

## NGÔN NGỮ HỌC VÀ VIỆT NGỮ HỌC

# CÁC YẾU TỐ NGÔN NGỮ ĐÁNH DẤU HÌNH THỨC CỦA HÀNH ĐỘNG HỎI VÀ HỎI ĐÁP HỎI TỪ GÓC ĐỘ QUYỀN LỰC

(Trường hợp chương trình truyền hình *Thương vụ bạc tỉ*)

BUI ĐOAN TRANG\*

**TÓM TẮT:** Hành động hỏi được xem là một trong những hành động ngôn ngữ dễ nhận diện và có khả năng biểu đạt nhiều phương diện thông tin ngữ nghĩa, góp phần quan trọng trong việc phát triển chiến lược giao tiếp. Cùng với hành vi hỏi, hỏi đáp hỏi đã tạo nên những cặp thoại trong cấu trúc cơ bản của hội thoại: Hỏi - đáp/ hỏi - trả lời. Dưới góc nhìn của ngôn ngữ học xã hội, nhân tố địa vị tác động đến giao tiếp của người Việt chủ yếu ở hai mặt là ngôn ngữ nói về mức độ quyền lực trong xã hội và phong cách ngôn ngữ của người có quyền lực. Trong đó các yếu tố ngôn ngữ được các nhân vật giao tiếp ở các dạng vai: trên, dưới, bằng vai sử dụng đã phần nào làm rõ nét hơn phong cách ngôn ngữ của nhân tố quyền lực trong quá trình sử dụng. Bằng việc nghiên cứu 20 tập chương trình truyền hình *Thương vụ bạc tỉ* mùa 2 và mùa 3, thu được 954 cặp hỏi - đáp của các Shark (nhà đầu tư) và các Start up (người kêu gọi đầu tư), chúng tôi sẽ phần nào đó làm sáng tỏ nhận định trên.

**TỪ KHÓA:** hành động hỏi; hỏi đáp hỏi; quyền lực; vai giao tiếp; thương vụ bạc tỉ.

**NHẬN BÀI:** 11/11/2020.

**BIÊN TẬP-CHỈNH SỬA-DUYỆT ĐĂNG:** 7/1/2021

## 1. Dẫn nhập

Hành động hỏi là hành động “nói ra điều mình muốn người ta cho mình biết với yêu cầu được trả lời” [5]. Tuy nhiên, “nói ra điều mình muốn” và hỏi đáp như thế nào, trong thực tế giao tiếp bị chi phối bởi nhiều nhân tố khác nhau. Ba nhân tố có tác động mạnh nhất đến giao tiếp của người Việt nói chung, cách lựa chọn hành động hỏi và hỏi đáp hỏi nói riêng, theo Nguyễn Văn Khang, là các nhân tố: tuổi, địa vị (quyền lực), giới [1]. Cùng với nhân tố *tuổi* và *giới*, nhân tố *địa vị/ quyền lực* đóng vai trò không nhỏ tác động đến hành động hỏi và hỏi đáp hỏi của người Việt. Bài viết này nhằm mục đích tìm hiểu các yếu tố ngôn ngữ đánh dấu hình thức hỏi và hỏi đáp hỏi từ góc độ quyền lực cũng như sự chi phối của nhân tố quyền lực đến hành động hỏi và hỏi đáp hỏi.

Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi chỉ tìm hiểu các yếu tố ngôn ngữ đánh dấu hành động hỏi và hỏi đáp hỏi trong chương trình “*Thương vụ bạc tỉ*”. Đây là chương trình dành cho các người chơi là doanh nhân khởi nghiệp thực hiện các bài thuyết trình về những sản phẩm độc đáo của họ trước một hội đồng các nhà đầu tư, tường thuật lại quá trình thương thuyết đề thuyết phục các nhà đầu tư quyết định đầu tư vào dự án kinh doanh của mình: Các nhà đầu tư (Shark) liên tục đưa ra những câu hỏi để hỏi các doanh nghiệp (Startup); còn các Startup sẽ hỏi đáp các Shark để thuyết phục các Shark đầu tư cho mình.

