

CƠ SỞ XÁC ĐỊNH TIÊU ĐIỂM TRONG CẤU TRÚC THÔNG TIN CỦA CÂU HỎI TIẾNG VIỆT

Đào Thị Minh Ngọc
Khoa Ngữ văn – Khoa học xã hội
Email: ngocdtm@dhhp.edu.vn

Ngày nhận bài: 04/6/2020
Ngày PB đánh giá: 16/7/2020
Ngày duyệt đăng: 24/7/2020

TÓM TẮT: Bài viết này trình bày những cơ sở xác định tiêu điểm trong cấu trúc thông tin của câu tiếng Việt. Cơ sở để nhận diện nó gồm: ngữ cảnh, tiền giả định và khả năng lược bỏ thông tin thừa trong câu. Từ kết quả thu được của bài viết này sẽ giúp chúng tôi đi sâu phân loại và mô tả các loại tiêu điểm thông tin khác nhau.

Từ khóa: Tiêu điểm thông tin; cấu trúc thông tin, ngữ cảnh, tiền giả định

BASIS FOR DEFINING FOCUS ON INFORMATION STRUCTURE OF VIETNAMESE QUESTIONS

ABSTRACT: Bases for defining focus in information structure of Vietnamese sentence are mentioned in this article, including context, presupposition, and the capability of suppressing redundant information in the sentence. This essay helps us clearly classify and describe different kinds of information focus.

Keyword: Focus, information structure, context, presupposition

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ở Việt Nam, trong nhiều năm gần đây, vấn đề nghiên cứu câu đã có những bước phát triển mạnh mẽ. Người ta quan tâm sâu sắc đến nhân tố con người trong ngôn ngữ, xem giao tiếp ngôn ngữ là một dạng hoạt động của con người, trong đó con người sử dụng ngôn ngữ như một chủ thể có ý thức phục vụ cho lợi ích của mình. Theo cách tiếp cận như vậy, các nhà ngôn ngữ học đã chuyển trọng tâm nghiên cứu từ phân tích câu theo cấu trúc cú pháp sang phân tích câu theo cấu trúc thông tin của nó. Lý thuyết về cấu trúc thông tin khơi dậy một vấn đề quan trọng trong nghiên cứu các hiện tượng giao tiếp ngôn ngữ: đó là sự lựa chọn thông tin khác nhau của người nói trong những

hoàn cảnh nhận thức khác nhau có thể làm cho một sự kiện được diễn đạt bởi cùng một nội dung mệnh đề, cùng một cấu trúc cú pháp như nhau nhưng được thể hiện bằng những cấu trúc thông tin khác nhau. Từ đó, bài viết này, chúng tôi muốn chỉ ra các cơ sở để thể hiện hiện tượng tiêu điểm hóa cấu trúc chủ - vị như một sự đóng góp hữu ích trong việc sử dụng ngôn ngữ nhằm tạo ra những hiệu quả giao tiếp nhất định.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

1. Các khái niệm liên quan

1.1. Tiêu điểm thông tin

Trong các công trình nghiên cứu, khái niệm tiêu điểm thông tin (focus of

information) thường được hiểu khác nhau giữa những tác giả. Một số nhà nghiên cứu phân chia lưỡng phân cấu trúc thông tin thành hai phần đề - thuyết dựa theo tiêu chí “cũ - mới” hoặc “cái được nói đến” và “cái nói đến”. Do đó họ đồng nhất tiêu điểm là thành phần biểu hiện thông tin mới trong cấu trúc thông báo của câu, đối lập với chủ đề (topic) là thành phần biểu hiện thông tin cũ (Chafe 1976). Một số khác tách rời tiêu điểm thông tin khỏi chủ đề và coi nó như là một chức năng dụng học (Dik 1981, Lambrecht 1994). Trong cách hiểu của chúng tôi, tiêu điểm thông tin của câu không bao gồm hai phần đề - thuyết mà chỉ có một bộ phận mang trọng tâm thông tin là phần thông tin nhấn mạnh (còn gọi là tiêu điểm thông báo), được xác định dựa vào ý định của người nói và tình huống giao tiếp. Hay nó chính là phần quan trọng nhất cho thấy sự chênh lệch về thông tin giữa người nói và người nghe, xét theo sự đánh giá của người nói. Quan niệm như vậy cũng được tác giả Nguyễn Hồng Cồn nhất trí rằng: “Phân tích câu về mặt thông báo là phân tích cấu trúc câu ở bình diện dụng học, gắn liền với cảnh huống giao tiếp, ý định thông báo và sự đánh giá chia sẻ thông tin giữa người nói và người nghe” [2, 45].

