

THỂ MẠNH CỦA GIỌNG NÓI TRONG DIỄN THUYẾT: KHẢO SÁT TRƯỜNG HỢP THE POWER OF PITCH AND PAUSES IN SPEECHES: A CASE STUDY

NGUYỄN THỊ HÀNG NGA

(ThS; Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội)

NGUYỄN THỊ HỢP

(ThS; Đại học Ngoại ngữ, ĐHQG Hà Nội)

Abstract: We analyzed and identified the power of Hillary's voice. She led the audience with pitch which is memorable, exciting and attractive. She used pauses so skilfully that the audience hardly missed any key messages. Our research, to a certain extent, is applicable to anyone in vocal communication.

Key words: pitch, pause; lower-pitched voice; intonation; vocal communication.

1. Mở đầu

Đã có ý kiến cho rằng, nếu coi ngôn ngữ như bản nhạc thì lời nói như sự diễn tấu của nhạc công. Lời nói cũng là tổng hòa trí lực và thể lực được thể hiện khi người ta muốn đạt một thông điệp. Do mang tính cá nhân, nên lời nói chịu tác động của giọng nói. Giọng nói là một phương tiện có tác dụng nhấn mạnh và tăng cường mỗi thông điệp mà người nói đưa ra. Theo Albert Mehrabian, giọng nói tạo ra 38% ảnh hưởng với người nghe. Hơn thế, chất giọng (trầm, âm, vang, thánh thót,...) là bẩm sinh nhưng chúng ta hoàn toàn có thể cải thiện giọng nói để thành công trong các hoạt động nói trước công chúng.

Do vậy, nghiên cứu và thực hành là cần thiết để làm chủ các yếu tố quan trọng của giọng nói như *âm lượng, tốc độ, âm vực và ngắt giọng*. Trong bài này, chúng tôi tiến hành nghiên cứu trường hợp: Diễn thuyết NO WAY. NO HOW. NO MC. CAIN của nghị sĩ đảng Dân chủ Hillary Clinton từ góc độ giọng nói, cụ thể là 2 yếu tố *âm vực (pitch)* và *ngắt giọng (pauses)*.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Âm vực (pitch)

Âm vực là độ cao thấp tương đối của giọng nói do người nghe cảm nhận. Theo Daniel E. Re, Jillian J. M. O'Connor, Patrick J. Bennett, David R. Feinberg (2012), đa số phụ nữ thích đàn ông giọng trầm, trái lại đa số đàn ông thích

phụ nữ giọng cao. Giọng cao khiến người ta liên hệ đến sự nhỏ nhắn và dễ bảo (Xu, 2013).

Hillary Clinton với giọng trầm nam tính có vẻ sẽ không hợp gu của các cử tri nam. Tuy nhiên trong bối cảnh chính trị và ở cương vị lãnh đạo, chất giọng trầm của bà là một lợi thế vô cùng lớn.

Thứ nhất, giọng trầm của Hillary Clinton tạo hứng thú cho người nói và là chiến lược chiếm cảm tình của người nghe: Trong suốt cuộc nói chuyện gần 30 phút trước hàng ngàn cử tri, Hillary Clinton tỏ ra rất sôi nổi, phong độ và bản lĩnh. Điều này có được là nhờ sự chuẩn bị diễn thuyết kỹ lưỡng về mọi mặt, nhờ nội lực bà tự tạo ra bằng chính giọng nói của mình và nhờ sự hưởng ứng mạnh mẽ từ lực lượng khán giả đồng đạo.

Thứ hai, giọng trầm của Hillary Clinton dễ nhớ hơn: Giọng nói âm vực thấp của nghị sĩ đảng Dân chủ Hillary Clinton, kết hợp với chiến lược ngắt giọng thực sự đã khiến người nghe dễ nhớ và bị lôi cuốn vào câu chuyện của bà.

Thứ ba, Hillary Clinton chuyển ngữ điệu để truyền thông điệp: Trong diễn thuyết, việc thay đổi cao độ giọng luôn gắn liền với ý định tạo sự hứng thú, ấn tượng và tác động vào cảm xúc của người nghe. Suốt bài nói dài như vậy, Hillary thay đổi ngữ điệu nhuần nhuyễn và tự nhiên đến nỗi không chỉ khán giả mà chính bà

cũng bộc lộ những cảm xúc tương ứng với lời nói.

Đáng chú ý là khi bà đề cập đến đối thủ John McCain.

