chí tiến thủ, dễ sa ngã, đanh đá, khó nắm bắt, thiếu nam tính, thiếu mạnh mẽ, cay nghiệt, già, chậm, bốc đồng, quá hiền lành, khắc khổ, nhàu nhĩ, dễ bị lãng quên, bon chen, cô độc, vô trách nhiệm, bảo thủ, lạc hậu, tham vọng, cực đoan, phô trương, tàn ác, cứng nhắc, (tính) tiểu thư, kín kẽ đến cực đoan, lạnh …
3	Hoạt động nghệ thuật	Nhàm chán, dung tục, sống sượng, bạo liệt, (giọng) phô, (chấm điểm) ngặt nghèo, tàn ác, (giọng hát) mất cảm xúc, nghiệp dư hoá, cứng nhắc, nhạt, kém duyên, lộ chất diễn, (nói năng) nhạt nhẽo, ì, bốp chat, thiếu đột phá, (kết hợp) nhàm chán, (trình độ chuyên môn) khập khiễng, (diễn xuất) hời hợt, non, (phong độ) thất thường, (nói) kém duyên, …
4	Cuộc sống riêng	Đảo lộn, rối ren, đổ vỡ, ồn ào, cay đắng, thua lỗ, túng quẫn, sóng gió, rắc rối, nợ nần, rạn nứt, …
5	Sản phẩm sáng tạo	Khó gây sốt, (format) cũ kĩ, (gameshow) nặng tính giải trí, thương mại, (phim giải trí) đơn thuần, (kịch bản) nhàn nhạt, (sản phẩm nghệ thuật) bình dân, (cảnh nóng) phản cảm, (cảnh sex) trần trụi, thô tục, chưa đến tầm, (phim) nhạt, hời hợt, lấy mỹ nhân câu khách, (phim giải trí) thảm hoạ, xấu, non, hài nhảm, (tình tiết) phi lý, dàn trải, mờ nhạt, …

6	Trình độ quản lý	Chưa rõ, mờ nhạt, nhũng nhiễu, vô cảm, né trách nhiệm, chưa khách quan, chưa hợp lý, gây lãng phí, chưa hiệu quả, buông lỏng,
7	Phản ứng của công chúng (dân)	Bức xúc, không hài lòng, không đánh giá cao, phản đối nặng nề, thất vọng, nhàm chán, lo ngại (khả năng quản lý), gây khó chịu, phản bác, nản, phản đối, (ý kiến) trái chiều, than phiền (chất lượng phục vụ), ….
8	Hiện trạng	(thủ tục) rườm rà, (phối hợp) chưa ăn ý, lùng nhùng, không lối thoát, chưa minh bạch, bị xem nhẹ, thả nổi, yếu kém, nhiều kẽ hở, lừa đảo, bệ rạc, phát triển èo uột, chưa hợp lý, nguy hiểm, không cải thiện, ...

Bảng 3.9: Nhóm từ ngữ có sắc thái tiêu cực sử dụng trong phỏng vấn

Bảng khảo sát cho thấy số lượng không đồng đều giữa các trường nghĩa. Chiếm số lượng lớn nhất là nhóm từ ngữ thuộc trường nghĩa tính cách, sau đó mới đến hoạt động sáng tạo, ngoại hình và sản phẩm nghệ thuật. Có lẽ, đây là những lĩnh vực dễ làm tổn thương nhất, ảnh hưởng trực tiếp đến thanh danh, uy tín của đối tượng được phỏng vấn.

Trong nhóm các từ ngữ mang sắc thái tiêu cực, có một bộ phận từ ngữ mà việc sử dụng chúng có cũng có ảnh hưởng đến mức độ đe doạ thể diện của phát ngôn, đó là nhóm tiếng lóng. Biệt ngữ, tiếng lóng xuất hiện trong phạm vi tư liệu chúng tôi khảo sát chủ yếu là từ và ngữ chỉ sự vật, hiện tượng liên quan đến giới văn nghệ sĩ. Sau đây là một số biệt ngữ, tiếng lóng hay sử dụng.