1.2. Cấu trúc thông tin

Cấu trúc thông tin được nhìn nhận và phân tích từ nhiều góc độ khác nhau. Khi xem xét hiện tượng tiêu điểm trong cấu trúc thông tin là đối tượng nghiên cứu chính, chúng tôi tiếp cận quan niệm coi cấu trúc thông tin không phải là sự đối lập giữa hai phần đề - thuyết hay chủ đề - tiêu điểm, nêu - báo, cũ - mới mà cấu trúc thông tin theo đánh giá của tác giả Nguyễn Hồng Cồn là “hình thức cú pháp bề mặt của một câu phản ánh những khác biệt về sự phân bố thông tin của câu trong các tình huống giao tiếp cụ thể biểu hiện qua sự khác biệt

về vị thế thông tin của hai bộ phận là tiêu điểm thông tin và cơ sở thông tin”.

2. Cơ sở xác định tiêu điểm thông tin

2.1. Ngữ cảnh

Theo *Từ điển tiếng Việt*: “Ngữ cảnh là toàn bộ nói chung những đơn vị đứng trước và đứng sau một đơn vị ngôn ngữ đang xét, quy định ý nghĩa và giá trị cụ thể của đơn vị ngôn ngữ đó trong chuỗi lời nói” [5, 861]. Đây có thể coi là một cách hiểu ngữ cảnh theo nghĩa hẹp. Đối với các văn bản viết, chúng tôi xác định ngữ cảnh theo nghĩa hẹp bao gồm những phát ngôn đặt trước và đặt tiếp sau phát ngôn cần xác định tiêu điểm thông tin. Trong văn bản đối thoại, câu hỏi là yếu tố quan trọng của ngữ cảnh giúp xác định cấu trúc tin trong câu trả lời. Những loại câu hỏi có thể là:

- Câu hỏi hiển ngôn: là loại câu hỏi mà cả phần đã biết và phần chưa biết có thể cùng xuất hiện tường minh trên cấu trúc cú pháp của câu. Theo căn cứ này, nếu bộ phận nào của câu đáp trực tiếp trả lời cho câu hỏi thì đó chính là tiêu điểm thông tin của câu. Trường hợp này thường là những câu hỏi chuyên biệt chứa những đại từ nghi vấn như ai, gì, nào, *đâu*, sao, *mấy*, thế nào... khi người hỏi chưa biết về một chi tiết nào đó trong sự tình và chỉ hỏi về chi tiết đó. Ví dụ:

SP1: Chị làm công tác gì?

SP2: Tôi trông nom **thư viện của nhà máy**.
(Truyện ngắn trẻ 1997)

Khi trả lời cho câu hỏi thuộc dạng này, người trả lời có thể dùng câu đầy đủ hoặc tỉnh lược. Ví dụ:

SP1: Ông ở quận nào?

SP2: Quận **Thạnh-phú**.

(*Bát khuát*, Nguyễn Đức Thuận)

SP1: Thế anh ấy ở **đâu**?

SP2: Anh ấy phải ở **nhà thu xếp để đón em**.

(Truyện ngắn hay các tác giả nữ)

Với những câu hỏi mà cấu trúc nổi (cấu trúc cú pháp) chỉ xuất hiện từ đề hỏi với tư cách là thông tin cần biết thì câu trả lời chỉ toàn tin mới. Ví dụ:

SP1: Sao?