Hillary rất công bằng khi tỏ thái độ trân trọng và công nhận với những gì đáng trân trọng của vị nghị sỹ đảng Cộng hòa "John McCain là đồng nghiệp của tôi, cũng là bạn tôi. Ông ấy đã phụng sự đất nước này bằng danh dự và lòng can đảm". Ngữ điệu tương ứng trong phần này là ngữ điệu xuống, rất trang trọng và phù hợp.

Now, \ John McCain is my \ colleague and my \ friend.

He has served our \ country with \ honor and courage \

Tiếp đến, bà áp dụng mô hình ngữ điệu cao/thấp lặp đi lặp lại như một sự phản xét nghiêm khắc với John McCain. Bà gắn liền cảnh đen tối của nước Mỹ với các chính sách của vị này: Thêm những vấn nạn như tri trệ kinh tế, giá xăng, nợ nần chiến tranh, lợi ích nhóm và bớt những thứ người dân Mỹ đang mong cầu như y tế, năng lượng mới, công ăn việc làm, ngoại giao quốc tế, lợi ích nhân dân.

Như đã biết, ngữ điệu và cảm xúc luôn có mối quan hệ logic. Ngữ điệu lên thể hiện sự phấn khích cao độ như giận dữ, vui sướng, sợ hãi. Ngữ điệu xuống thể hiện sự trầm lắng, buồn bã, dịu dàng. (Tanja Ba'nziger *, Klaus R. Scherer, 2005). Mỗi lần thêm/more được tuyên bố với giọng rất cao và bớt/less được nhắc đến với giọng rất thấp lại là mỗi lần cử tri thêm gay gắt (ứng với âm thanh tăng cao) và thất vọng, chán nản (ứng với âm thanh giảm thấp)(Juslin and Laukka, 2003) với các chính sách của John McCain. Giai điệu này được lặp 6 lần nhắc các cử tri về 12 vấn nạn tương lai của nước Mỹ. Như thế là quá bất lợi với ứng viên John McCain.

\MORE economic stagnation ... and \ less affordable health care.

\MORE high gas prices ... and \less alternative energy.

\MORE jobs getting shipped overseas ... and \ fewer jobs created here.

\MORE skyrocketing debt ... home foreclosures ... and mounting bills that are crushing our middle class families.

\MORE war ... \less diplomacy.

\MORE of a government where the privileged come first ... and everyone else comes last.

Sự không đồng tình của Hillary thể hiện sâu sắc khi bà nhắc đến McCain và chính sách của ông với chút mỉa mai thể hiện chủ yếu qua ngữ điệu xuống- lên (dipping intonation). Ngữ điệu lên- xuống (peaking intonation) chỉ được sử dụng một lần thể hiện sự lo lắng buồn bã khi nhắc đến khủng hoảng. Kết hợp với các biểu hiện phi ngôn ngữ, phi âm thanh như mắt mở to kinh ngạc, lắc đầu không đồng tình,...Hillary đã thể hiện rất thành công thông điệp then chốt của buổi vận động: "John McCain cho rằng nền kinh tế vẫn vững chắc. John McCain không cho là khủng hoảng khi 47 triệu dân không có bảo hiểm y tế. John McCain muốn tư hữu hóa An ninh xã hội. John McCain cảm thấy bình thường khi, đến giờ, phụ nữ chưa được bình đẳng thu nhập"

Well, \ \ John McCain says the economy is \ \ fundamentally sound. \ \ John McCain doesn't think that 47 million people without health insurance is a \ \ crisis.

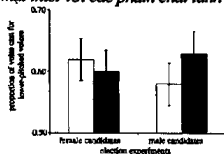
\ \ John McCain wants to privatize Social Security \.

And in 2008, he still thinks it's okay when women don't earn \ \ equal pay for equal work.

Kĩ năng sử dụng ngữ điệu thích hợp với thông điệp của Hillary đã tạo sinh khí cho câu chuyện, khơi dậy cảm xúc, và thúc đẩy khán giả hành động. Hơn thế, Hillary sử dụng ngữ

điều khôn ngoan tới mức người nghe không dồn sự chú ý vào diễn giả mà họ thực sự chú ý vào chính câu chuyện mà bà đang nói.

Thức tư, giọng trầm của Hillary Clinton liên hệ mật thiết với các phẩm chất lãnh đạo.



(Casey A. Klofstad, Rindy C. Anderson, Susan Peters, 2012)

Giá trị 0.50 đại diện người bầu không có sở thích rõ ràng. Khán giả nam (thanh màu trắng) và khán giả nữ (thanh màu xám) bình chọn cho giọng nói âm vực thấp của cả nam và nữ diễn giả.