Khảo sát 20 tập *Thương vụ bạc tỉ* mùa 2 và mùa 3, chúng tôi thu được 954 phát ngôn hỏi (kèm theo hỏi đáp hỏi) của các Shark và các Startup. Qua các phát ngôn hỏi và hỏi đáp hỏi có thể thấy được sự chi phối của yếu tố quyền lực đến các hành vi giao tiếp này.

## 2. Kết quả nghiên cứu

### 2.1. Các yếu tố ngôn ngữ đánh dấu hình thức hỏi

Trong số 954 phát ngôn hỏi của các Shark, chúng tôi thấy, chiếm tỉ lệ lớn là các câu hỏi chứa các từ nghi vấn, các tiểu từ tình thái được dùng như từ nghi vấn. Cụ thể như sau:

**Bảng 1.** Tần số xuất hiện của một số từ để hỏi trong chương trình *Thương vụ bạc tỉ*

Từ nghi vấn	Tần số xuất hiện	Từ nghi vấn	Tần số xuất hiện
<i>sao, tại sao</i>	116	<i>nào, thế nào,</i>	214

\* Trường Đại học Công đoàn; Email: trangbd@dhcd.edu.vn

			<i>như thế nào</i>	
<i>máy</i>	48	<i>hay</i>		105
<i>đâu</i>	65	<i>bao nhiêu</i>		159
<i>không</i>	45	<i>chưa</i>		16
<i>à</i>	5	<i>hà</i>		14
<i>ai</i>	54	<i>gì</i>		113

Như vậy, câu hỏi chứa các từ nghi vấn “nào”, “như thế nào”, “thế nào” được các Shark sử dụng nhiều nhất, bởi mục đích các Shark khi hỏi là để hiểu được cách thức làm việc, vận hành của các công ty, từ đó quyết định đầu tư hay không. Ví dụ:

(1) *Đối tượng khách hàng tỉ lệ nam, nữ như thế nào?*

(2) *Như vậy là 1 điểm trung bình thu khoảng 150-200 triệu 1 tháng, thế chi phí như thế nào?*

Trong ví dụ trên, các Shark muốn biết thêm về các đối tượng khách hàng và biết thêm về chi phí công ty nên đã sử dụng các câu hỏi chứa các đại từ nghi vấn “như thế nào”.

Về việc sử dụng các tiểu từ tình thái nhằm tăng cường sắc thái cho phát ngôn, chúng tôi chú ý đến tần số xuất hiện của tiểu từ *a* trong các câu hỏi. *A* là một tiểu từ đi kèm nhằm tăng cường tính lịch sự cho phát ngôn và thường được sử dụng khi người nói có vị thế giao tiếp thấp hơn so với người nghe. Các Shark là người ở vị thế cao (khi đang được thuyết phục) nhưng đôi khi lại ở vị trí thấp (khi đang được lựa chọn). Dù vậy, theo tư liệu khảo sát của chúng tôi, các Shark thường không sử dụng tiểu từ tình thái *a*. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, Startup là người lớn tuổi hơn hoặc có vị thế quan trọng ngoài xã hội thì Shark lại sử dụng từ *a*. Như vậy, trong những tình huống giao tiếp này, nhân tố tuổi nổi lên thay thế cho nhân tố quyền lực. Ví dụ, khi hỏi ông Phan Đình Phương (sinh năm 1950, là tác giả của 10 bằng sáng chế), các Shark đã hỏi như sau:

(3) *Bác sinh năm bao nhiêu a?*

(4) *Dự án của bác là gì a?*

(5) *Hôm nay anh đến đây với mong muốn kêu gọi 6 tỉ lấy 50% công ty động cơ lực hấp dẫn đấy, phải không a? (tập 12)*

Qua khảo sát, chúng tôi nhận thấy các câu hỏi của Shark thường ngắn gọn, thường đi vào nội dung chính của câu hỏi, ít thành phần rào đón, hô gọi, xin lỗi, xin phép, thăm dò, v.v. Thậm chí trong nhiều phát ngôn hỏi của họ không có từ xưng hô.