Tiếng lóng	**Ý nghĩa**
chảnh, sao	kiêu ngạo
nổ	ba hoa, khoác lác
nhai	diễn đi diễn lại một vai
trò câu khách	trò thu hút khán giả
tung hoa	phản hồi tích cực
ném đá	phản hồi tiêu cực
đút tiền lấy giải	hối lộ tiền để được giải
dìm hàng	làm người khác xấu mặt trước nhiều người
một màu	(phong cách biểu diễn) không đa dạng
xuất xưởng	ra mắt, công bố tác phẩm trước công chúng
mò mặt	xuất hiện (trên phương tiện truyền thông hoặc tham gia chương trình)
mát mẻ	quần áo hở hang, sexy
tắc kè hoa	(ăn mặc) loè loẹt, phản cảm
kín cổng cao tường	ăn mặc quá kín đáo
kỹ nghệ của dao kéo	phẫu thuật thẩm mỹ
(bị) tuýt còi	bị cơ quan quản lý kiểm tra hoặc bị phạt
sạn (chương trình)	lỗi
bình hoa di động	người mẫu
hư bột hư đường	chia tay, tan vỡ (tình yêu, hôn nhân)

lái máy bay	lấy vợ nhiều tuổi hơn chồng
làm màu	làm ra vẻ, giả tạo
sến	hành động, cử chỉ, lời nói hoặc cách ăn mặc vượt quá mức bình thường vốn có của nó
(đóng cặp) mùi	(Cử chỉ của đôi nam nữ) thắm thiết, thân mật tình cảm hơn mức bình thường
chuyện ngoài luồng	quan hệ nam nữ bất hợp pháp
sân khấu chuồng gà	sân khấu quá tồi tàn, tềnh toàng
dựa hơi	tranh thủ, vịn vào danh tiếng, uy tín của ai đó để được hưởng lợi
chết vai	Chỉ có một kiểu vai diễn

Bảng 3.10: Tiếng lóng mang sắc thái tiêu cực sử dụng trong phỏng vấn

3.3. TIỂU KẾT

Trên đây chỉ là một số yếu tố từ ngữ tiêu biểu trong phỏng vấn mà sự có mặt của chúng có ảnh hưởng không nhỏ đến mức độ lịch sự của phát ngôn. Việc tách các yếu tố trên chỉ là tương đối nhằm làm rõ vai trò, chức năng của chúng. Thực tế, trong một phát ngôn có thể xuất hiện đồng thời tất cả các phương tiện trên. Đi kèm các hành vi hay từ ngữ có nguy cơ đe doạ thể diện cao thường là các biện pháp giảm thiểu nhằm điều hoà mối quan hệ liên cá nhân, bảo vệ thể diện của các nhân vật tham gia phỏng vấn.

KẾT LUẬN

Luận án đã đạt được những kết quả sau.

1. Dựa trên cơ sở lý thuyết của Brown và Levinson về lịch sự, quan điểm của Culpeper về bất lịch sự, luận án đã khảo sát, tìm hiểu sự vận dụng của nguyên tắc này trong thực tiễn giao tiếp có tính đặc thù – phỏng vấn. Vì mục đích khai thác thông tin, điều tra, các nhân vật giao tiếp trong cuộc thoại phỏng vấn không tránh khỏi mâu thuẫn, đụng độ. Vì thế, việc tuân thủ và vi phạm các nguyên tắc lịch sự là tất yếu. Luận án đã thống kê các phương tiện thể hiện lịch sự ở cấp độ phát ngôn (hành động ngôn từ) và cấp độ từ ngữ (từ xưng hô và từ ngữ tình thái), đồng thời phân tích các phương tiện này ở góc độ tăng cường hay đe dọa thể diện, khả năng chúng kết hợp với nhau trong cặp trao đáp để thể hiện hiệu quả chiến lược giao tiếp.