Trong thí nghiệm này, các nhà nghiên cứu Casey A. Klofstad, Rindy C. Anderson, Susan Peters đã đề nghị các cử tri nam và nữ bỏ phiếu cho một trong hai giọng nói âm - vực - cao và âm - vực - thấp. Kết quả cho thấy rằng cả nam giới và phụ nữ đều chọn các nhà lãnh đạo nam và nữ có giọng nói âm vực thấp.

Ở một thí nghiệm khác, băng ghi âm 9 tổng thống Hoa Kỳ đã được chế tác để tạo ra những phiên bản âm vực cao và âm vực thấp hơn so với âm vực nguyên bản của các tổng thống. Các đối tượng được yêu cầu bỏ phiếu cho 1 trong 2 phiên bản của từng cặp; họ đã lựa chọn với số phiếu cao hơn nhiều cho giọng nói âm vực thấp. Sự lựa chọn này tương quan với nhận thức của các cử tri: diễn giả có giọng nói âm vực thấp chính trực hơn và quả cảm hơn. (Tigue CC, Borak DJ, O'Connor JJM, Schandl C, Feinberg DR, 2012).

Tại sao đàn ông và phụ nữ có chất giọng "nam tính" được ưa thích bầu chọn làm nhà lãnh đạo?

Phụ nữ thường có giọng nói âm vực cao, và giọng nói âm vực cao được đánh giá là nữ tính nhưng yếu hơn, ít có thẩm quyền hơn và ít tin

cậy hơn. Trong trường hợp phụ nữ có chất giọng "nam tính", sự thiên vị này có thể là do giọng thấp được coi là có năng lực hơn, mạnh mẽ hơn, và đáng tin cậy hơn. Những đặc điểm này được coi là tích cực trong bối cảnh lãnh đạo chính trị và có thể là cơ chế khiến cử tri ưu ái nhà lãnh đạo nữ có giọng thấp hơn. (Klofstad CA, Anderson RC, Peters S, 2012).

Rõ ràng là nhiều người thích các nhà lãnh đạo có giọng nói âm vực thấp, dù là nam hay nữ. Khi tham gia bầu cử, những phản ứng về tâm lý kiểu này của cử tri giúp các ứng cử viên nam và nữ với giọng nói âm vực thấp có được sự ủng hộ dễ dàng.

Một nghiên cứu mới đây của trường Đại học Kinh doanh Columbia đã cho thấy rằng, những người có địa vị cao thì tiếng nói của họ cũng thay đổi theo đúng nghĩa đen. Cuộc thử nghiệm tiến hành trên 161 sinh viên. Trước đó, một nửa số sinh viên này được tham gia các bài tập lãnh đạo, họ phải tưởng tượng rằng mình là người nắm vị trí quan trọng trong các công ty lớn và phải đưa ra những quyết định quan trọng cho công ty. Các sinh viên này được yêu cầu đọc cùng một đoạn văn cho trước. Kết quả cho thấy nhóm sinh viên đầu tiên, những người nắm quyền lực, có xu hướng thay đổi giọng nói theo cùng một cách giống nhau: giọng nói trầm và không có nhiều sắc thái.

Theo Galinsky t, nhiều người tham gia cuộc thử nghiệm này có biểu hiện giọng nói rất khác so với bản thân họ trước đó, và đây không phải kết quả của quá trình nhận thức chủ quan: họ không ý thức điều khiến giọng nói dễ tạo sự khác biệt đó. Nghiên cứu này giải thích cho trường hợp của Hillary. Giọng nói tự nhiên của bà cùng với những trải nghiệm sâu sắc vai trò lãnh đạo đỉnh cao suốt nhiều năm khiến cho giọng nói càng trở nên phù hợp và đáp ứng tốt hơn với các hoạt động chính trị, đặc biệt là diễn thuyết.

Từ nghiên cứu trường hợp của Hillary có thể thấy rằng, nếu một người có rèn luyện đặc biệt về tâm lý hoàn toàn có thể cải thiện giọng

nói, cụ thể là âm vực hay ngữ điệu, để nó tương thích hơn trong các tình huống giao tiếp cụ thể. Theo giáo sư Galinsky “bạn nên cố gắng tập trung hướng tới hoặc nhớ lại những khoảng thời gian mà bạn “có quyền lực trong tay”, có thể chỉ là một vị trí lớp trưởng hay tổ trưởng,... Điều đó sẽ giúp bạn cảm thấy tự tin hơn và tác động rất tốt”.