Ví dụ (6):

- Shark: *Trong 50 điểm đấy thì bao nhiêu điểm là em đang sở hữu trực tiếp?*

- Startup: *6 điểm.*

- Shark: *6 điểm và đồng nghĩa với việc 44 điểm còn lại là em hợp tác theo hình thức chia sẻ trên cơ sở thương hiệu của em đúng không?*

- Startup: *Dạ không a, chia sẻ dạ đúng rồi. Thương hiệu bọn em có toàn bộ hệ thống giáo trình và kinh doanh. Họ có địa điểm thì bọn em chia sẻ tỉ lệ 70-30 hoặc 60-40 tùy.*

- Shark: *Ai lấy 70 ai lấy 30?*

- Startup: *Bọn em lấy 70.*

- Shark: *Bạn căn cứ vào đâu mà giá trị công ty của bạn tới 50 tỉ?*

- Startup: *Định giá doanh nghiệp bọn em đang được định giá là 50 tỉ, chính vì thế nên em mới kêu gọi.*

- Shark: *Em được định giá là thì ai định giá cho em?*

- Startup: *Giám đốc tài chính của em cộng với cả công ty kiểm toán a.*

- Shark: *Đấy là em tự định giá là, chứ ai được định giá là đâu?*

- Startup: *Cộng với cả công ty kiểm toán a.*

- Shark: *Nhưng công ty kiểm toán nào anh hỏi công ty kiểm toán nào định giá?*

- Startup: *Công ty kiểm toán nào a?*

- *Ủ công ty kiểm toán nào mà định giá ra kết quả định giá đấy.*

- Startup: Em cũng chia sẻ thêm cho các anh, ở đây cũng có 1 thông tin về mô hình dành cho trẻ con và thương hiệu thời trang dành cho người tập.
- Shark: Thế thì em kêu gọi vốn cho cả Lamita hay cho cả chuỗi.
- Startup: Dạ cả chuỗi luôn.
- Shark: Em có bao nhiêu shop?
- Startup: Có 1 cái shop thôi nhưng em bán online là nhiều.
- Shark: Doanh số 1 tháng là bao nhiêu?
- Startup: Shop của em là bán lẻ là 400 triệu bán buôn là 200 triệu nữa.
- Shark: Vốn đăng kí của bạn là bao nhiêu?
- Startup: Của em là 6,8 tỉ.
- Shark: Góp đủ chỉ 6,8 tỉ thôi à. Kể từng món mỗi món bao nhiêu tiền xem?
- Startup: Em thật sự rất là xin lỗi tất cả các chỉ số này là giám đốc tài chính của em nắm kĩ hơn.
- Shark: Bạn thử mô tả những vị trí phòng tập này.
- Startup: Phong tập của em chủ yếu là ở Hà Nội.
- Shark: Cụ thể ví dụ nào?
- Startup: 18 Lê Trực, 1 cái biệt thự Pháp thì ở dưới em bán cà phê.

Các câu hỏi của các Shark trong ví dụ (6) cho thấy: câu hỏi của các Shark là các câu hỏi trực tiếp, không bao gồm các thành phần rào đón, hay các thông tin thừa khác (Trong 50 điểm đây thì bao nhiêu điểm là em đang sở hữu trực tiếp?; 6 điểm và đồng nghĩa với việc 44 điểm còn lại là em hợp tác theo hình thức chia sẻ trên cơ sở thương hiệu của em đúng không?). Thậm chí đó còn là các câu hỏi ngắn gọn, đi thẳng vào nội dung hỏi (Ai lấy 70 ai lấy 30?; Doanh số 1 tháng là bao nhiêu? Cụ thể ví dụ nào?).