2. Là cuộc thoại mang tính nghi thức, cấu trúc cuộc thoại phỏng vấn khá ổn định cùng với sự quy định chặt chẽ về tính luân phiên lượt lời. Phần mở và kết thoại bao gồm những hành động mang tính quy thức như chào, cảm ơn, chúc nhằm thiết lập, duy trì quan hệ liên nhân theo hướng thân thiện. Phần thân thoại bao gồm các cặp trao đáp, trong đó nhà báo có quyền lực tối đa trong việc định hướng chủ đề. Trong TTDN, hành động hỏi là hành động chiếm số lượng lớn nhất và là hành động chủ hướng. Đi kèm với nó là một số hành động phụ thuộc nhóm tái hiện và nhóm biểu cảm nhằm hỗ trợ cho hành động hỏi trong việc củng cố quan hệ liên

nhân hay phục vụ chiến lược khai thác thông tin của nhà báo.

3. Ở góc độ phát ngôn, khi tiến hành phân loại các HĐNT phổ biến trong phỏng vấn theo tiêu chí tăng cường hay giảm nhẹ mức độ đe dọa thể diện, luận án cũng đã chỉ ra những đặc thù của các HĐNT này trong mối quan hệ với lịch sự khi phỏng vấn ba nhóm đối tượng quan chức, văn nghệ sĩ và các đối tượng khác. Luận án tập trung vào hành động hỏi vì hỏi được coi là hành động chủ đạo trong phỏng vấn. Kết quả khảo sát cho thấy có sự tương quan mật thiết giữa chức năng ngữ dụng của hành động hỏi và đề tài hỏi đến mức độ lịch sự của phát ngôn. Mức độ áp đặt lên thể diện cao nhất khi nhà báo yêu cầu ĐTPV xác nhận thông tin với cấu trúc hỏi đóng, kết hợp với đề tài hỏi đề cập đến những vấn đề quá riêng tư hay làm ảnh hưởng đến uy tín, danh dự của người được phỏng vấn.

4. Ở cấp độ từ ngữ, luận án cũng phân tích các yếu tố góp phần gia tăng hay giảm nhẹ tính lịch sự bao gồm từ xưng hô, nhóm từ ngữ tình thái (biểu thức rào đón, tiểu từ tình thái, từ ngữ mang sắc thái tích cực và tiêu cực). Kết quả khảo sát cho thấy, xưng hô trong phỏng vấn đa phần chuẩn mực, phù hợp với tính nghi thức của các cuộc thoại phỏng vấn. Tình trạng xưng hô không phù hợp như xưng hô trống không vẫn tồn tại tuy nhiên không phổ biến. Việc kết hợp các từ ngữ tình thái theo hướng tích cực hay tiêu cực có ảnh hưởng đến mức độ đe dọa thể diện của phát ngôn.

Mức độ lịch sự của phát ngôn có quan hệ rất chặt chẽ với các từ ngữ mà chủ thể giao tiếp sử dụng. Khi phỏng vấn đối tượng là quan chức (F1), các từ ngữ sử dụng thường mang sắc thái trung hoà. Ngược lại, với văn nghệ sĩ và các đối tượng khác (F2 và F3), xu hướng sử dụng từ ngữ có vẻ linh hoạt và có phần suồng sã, cởi mở hơn. Nhà báo đưa vào trong câu hỏi phỏng vấn cả những từ ngữ vốn chỉ xuất hiện trong ngôn ngữ sinh hoạt hằng ngày. Đôi khi sự lạm dụng nhóm từ ngữ này gây ảnh hưởng xấu đến tính lịch sự của phát ngôn.

5. Mặc dù đây là công trình nghiên cứu về ngôn ngữ học nhưng hi vọng luận án sẽ góp phần vào việc khắc phục những hạn chế trong văn hóa ứng xử giữa nhà báo với ĐTPV, từ đó nâng cao kỹ năng phỏng vấn, kỹ năng tạo dựng mối liên nhân tốt đẹp giữa nhà báo với công chúng trong hoạt động nghề nghiệp.

6. Luận án còn nhiều hạn chế về nguồn ngữ liệu. Tư liệu khảo sát mới chỉ dừng ở báo viết nên một vài tham số có ảnh hưởng đến lịch sự chưa được tính đến như: ngữ điệu, âm vực, cử chỉ, nét mặt, ánh mắt,… Do hạn chế về thời gian, các TTHĐ chưa được khai thác kĩ lưỡng với số liệu thống kê cụ thể. Hy vọng các công trình nghiên cứu tiếp theo sẽ bổ khuyết những hạn chế này.