2.2. Dừng nói (pause)

Theo Mark Twain, từ ngữ thích hợp có thể có hiệu quả, nhưng im lặng hay dừng lại đúng lúc cũng hiệu quả không kém. Khác với kiểu dừng nói và lấp chỗ trống bằng những âm như *er, um, ah, well...* khiến cho người nói bị ấn tượng tiêu cực (ngập ngừng, không chắc chắn, thiếu chuẩn bị...) kiểu dừng nói chiến thuật (strategic pause) thường xuyên được sử dụng để thu hút sự chú ý tối đa của khán giả. (Joseph A. DeVito, 2009 tr. 222). Khoảng thời gian ngắt giọng một hai giây sẽ giúp khán giả chuẩn bị và chăm chú lắng nghe điều bạn sắp nói. Còn bạn có thể tận dụng cơ hội đó để lấy lại phong thái đỉnh đặc, tự tin. Với chiến thuật này bạn trở thành một Diễn giả nhiều sinh khí (Mike Consol, 2013). Các tình huống áp dụng như sau:

Một là, dừng nói khi bắt đầu diễn thuyết: Không nên bắt đầu nói ngay khi bạn bước vào phòng. Thay vào đó hãy ổn định vị trí và cảm giác thoải mái. Sau đó, quan sát khán giả một lượt và bắt đầu diễn thuyết. Đây cũng là cách Hillary áp dụng rất chính xác. Bà luôn chủ động quan sát và thoải mái chờ đợi trước khi bắt đầu, thậm chí bắt đầu lại nhiều lần vì khán giả vẫn nhiệt tình chào đón. Do vậy không một từ nào mà bà nói ra không được người nghe chú ý. Hillary bắt đầu, dừng nói, lại bắt đầu, lại dừng nói và lại bắt đầu,... cho tới khi bà có thể bắt đầu thực sự.

Thank you all.....Thank you.....Thank you all very very much.....Thank you ...

Thank you all very much.....I am so honored to be here tonight.

Hai là, dừng nói khi chuyển ý: Khi chuyển từ ý chính này sang ý chính khác, việc tạm

ngừng tạo cho người nghe thời gian và cơ hội thích ứng với tình hình mới, nhận ra sự chuyển ý, và lĩnh hội rõ ràng hơn ý tưởng sẽ được trình bày kế tiếp. Tạm ngừng khi chuyển ý cũng quan trọng như việc lái xe chậm lại để rẽ sang đường khác. Trong những ví dụ sau, Hillary diễn thuyết và điều khiển khán giả ở các nội dung tương phản một cách uyển chuyển và trôi chảy.

Ví dụ 1: Từ phủ nhận McCain chuyển sang ca ngợi Obama. “No way. No how. No McCain.” Dừng nói. “Barack Obama is my candidate. And he must be our President”.

Không cần đường lối McCain. Không cần chính sách McCain. Không cần McCain.

Dừng nói. *Barack Obama là ứng viên của tôi. Ông ấy nhất định sẽ là tổng thống của chúng ta.*

Ví dụ 2: Từ thừa nhận McCain với những cống hiến (chủ yếu là tinh thần: *danh dự và lòng can đảm*) của vị này chuyển sang phủ nhận chính sách kém hiệu quả đối với quốc gia. “Now, John McCain is my colleague and my friend. He has served our country with honor and courage.” Dừng nói. “But we don’t need four more years...More economic stagnation...and less affordable health care...”

John McCain là đồng nghiệp của tôi, cũng là bằng hữu của tôi.

Ông ấy phục vụ sự đất nước này với danh dự và lòng can đảm.

Dừng nói

Nhưng chúng ta sẽ không cần thêm 4 năm nhiệm kỳ (với sự tham gia của ông ấy)

Thêm sự trì trệ kinh tế... Thêm nợ nần...Thêm chiến tranh...

Nếu các nội dung tương phản trên không được “gia vị” bằng ngắt giọng đúng lúc như Hillary đã thể hiện, người nghe sẽ không có đủ thời gian để thấm thía và thấu hiểu hàm ý sâu sắc của tác giả, vốn đã được chuẩn bị rất công phu và tinh tế trong quá trình viết diễn văn.