Nội dung hỏi chủ yếu hướng vào mục đích tìm hiểu thu nhập, doanh thu, lợi nhuận, cách thức hoạt động. Vì thế các phát ngôn hỏi trực tiếp của Shark thường có từ *bao nhiêu, gì, đâu (lãi bao nhiêu, vốn đầu tư bao nhiêu, hoạt động như thế nào...)*. Các phát ngôn hỏi của các Shark thường ngắn, không có chủ ngữ, ít các thành phần tăng cường biểu thị lịch sự, giọng điệu ít biểu cảm,.. bộc lộ vai của người có quyền.

Ví dụ (7):

- Shark: Đầu tư 1 phòng tập này là bao nhiêu tiền?
- Startup: Nó rơi vào khoảng 100-200 triệu. Mô hình của em có thể nhân rất là nhanh.
- Shark: 2018 doanh số được bao nhiêu?
- Startup: 2018 thì là bọn em là 14 tỉ ạ.
- Shark: 2019 dự kiến là bao nhiêu?
- Startup: Dạ là 32 tỉ ạ.
- Shark: Lợi nhuận được bao nhiêu?
- Startup: Năm 2019 tụi em tái đầu tư nên bọn em chỉ còn hơn 2 tỉ ạ.
- Shark: Đối tượng khách hàng tỉ lệ nam, nữ như thế nào?
- Startup: 98% là nữ ạ.
- Shark: 1 Khóa học đóng bao nhiêu tiền?
- Startup: 1 khóa học của 1 học viên của bọn em đang tiêu dùng là 500 nghìn 1 tháng.
- Shark: Lấy đâu ra vũ sư để bạn đáp ứng được tới 200?
- Startup: Dạ bọn em đào tạo ạ.
- Shark: Bạn đào tạo bao lâu có 200 vũ sư?
- Startup: Em đã có 7 năm rồi ạ.
- Shark: Như vậy là 1 điểm trung bình thu khoảng 150-200 triệu 1 tháng, thế chi phí như thế nào. Mặt bằng bao nhiêu % rồi giá vốn?
- Startup: Dạ khoảng 43 triệu cho chi phí vận hành.
- Shark: Gồm những gì?

- *Startup*: Lương huấn luyện viên là 34 triệu cộng với cả tiền phân bổ về chi phí thuê phòng tập thường là 1 điểm đây em thuê khoảng từ 10-15 triệu.

Trong ví dụ (7), các Shark liên tục đưa ra những câu hỏi ngắn gọn, không cần chủ ngữ, không có các thành phần làm tăng tính lịch sự, là những câu hỏi ngắn gọn, đầy đủ nội dung (*Đầu tư 1 phòng tập này là bao nhiêu tiền?; 2018 doanh số được bao nhiêu?; 2019 dự kiến là bao nhiêu?; Lợi nhuận được bao nhiêu? ; Đối tượng khách hàng tỉ lệ nam, nữ như thế nào?; Lấy đâu ra vũ sư để bạn đáp ứng được tới 200?; Mặt bằng bao nhiêu % rồi giá vốn?; Gồm những gì?*).

## 2.2. Các yếu tố ngôn ngữ đánh dấu hình thức trả lời

Những phát ngôn trả lời của Startup đầu tư thường tuân thủ đúng nguyên tắc: hỏi cái gì trả lời cái ấy. Khi Shark đưa ra câu hỏi, Startup thường đáp ứng thông tin một cách rất nhanh chóng, tích cực với thái độ hợp tác để tạo thái độ tích cực. Mặt khác Startup cũng e sợ sự chậm trễ có thể làm mất niềm tin của các Shark.

Về mặt hình thức, tâm lí e ngại trên đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến cho các câu trả lời của Startup đầu tư thường khá ngắn gọn, dứt khoát.

Ví dụ (8):

- *Shark*: Góp đủ vốn 2 tỉ chưa.

- *Startup*: Dạ chưa.