SP2: **Lớn lên, nó sẽ bắt bình về việc em lại cải giá.**

(Tuyển tập truyện ngắn Vũ Trọng Phụng)

Trong câu hỏi ở ví dụ trên chỉ có phần thông tin cần biết là đại từ nghi vấn “sao”. Tin đã biết nằm ở ngôn cảnh với tư cách như các tiền giả định của câu hỏi. Chúng ta không thể hiểu được cặp thoại hỏi - trả lời ở đây là hỏi và trả lời về vấn đề gì khi không đặt nó vào một ngữ cảnh cụ thể: cuộc trò chuyện giữa hai nhân vật về việc cải giá hay không cải giá. Câu trả lời của nhân vật nữ đưa ra nguyên nhân khiến cô không thể cải giá. Đó chính là phần tin hoàn toàn mới đối với người đang chờ đợi câu trả lời.

- Câu hỏi hàm ẩn: là loại câu hỏi không xuất hiện trực tiếp trên bề mặt của phát ngôn mà được rút ra từ ngữ cảnh tình huống có chứa câu cần xác định tiêu điểm thông tin.

Đối với những câu hỏi loại này, ngữ cảnh đóng vai trò quan trọng trong việc xác định cấu trúc tin trong câu trả lời. Điều này có thể thấy rõ khi cùng một câu hỏi, cùng một câu trả lời nhưng nếu đặt câu hỏi- trả lời này ở hai hay nhiều ngữ

cảnh, tình huống giao tiếp khác nhau thì ý nghĩa hàm ẩn (tin mới) trong câu trả lời có sự khác nhau. Ví dụ:

SP1: Thế này mà bảo không phải thuốc cao?

SP2: Thôi, tôi chịu ông rồi mà!... Ở vùng này chỉ có một ông biết nghề thuốc!

(Tuyển tập truyện ngắn Vũ Trọng Phụng)

Trong cặp thoại trên, SP1 hỏi SP2 có đồng ý hay không đồng ý loại thuốc đó là thuốc cao. Câu hỏi này được đưa ra nhân dịp trong làng có cuộc vui do những người làm trò quỷ thuật biểu diễn. Cuộc vui này thực chất chỉ là một cái cớ để hai thầy lang chê bai, vạch trần những điểm dốt nát của nhau trong việc chữa bệnh cho dân làng. Do đó đáp lại câu hỏi, SP2 phản bác ý kiến của SP1 và nội dung này chính là tiêu điểm mà SP1 muốn đưa ra. Nhưng nếu đặt cặp thoại trên vào tình huống khác thì nội dung thông tin hỏi đáp của SP2 lại có sự thay đổi. Ví dụ như phát ngôn của SP2 được đặt trong hoàn cảnh là mối quan hệ của hai người là tốt đẹp và SP2 khâm phục tài năng thực sự của SP1 thì vẫn là lời nhận xét, vẫn là hành động xác tín nhưng nó ngầm ẩn hành động khẳng định. Và hành động khẳng định tài năng của SP1 là phần mang giá trị thông tin mà người hỏi chờ đợi từ phía người trả lời. Có thể biểu thị cấu trúc thông tin của phát ngôn như sau:

Tình huống giao tiếp 1:

	Thôi, tôi chịu ông rồi mà!	Ở vùng này chỉ có một ông biết nghề thuốc!
Cấu trúc tin	tiêu điểm (phản bác)	cơ sở (đã nằm trong nhận thức của người nghe)

Tình huống giao tiếp 2:

	Thôi, tôi chịu ông rồi mà!	Ở vùng này chỉ có một ông biết nghề thuốc!
Cấu trúc tin	tiêu điểm (khẳng định - đó là thuốc cao) và nêu lí do khẳng định	