Nói cách khác, nếu mang so sánh với những trận đấu, các thông điệp trong 2 ví dụ trên là những trận quyết đấu trực tiếp gay gắt. Ngắt

giọng cho khán giả đủ thời gian để xem những màn đấu ấy. Nó cũng tương tự như cách người hâm mộ bóng đá chăm chú xem lại video quay chậm của các khoảnh khắc ghi bàn đẹp mắt.

Ba là, đừng nói khi muốn nhấn mạnh: Tạm ngừng để nhấn mạnh thường là cách ngừng gây tác động sâu sắc, đó là cách ngừng trước hay sau một câu nói hoặc câu hỏi được trình bày bằng một giọng hơi mạnh hơn. Ví dụ:

I want you to ask yourselves. Đừng nói. Were you in this campaign just for me? Or were you in it for that young Marine and others like him? Were you in it for that mom struggling with cancer while raising her kids? Were you in it for that boy and his mom surviving on the minimum wage? Were you in it for all the people in this country who feel invisible?

Trong đoạn diễn thuyết trên, diễn giả đã dùng nói trước khi đưa ra nhiều câu hỏi liên tiếp. Tại đó, dùng nói có vai trò khiến khán giả mong đợi, háo hức chờ đón nội dung tiếp theo. Và nhất định thông điệp trong các câu hỏi này rất quan trọng. Bản chất các câu hỏi mà Hillary nêu ra chính là để khẳng định lí do các cử tri tham gia bầu cử không chỉ vì bà mà vì quyền lợi của số đông dân chúng đang chịu nhiều thiệt thòi: “những người dân không được chăm sóc y tế, những bà mẹ bệnh tật, những người lao động với đồng lương ít ỏi...”. Thế nên, họ sẽ ấn tượng rằng cuộc vận động này Hillary đang làm vì chính người dân, cùng với người dân, để thay đổi số phận của họ.

Hillary ngắt giọng trong tình huống này tạo ra khoảng lặng trong tâm trí người nghe, để những điều họ đã nghe trước đó tạm lắng xuống, để họ kịp sắp xếp không gian mới cho thông điệp tiên quyết này.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu về diễn thuyết *No way. No how. No McCain* có tính ứng dụng khá cao đối với kĩ năng nói trước đám đông, kĩ năng thuyết trình. Do vậy, kết quả nghiên cứu sẽ không chỉ hữu dụng với các diễn giả chuyên nghiệp như các chính trị gia mà còn rất thân

thiện và ảnh hưởng tích cực đối với giáo viên, giảng viên - những người luôn không ngừng tìm tòi và cải thiện việc truyền đạt của mình sao cho thuyết phục, dễ nghe, dễ hiểu; với học sinh, sinh viên - những người luôn phải nắm bắt cơ hội trong quá trình học tập để chia sẻ hiểu biết của mình, để bộc lộ năng lực của mình thông qua kĩ năng diễn đạt bằng lời nói. Chúng ta trình bày ý kiến, bày tỏ quan điểm và thuyết phục khán giả không chỉ bằng từ ngữ, cử chỉ điệu bộ mà còn bằng lời nói. Tỉ lệ diễn thuyết thành công 38% bởi giọng nói cũng là một mục tiêu rất đáng để chúng ta nỗ lực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bartlett, F.C (1932), *Remembering: A study in experimental and social psychology*, Cambridge University Press.
2. Daniel E. Re, Jillian J. M. O'Connor, Patrick J. Bennett, David R. Feinberg (2012), *References for very low and very high voice pitch in humans*, Plos.
3. Dewey, J (1984), *Interest and effort in education*, Houghton Mifflin.
4. Erica J. Williams (2008), *Presentations in English*, Macmillan Publishers Limited.
5. Marion Grussendorf (2007), *English for presentations*, Oxford University Press.
6. PN. Laukka P (2003), *Communication of emotions in vocal expression and music performance: different channels, same code?*, *Psychol Bull.*
7. Kloststad CA, Anderson RC, Peters S (2012), *Sounds like a winner: voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women*, spb.royalsocietypublishing.org.
8. Joseph A. Devito (2009), *The essential elements of public speaking*, Pearson Education, Inc.
9. Rindy C. Anderson, Casey A. Kloststad (2012), *Preference for leaders with masculine voices holds in the case of feminine leadership roles*, Plos.
10. Rindy C. Anderson¹ and Casey A. Kloststad (2012), *Preference for leaders with masculine voices holds in the case of feminine leadership roles*, Plos.
11. Yi Xu, Albert Lee, Wing-Li Wu, Xuan Liu, Peter Birkholz (2013), *Human vocal attractiveness as signaled by body size projection*, Plos.