- *Shark*: Chị nghĩ nếu mà mình theo cái mô hình này ấy nó giống như cái nhà hàng rồi, cái sản phẩm mà mình bán ra là đồ ăn đã nấu rồi nó phải ngon thì cái đó thì chị nghĩ mình cần nên phải cải thiện tới mô hình của em thì mới làm thử cái nhà bếp áo.

- *Startup*: Dạ có rồi ạ.

- *Shark*: Tiền mặt bây giờ có bao nhiêu.

- *Startup*: Dạ tiền mặt không.

- *Shark*: Là bao nhiêu.

- *Startup*: Từ 5-10%.

Các câu trả lời trong ví dụ (8) đều ngắn gọn nhưng đủ ý (*Dạ chưa; Dạ có rồi ạ; Dạ tiền mặt không; Từ 5-10%*).

Tuy nhiên, ngắn gọn không có nghĩa là các phát ngôn trả lời của Startup kém đi tính lịch sự. Chúng tôi nhận thấy các phát ngôn trả lời của Startup hầu hết đều có các thành phần tăng cường tính lịch sự, làm cho phát ngôn trở nên mềm mỏng, nhã nhặn, khiêm nhường hơn, như: sử dụng từ *dạ* ở đầu câu và từ *ạ* đứng cuối câu trả lời; sử dụng từ cặp từ xưng hô tương ứng chính xác *em - anh/ chị*.

Ví dụ (9):

- *Shark*: Chính vì thế mà anh nghĩ là anh sẽ không đầu tư.

- *Startup*: - Dạ

- *Startup*: - Dạ em cảm ơn.

- *Startup*: - Dạ xin phép cho em hội ý chút ạ.

- *Shark*: Xong thì uống trà à em?

- *Startup*: Dạ vâng ạ.

- *Shark*: Uống trà xong anh nhắm 1 chút sâm.

- *Shark*: Tường có vị thuốc.

- *Startup*: Dạ vâng.

- *Shark*: Cái này thay được hào không?

- *Startup*: Dạ có ạ.

- *Shark*: Có nhiều kềm đúng không?

- *Startup*: Dạ vâng ạ.

(Mùa 2, tập 10)

Trong ví dụ (10), mặc dù bị từ chối, nhưng các Startup vẫn rất lịch sự, vẫn hồi đáp (*- Dạ, Dạ em cảm ơn; Dạ xin phép cho em hội ý chút ạ.*). Dù trả lời ngắn gọn nhưng hồi đáp của các Startup vẫn rất

lịch sự bởi có các tiểu từ tình thái *dạ* ở đầu phát ngôn, *ạ* ở cuối phát ngôn. (*Dạ vâng ạ. Dạ vâng. Dạ có ạ. Dạ vâng ạ.*); cách xưng hô *em-anh* (cho *em hội ý chút ạ*).

Hành động hỏi giữa Shark với các Startup hầu như là hành động trực tiếp và ovrb hỏi đáp hỏi (trả lời) cũng vậy. Bởi vì mục đích hỏi và trả lời là để hiểu thêm về công ty, về sản phẩm, từ đó có quyết định đúng đắn cho cả hai bên.

Ví dụ (10):

- Shark: Công ty có nợ gì không?
- Startup: Dạ không có nợ.
- Shark: Tiền mặt bây giờ có bao nhiêu?
- Startup: Dạ tiền mặt không.

Hoặc:

- Shark: Một cái nhà hàng như ở Hàng Bè là em đầu tư hết bao tiền?
- Startup: Hết khoảng tầm 700-800 triệu ạ.
- Shark: Bao nhiêu m vuông?
- Startup: 1 sàn của em là 108 m vuông ạ.
- Shark: Bao nhiêu chỗ ngồi?
- Startup: Dạ 40-50 chỗ ngồi ạ.
- Shark: Trên ở Yên Bái hiện nay bao nhiêu chỗ ngồi?
- Startup: Yên Bái của em hơn 100 chỗ ngồi ạ.
- Shark: Bao nhiêu khách 1 tháng?
- Startup: Hơn 100 khách thôi ạ.