Như vậy, có thể dựa vào cấu trúc tin của câu hỏi để xác định tin mới trong câu trả lời cũng như toàn bộ kết cấu của câu trả lời. Cấu trúc tin của câu hỏi và câu trả lời có quan hệ mật thiết với nhau bởi mỗi loại câu hỏi có một đặc trưng riêng và chính những đặc trưng đó lại quy định cấu trúc cho câu trả lời. Hỏi - trả lời không chỉ là tiền đề tồn tại của nhau, là hai mặt của một quá trình thống nhất về mặt chức năng là giải quyết mâu thuẫn giữa biết và chưa biết mà chúng còn thống nhất, biện chứng với nhau giữa tin đã biết, tin cần biết và tiêu điểm thông tin.

2.2. Tiền giả định

Trong lĩnh vực ngữ nghĩa và ngữ dụng, mọi người đã nói nhiều tới thuật ngữ “tiền giả định” (presupposition) và có nhiều cách hiểu, cách tiếp cận khác nhau xung quanh nó. Mỗi phát ngôn dù ngắn gọn hay dài đủ, trực tiếp hay gián tiếp cũng đều mang một ý nghĩa và đáp ứng nhu cầu thông tin nhất định. Để đảm bảo cho phát ngôn có giá trị trong hoàn cảnh sử dụng cụ thể đó, nó phải có trong nhận thức của cả người nói và người nghe, nói cách khác là thông tin đó được người nói và người nghe đã biết hoặc giả định biết.

Tác giả Đỗ Hữu Châu quan niệm: “Tiền giả định là những hiểu biết được xem là bất tất phải bàn cãi, bất tất phải đặt lại thành vấn đề, đã được các nhân vật giao tiếp mặc nhiên thừa nhận, dựa vào chúng mà người nói tạo nên ý nghĩa tường minh trong phát ngôn của mình”. [1, 366]. Như vậy, tiền giả định là thông tin không được diễn đạt một cách tường minh nhưng cả người nói và người nghe đều phải rút ra cách hiểu giống nhau, phải được chấp nhận trước là có giá trị chân thực để phát ngôn có thể giao tiếp bình thường. Ví dụ:

Chị Đào vẫn giữ lời thề ngày nọ đấy chứ?
(Nguyễn Khải)

Câu đã dẫn có tiền giả định là:

- Có một nhân vật tên là Đào.
- Nhân vật Đào trước kia đã từng có một lời thề nào đó.

Câu đã dẫn sẽ có giá trị và được sử dụng bình thường nếu cả người nói và người nghe đều chấp nhận hai tiền giả định trên. Nếu một trong những tiền giả định là sai thì phát ngôn sẽ trở thành có vấn đề. Vì thế để phản bác lại, người nghe có thể dùng cách phủ định lại tiền giả định như: *Tôi có thể gì đâu*. Nhưng trong tác phẩm này, nhân vật Đào đáp lại: *Thề gì nào?* không phải phản bác lại tiền giả định mà để trêu đùa và chữa thẹn.

Thằng Giỏi bước vào, hạ mũ. Sau nó, thằng Bốn. Rồi thằng Vận.

(Nguyễn Đình Thi)

Về mặt chức năng, tiền giả định không có giá trị thông báo, có nghĩa là nó không mang lại cho người nghe thông tin mới, hay thông tin được người nói cho là quan trọng, cần chú ý. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là tiền giả định không có vai trò gì trong cấu trúc thông tin của phát ngôn. Với tư cách là phần thông tin chung, phần thông tin cơ sở được cả người nói và người nghe xem như đã biết hay nói cách khác đó là những thông tin cũ không có giá trị. Dựa vào tiền giả định, ta có thể xác lập tiêu điểm thông tin của câu. Người nói hoặc người viết sẽ chỉ tập trung sự chú ý của mình vào thông tin mới, thông tin tạo nên hiệu quả của một cuộc giao tiếp.