Hỏi đáp các Shark là các câu trả lời đủ nội dung, ngắn gọn, trực tiếp nhưng rất lịch sự bởi luôn có tiểu từ tình thái *ạ* ở cuối phát ngôn. Các hỏi đáp trực tiếp trong ví dụ (10) giúp các Shark hiểu nhanh về sản phẩm từ đó đưa ra quyết định đúng đắn: (*Dạ không có nợ. Dạ tiền mặt không. Hết khoảng tầm 700-800 triệu ạ. 1 sàn của em là 108 m vuông ạ. Dạ 40-50 chỗ ngồi ạ. Yên Bái của em hơn 100 chỗ ngồi ạ. Hơn 100 khách thôi ạ.*).

### 2.3. Nhận xét

Qua khảo sát sự tác động của nhân tố quyền lực đối với hành động hỏi và hỏi đáp hỏi trong giao tiếp tiếng Việt trong phạm vi chương trình *Thương vụ bạc tỉ*, có thể rút ra một vài nhận xét như sau:

- Trong câu hỏi của các Shark thường không sử dụng các tiểu từ tình thái ở cuối câu, nội dung các câu hỏi ngắn gọn. Tuy nhiên, dù ngắn gọn và không có các từ chỉ yếu tố lịch sự đi kèm nhưng trong phát ngôn hỏi vẫn thể hiện sự tôn trọng người giao tiếp vì sử dụng yếu tố ngữ điệu đi kèm.

- Đa số các phát ngôn hỏi của các Shark đều không sử dụng từ xưng hô tự xưng. Chỉ có số ít trường hợp các Shark mới dùng từ xưng gọi trong câu hỏi nhằm mục đích nhấn mạnh, phản đối, không đồng tình. Điều này cho thấy, các Shark tự cho mình là người ở vị trí cao trong giao tiếp. Các phát ngôn hỏi của các Shark đều không sử dụng từ xưng hô tự xưng.

- Phát ngôn trả lời của các Startup ngược lại luôn đầy đủ nội dung và các thành phần biểu thị tính lịch sự khác như từ ngữ xưng hô, tiểu từ tình thái đầu và cuối câu. Điều này cũng cho thấy các Startup luôn ý thức mình ở vị thế thấp hơn. Thậm chí, khi được lựa chọn giữa nhiều Shark, các Startup cũng rất lịch sự khi hỏi và trả lời.

- Các câu trả lời của các Startup đều giống nhau, đầy đủ, lịch sự. Dù Startup bao nhiêu tuổi, giới tính nào thì khi trả lời các Shark, các Startup đều tỏ ra lịch sự vì địa vị các Startup tự cho mình ở vị thế thấp. Tuy nhiên, đối với câu hỏi của các Shark thì có sự thay đổi. Hầu hết các Startup đều là các doanh nhân trẻ khởi nghiệp nên độ tuổi thường ít hơn các Shark hoặc hơn các Shark không nhiều. Vì vậy, các câu hỏi thường ngắn gọn, ít có rào đón, ít các tiểu từ tình thái. Đối với những Startup tuổi còn quá nhỏ hoặc tuổi quá cao so với các Shark, thì câu hỏi của các Shark cũng có sự thay đổi, thường có thêm các tiểu từ tình thái. Đối với các Startup có độ tuổi gần với các Shark, câu hỏi ngắn gọn, không có các từ xưng gọi, không có lời rào đón, không có các tiểu từ tình thái.



Qua khảo sát trường hợp chương trình *Thương vụ bạc tỉ* góp phần bổ sung cho nhận định rằng, mục đích giao tiếp quyết định việc lựa chọn các chiến lược giao tiếp. Nhân tố quyền lực rõ ràng là có tác động đến giao tiếp, nhưng mức độ tác động của nó đến đâu và như thế nào lại phụ thuộc quan niệm về quyền lực gắn với mục đích giao tiếp. Qua khảo sát cũng cho thấy, dù quyền lực có vai trò quan trọng nhưng vẫn bị yếu tố tuổi chi phối. Yếu tố tuổi có khả năng chi phối yếu tố quyền lực trong một phạm vi nào đó. Điều này cũng cho thấy, tuổi có vai trò đặc biệt trong việc lựa chọn các phương thức giao tiếp ở Việt Nam.

### 3. Kết luận

Qua khảo sát trường hợp câu hỏi của cá Shark và câu trả lời của các Startup trong chương trình *Thương vụ bạc tỉ* cho thấy vai trò của quyền lực trong giao tiếp, đặc biệt là trong đặt câu hỏi. Những người có quyền lực cao thường có xu hướng đưa ra những câu hỏi ngắn gọn, không sử dụng từ xưng hô tự xưng, không bao gồm các lời rào đón, các tiểu từ tình thái. Ngược lại phát ngôn trả lời của những người có vị trí thấp hơn ngược lại luôn đầy đủ nội dung và các thành phần biểu thị tính lịch sự khác như từ ngữ xưng hô, tiểu từ tình thái đầu và cuối câu. Như vậy, quyền lực chi phối cách đặt câu hỏi, cách trả lời và việc lựa chọn các phương thức giao tiếp khi tham gia giao tiếp của các nhân vật giao tiếp.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

1. Nguyễn Văn Khang (2016), *Giao tiếp của người Việt hiện nay với sự phân tầng xã hội: Một số vấn đề chung và khảo sát thăm dò*. Trong "Nghiên cứu và giảng dạy ngôn ngữ học Những vấn đề lí luận và thực tiễn", Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, tr.30-43. Hội thảo quốc tế, 2016.
2. Nguyễn Văn Khang (2012), *Ngôn ngữ học xã hội*. Nxb Giáo dục Việt Nam.
3. Nguyễn Thị Thanh Bình (2000), *Quan hệ "quyền" và hành động ngôn từ cầu khiến ở gia đình nông dân Việt*. Trong "Ngôn từ, giới và nhóm xã hội từ thực tiễn tiếng Việt" (Lương Văn Hy chủ biên). Nxb Khoa học Xã hội.
4. Nguyễn Thị Lương (2006), *Câu tiếng Việt*, Nxb Đại học Sư phạm Hà Nội.
5. Hoàng Thị Yên (2018), *Hành động hỏi tiếng Hàn*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Nguyễn Đăng Sừ (2003), *Đặc điểm của câu hỏi tiếng Anh đối chiếu với tiếng Việt*. Nxb Khoa học Xã hội.
7. Hoàng Phê (chủ biên; 2003), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.

### NGŨ LIỆU KHẢO SÁT

1. Các tập 1, 2, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 12 mùa 2 chương trình *Thương vụ bạc tỉ*.
2. Các tập 1, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15 mùa 3 chương trình *Thương vụ bạc tỉ*.

### Linguistic factors marking the act of asking and responding from a perspective of power (In Shark Tank Vietnam - a business reality TV show)

**Abstract:** Asking is considered as one of easily identifiable speech acts that is capable of expressing various aspects of semantic information, which plays a crucial role in communication strategy development. Along with asking, the act of responding has formed adjacency pairs in the fundamental structure of the conversation "ask-response/answer". Under a sociolinguistics viewpoint, the factor of social class mainly affects Vietnamese communication in two aspects, which are language about the level of power in society and linguistic style of powerful people. Among linguistic factors used by characters in different roles, namely upper social role, lower social role and equal one, linguistic styles of powerful factors are partly unveiled. By investigating 20 episodes of the business reality TV show "Shark Tank Vietnam" in season 2 and 3, 954 ask-answer exchanges from Shark (investors) and Start up (fund raisers) are collected for researchers to demonstrate the previous statement.

**Key words:** Speech act of asking; responding to questions; powerful; linguistic factors; power.