2.3. Khả năng lược bỏ

Khả năng lược bỏ được phần thông tin cơ sở hay không cũng là căn cứ để xác định

tiêu điểm. Trong cấu trúc thông tin của câu, tiêu điểm với tư cách là trọng tâm thông báo của câu, là bộ phận duy nhất không thể bị lược bỏ. Những thành phần nào trong câu đã bị lược bỏ thì phần còn lại giữ vai trò làm tiêu điểm thông tin. Ví dụ:

Trăng lên. Cong vút và kiêu bạc ở góc trời.
(Nguyễn Thị Thu Huệ)

Bà ấy mệt quá. Không lê được một bước! Không kêu được một tiếng! Cơ chừng tiếc của. Cơ chừng hết sức. Cơ chừng hết hơi!

(Nguyễn Công Hoan)

Bà ấy thì lạch bạch như con vịt, kêu không ra tiếng, mỗi lúc một xa nó, xa nó đến sáu bảy mươi thước.

- Khổ thân tôi, trời đất ơi!

Đến ngã tư.

May quá. Một ông chẳng hiểu đầu đuôi ra sao, nghe tiếng kêu, đâm bỏ ở trong nhà ra, túm ngay được nó.

(Nguyễn Công Hoan)

Bên cạnh việc dựa vào ngữ cảnh, tiền giả định và khả năng lược bỏ, hiện tượng tiêu điểm hoá cấu trúc chủ - vị của câu tiếng Việt còn được xác định bằng các phương tiện biểu hiện như trọng âm, hư từ, trật tự từ, phương thức tỉnh lược. Các phương thức này chúng tôi xin được bàn đến vào một bài viết khác.

III. KẾT LUẬN

Tóm lại, để nhận diện tiêu điểm thông tin chúng ta dựa vào ngữ cảnh, tiền giả định và khả năng lược bỏ phần cơ sở trong phát ngôn. Chính nhờ những cơ sở đó giúp chúng ta có thể phân biệt được các tiêu

điểm thông tin khác nhau (tiêu điểm hỏi, tiêu điểm khẳng định, tiêu điểm tương phản) cả về chức năng, ngữ cảnh sử dụng và phương tiện biểu hiện. Thiết nghĩ, việc tiếp tục đi sâu nghiên cứu thêm về các vấn đề liên quan đến hiện tượng tiêu điểm là cần thiết bởi vì nó không chỉ cho ta hiểu sâu hơn về khái niệm tiêu điểm mà còn giúp ta thấy được tính đa dạng về cấu trúc thông tin của câu tiếng Việt trong hoạt động hành chức của nó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Hữu Châu (2009), *Đại cương Ngôn ngữ học, tập 2, Ngữ dụng học*, Nxb Giáo dục.
2. Nguyễn Hồng Côn (2001), "Bàn thêm về cấu trúc thông báo của câu tiếng Việt", *Ngôn ngữ*, số 5.
3. Nguyễn Hồng Côn (2009), *Cấu trúc thông tin của câu tiếng Việt*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp ĐHQG năm 2005, Hà Nội.
4. Nguyễn Thị Thu Dung (2009), *Cấu trúc tin và cấu trúc cú pháp trong câu đơn tiếng Việt qua một số truyện ngắn Nguyễn Công Hoan*, Luận án thạc sĩ Ngữ văn, Đại học Quốc gia, Hà Nội.
5. Lê Đông (1991), "Ngữ nghĩa - ngữ dụng của hư từ tiếng Việt: ý nghĩa đánh giá của các hư từ", *Ngôn ngữ* (2), tr. 15 - 23.
6. Nguyễn Thiện Giáp (2004), *Dụng học Việt ngữ*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. Cao Xuân Hạo (2006), *Tiếng Việt: Sơ thảo ngữ pháp chức năng*, KHXH, Tp.HCM.
8. Hoàng Phê (chủ biên) (2008), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.
9. Nguyễn Như Ý chủ biên, (2003), *Từ điển giải thích thuật ngữ ngôn ngữ học*, Nxb Giáo dục.